

TROISIÈME PARTIE :

**UN SYSTÈME ANCRÉ
DANS LE TERRITOIRE**

Cette comparaison européenne suscite des interrogations sur les raisons profondes de la spécificité française. L'unicité, la non correspondance avec un modèle strictement hiérarchique, la présence des petites villes expriment des qualités que l'on a souvent mises en avant pour expliquer la faiblesse chronique de son football. La deuxième partie a décrit l'état de la structure, a proposé quelques pistes explicatives mais n'en a pas réellement abordé les causes et conséquences. Il s'agit désormais de comprendre pourquoi le football de ce pays a développé cette géographie distincte l'isolant en Europe et qui nécessite un rajustement en prévision des échéances futures.

Pour interpréter ces particularismes, nous envisageons une approche à travers la notion de service public car elle exprime la collusion entre les objectifs des institutions publiques et sportives. Par l'ingérence permanente des collectivités territoriales, des ministères de tutelles ou de l'État lui-même, ce sport professionnel dépend d'une multitude d'intérêts qui ne coïncident pas nécessairement avec l'idéal de performance sportive. Cette intrusion financière est l'explication fondamentale car elle produit un espace sportif relativement homogène ainsi qu'une association automatique entre une équipe et un territoire. L'usage, voire l'accoutumance d'un financement émanant des deniers publics, est ancienne. Il s'est instauré en raison d'un manque chronique de spectateurs que les collectivités territoriales ont suppléé en devenant l'élément moteur du professionnalisme, une situation unique en Europe. L'insuffisance des assistances est à l'origine de ce système singulier qui persiste malgré la baisse relative des ressources émanant des guichets. Réciproquement, en finançant le football, les collectivités publiques ont trouvé un nouvel outil de communication mais aussi un moyen de renforcer leurs propres identités.

Cette partie s'organise autour de ces trois thèmes qui s'envisagent selon un ordonnancement logique guidant la réflexion. À l'origine, le manque de spectateurs appelle une aide de la collectivité publique qui, elle-même, entraîne la production d'une structure spatiale singulière. Tout d'abord, nous montrerons la déficience du public en le comparant aux foules italiennes, espagnoles ou anglaises. Nous essaierons de comprendre quels peuvent être les facteurs expliquant cette position en insistant principalement sur les effets structurels. Nous envisagerons ensuite le système de financement induit en présentant ses principaux rouages ainsi que ses dérives les plus flagrantes, profondes cicatrices pour le football français. Pour s'adapter à l'ouverture européenne, l'organisation doit se remettre en cause et cet objectif préoccupe grandement les présidents de clubs et leurs alliés municipaux, départementaux ou régionaux. Le football s'inscrit alors au sein d'une politique qui lui assigne un rôle, un objectif par rapport aux citoyens et licenciés sportifs. Cette participation des collectivités dans un souci de communication interne et externe, le promulgue au rang emblématique de représentant territorial. Nous analyserons toutes les conséquences qu'entraîne cette interprétation sportive, cette attitude qui place le football au sein d'un espace où se mêlent les sentiments réels et imaginaires. La conception n'est pas particulière à la France car les autres pays et clubs européens s'identifient eux aussi à des territoires. Mais, nulle part ailleurs, cette identification, dernier avatar de l'unicité, ne prend de telles proportions car son monopole lui procure tous les suffrages.

1. Les spectateurs, un élément du système

Jusqu'ici, nous avons évoqué le public des stades comme un élément du décor à tout match de football, un élément nécessaire à la réalisation du spectacle sportif. Cependant, son rôle est double. Premièrement, il constitue une réserve financière et économique pour le club qui, si elle est aujourd'hui relativement moins importante qu'il y a vingt ans, assure encore une part non négligeable des recettes. Malgré les apports des télévisions, des sponsors publics ou privés, les clubs comptent toujours sur les affluences pour équilibrer leurs budgets. Sur cet aspect monétaire se greffe le facteur du spectacle proprement dit. "Douzième homme", le public soutient, supporte, encourage, pousse son équipe vers la victoire dans un élan de "*passions partisans*" (Bromberger, 1995). Les lois officielles de la mise en scène promulguent la présence de foules colorées, bigarrées aux comportements bien affirmés et aux excès tant redoutés. L'ambiance, tel est le maître mot de cette seconde influence jugée primordiale et qui s'exprime clairement dans les résultats sous le nom d'avantage à domicile.

Sous cet angle, le championnat français apparaît une fois de plus en retrait. Non que ses stades soient vides mais, au regard des voisins européens, le fossé est immense. Quand l'Allemagne, l'Italie, l'Angleterre et l'Espagne comptent leurs affluences en dizaines de milliers de spectateurs, la France se contente de chiffres toujours minorés, d'ambiances et de passions plus feutrées, d'un spectacle où la participation du public est toujours plus difficile à obtenir. Ce constat européen est intemporel car, depuis des dizaines d'années, les mêmes griefs, les mêmes constatations se renouvellent et ce manque apparaît de nouveau comme une spécificité française. Des explications, des hypothèses ont été proposées sur ce "mal français". Nous les examinerons mais ne les jugeons pas satisfaisantes : les unes s'échafaudent sur des idées reçues dont le football est friand ; les autres ne possèdent plus de sens dans le contexte actuel. L'examen critique est nécessaire car il permet de juger, d'estimer la part respective des différents facteurs.

Selon notre postulat d'analyse considérant que le football de haut niveau est un système constitué d'éléments interdépendants, les spectateurs ne s'envisagent pas sans référence à l'organisation globale. Comment ne pas faire le lien entre les structures urbaines que nous venons d'exposer et cette nouvelle exception française? À la suite de plusieurs auteurs anglo-saxons, nous considérons que le public est une fonction de la ville car sa quantité, son importance est en grande partie déterminée par la localisation de l'équipe dans le système des villes. Les considérations sportives ne sont nullement absentes puisqu'elles établissent constamment un lien entre les constituants. Les villes, les classements et les spectateurs sont associés dans une relation multiple très étroite et la faiblesse d'un des liens est une hypothèse séduisante que nous tenterons d'expliquer. Placées en amont et l'aval des difficultés footballistiques françaises, les affluences sont un élément charnière de tout le système.

1.1 Les spectateurs en nombre insuffisant

La situation française expose toute sa singularité quand elle est comparée à celle des autres grands pays européens. Toutefois, cette étude pose un certain nombre de difficultés tant du point de vue de la fiabilité des données que des choix à effectuer pour la quantification.

Les données sur les spectateurs proviennent de sources disparates. En France, nous possédons grâce aux annuaires de la Ligue Nationale de Football¹ les affluences de tous les matches de première et deuxième divisions mais cette information n'est pas directement disponible pour les compétitions étrangères. Nous avons alors procédé par sondage en analysant seulement le tiers des journées des championnats de D1 allemand, anglais, italien, espagnol, belge et néerlandais publiées par *France-Football*². Ce sondage a été une étape obligatoire car les chiffres disponibles par l'intermédiaire de la presse ou du réseau Internet étaient globaux et la comparaison quantitative en fonction des pays était bien souvent la seule information utilisée dans les quelques ouvrages abordant les affluences (Wahl, 1989), (Andreff, 1981). Nous tenions à posséder des chiffres sur les clubs pour deux raisons principales : comparer la distribution des spectateurs entre les pays ; envisager l'effet démographique.

La multiplicité au sein des agglomérations européennes a posé quelques complications cartographiques et plusieurs solutions ont été envisagées. Nous pouvions exprimer une affluence totale (ou moyenne) au sein de l'unité urbaine en cumulant les spectateurs de chaque équipe mais ce procédé n'avait pas de sens car tous ses clubs ne séduisent pas une quantité identique de spectateurs, n'ont pas les mêmes résultats, ni la même popularité. Par conséquent, nous avons privilégié et choisi comme représentant de l'agglomération, le club ayant l'affluence maximale. À Barcelone, par exemple, le FC Barcelone et de l'Español attirent respectivement 87 000 et 24 000 spectateurs de moyenne. Il serait fallacieux de définir un chiffre aggloméré équivalent à la moyenne des deux valeurs, à savoir 55 000, une quantité sans signification concrète. La mise en avant du FC Barcelone fait coïncider la

¹Pour les saisons 1993/94 et 1994/95.

²En moyenne, nous avons sondé une journée de championnat sur quatre mais des aménagements ont été réalisés. D'une part, nous n'avons pas comptabilisé les premières et dernières journées car les spectateurs, en raison de la nouveauté, de l'intérêt et du climat agréable, sont généralement plus nombreux en début et fin de saison. D'autre part, les intempéries et les terrains impraticables ont engendré des décalages. Enfin, nous avons veillé à ce que chaque club ait un nombre identique de matches à domicile. Ainsi, nous avons utilisé les données suivantes pour la saison 1995/96 :

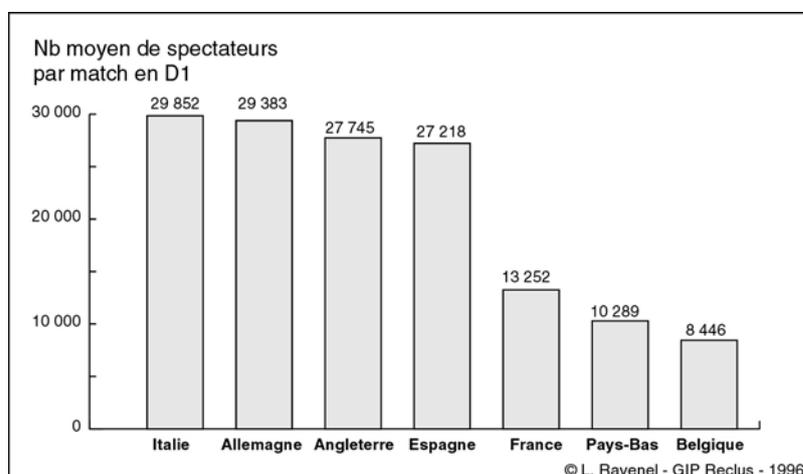
- *Premier League* (Angleterre) : journées 4, 7, 11, 14, 15, 18, 21, 23, 25, 26, 29 et 31 (110 matches)
- *Erste div* (Pays-Bas) : journées 3, 5, 6, 7, 10, 13, 18, 20, 25, 27, 28 (96 matches)
- *Calcio* (Italie) : journées 3, 7, 10, 13, 16, 19, 22, 25, 27 (81 matches)
- *Liga* (Espagne) : journées 3, 8, 11, 14, 17, 20, 23, 26, 29, 31, 32 (121 matches)
- *Bundesliga* (Allemagne) : journées 3, 7, 10, 13, 16, 17, 20, 23, 24 (79 matches)
- *Première division* (Belgique) : journées 4, 5, 8, 13, 16, 19, 22, 25, 26 (81 matches).

représentation cartographique et la place réelle du club dans l'agglomération catalane¹.

1.1.1 Un constat européen

Entre les pays, les affluences globales érigent déjà certaines différences significatives qui distinguent deux grands groupes (fig. III.1). Avec des moyennes supérieures à 27 000 personnes par match, l'Italie, l'Allemagne, l'Angleterre et l'Espagne possèdent les plus fortes quantités. Une coupure nette s'opère avec la France qu'un strict effet de masse place en retrait de ses principaux rivaux européens aux affluences sensiblement égales. La carte des clubs (carte III.1) et les diagrammes de répartitions nationaux (fig. III.2) imposent les mêmes remarques².

Fig. III.1 - Les affluences moyennes en Europe (1995/96)



Quatre grands pays de football

L'Italie et l'Espagne expriment une situation analogue qui se perçoit dans la distribution des moyennes. L'amplitude des valeurs est assez forte et une dissymétrie oriente la distribution vers le bas. Les maxima italiens s'observent à Rome où la Lazio et la Roma attirent respectivement 58 000 et 54 000 spectateurs. Le Milan AC s'intercale suivi par l'Inter de Milan et le Napoli. Les plus faibles affluences concernent les petites équipes qui alternent entre la première et la seconde division comme Vicenze, Padoue, Piacenza ou Cremonese. La médiane est de 25 000 spectateurs et, à l'exception de Cremonese, aucune ne descend en deçà des 10 000. Dans la *Liga*, les affluences se concentrent plus vers le bas mais deux clubs présentent de chiffres exceptionnels : le FC Barcelone (87 000) suivi par le Real Madrid (60 000). Dix autres équipes ont encore des valeurs supérieures à 20 000 spectateurs. À Barcelone, dans le stade du *Camp Nou*, des records sont

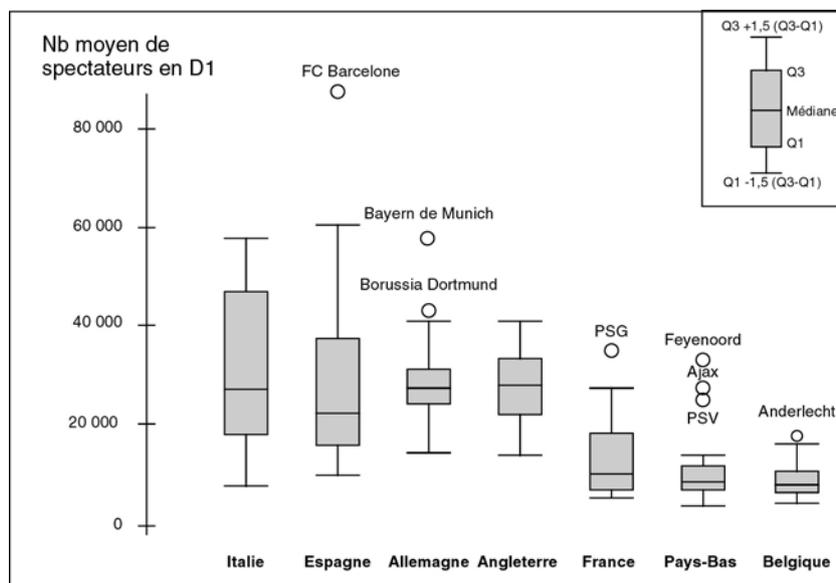
¹Cette décision représentative nous obligera toutefois à quelques rajustements lors de l'affectation des populations.

²Les données sur les spectateurs européens sont dans l'annexe III.1.

1. Les spectateurs, un élément du système

battus et cette saison plus de 115 000 personnes ont été enregistrées lors d'une rencontre opposant le club catalan à son rival madrilène. En revanche, on ne compte que trois matches avec moins de 10 000 individus : ils sont tous le fait du Rayo Vallecano, le troisième club de Madrid.

Fig. III.2 - Répartition des affluences par championnat (D1, 1995/96)



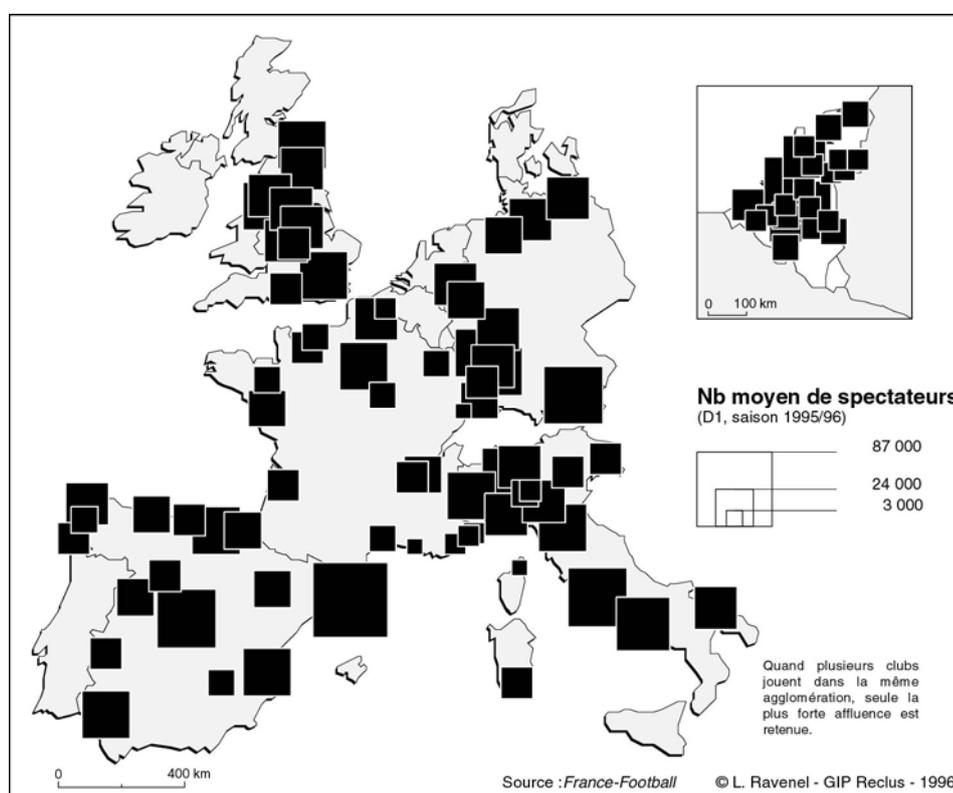
En Allemagne ou en Angleterre, les moyennes identiques à l'Italie ou à l'Espagne masquent une distribution générale différente, à la fois symétrique et de plus faible étendue. Dans la *Bundesliga*, si le Bayern domine nettement (57 500), le second Dortmund et le troisième Stuttgart attirent plus de 40 000 spectateurs en moyenne. Seulement deux clubs descendent en dessous des 20 000 spectateurs : Sankt-Pauli¹ et Uerdingen. Les positions au classement sont responsables de la désaffection du public : le club de la Hesse a terminé quinzième, Uerdingen dernier. En *Premier League* anglaise, les valeurs extrêmes disparaissent et les meilleurs scores sont obtenus par Manchester United, Liverpool FC, Arsenal et Newcastle United qui se situent entre 36 000 et 41 000 spectateurs. Les meilleurs clubs anglais n'offrent pas de comparaison possible avec leurs homologues allemands, italiens ou espagnols. Cette situation résulte d'une capacité réduite dans les stades après les drames successifs connus par le football anglais. À la suite des catastrophes de Sheffield (1989 et 94 morts) et de Bradford (85 morts)², le gouvernement britannique a imposé des normes de sécurités radicales dans tous les stades du Royaume-Uni. Parmi les nombreuses mesures, toutes les places sont devenues assises et numérotées, les grillages ont été supprimés et un système complet de vidéosurveillance a été installé dans chaque enceinte. La suppression

¹Sankt-Pauli est le deuxième club de Hambourg derrière le Hambourg SV.

²Sur les catastrophes dans les stades, on pourra examiner : (Caillat, 1996), (Goavert et Comeron, 1995), (Deshaie, 1987).

des *Kop*¹ a entraîné automatiquement une réduction considérable des places tout en changeant la composition sociale du stade (Bale, 1993). À Londres, par exemple, la capacité d'*Highbury* - stade d'Arsenal - a été réduite de 70 000 à 36 000 places marquant l'entrée du football dans un monde moderne, guidé par le management à la manière du modèle américain. L'enceinte sportive est devenue une machine à affaires dotée de 53 loges, de salles de conférences et de bureaux². Cette réduction générale a entraîné conjointement une augmentation importante des taux de remplissage. Ainsi, comme *Anfield Road*, stade du Liverpool FC et *Old Trafford* (Manchester United) ont des capacités respectives de 40 500 et 42 000 places, les rencontres se jouent désormais à guichet fermé. À l'inverse, plusieurs équipes attirent moins de 20 000 spectateurs comme Bolton, Queen's Park Rangers, Wimbledon ou Southampton. Leurs localisations dans le Sud de l'Angleterre (à l'exception de Bolton) et leurs classements (quatre dernières places) expliquent ce faible engouement.

Carte III.1 - Les affluences des clubs en Europe (D1, 1995/96)



¹Nom de la tribune derrière les buts où se regroupaient en masse les supporters des milieux populaires.

²LARCHER C. (1995), "Ces petites voix d'Highbury", *France-Football*, n° 2551, 7 novembre 1995, pp. 4-5.

1. Les spectateurs, un élément du système

La France au niveau de la Belgique et des Pays-Bas

Avec la France, les Pays-Bas et la Belgique, nous changeons totalement de dimension. Plus question d'affluences massives, de stades pleins, d'engouements phénoménaux, du moins globalement. Aux Pays-Bas, le fait remarquable est la présence d'individus hors-normes. Feyenoord, l'Ajax et le PSV dépassent tous les autres faire-valoir de première division avec des moyennes supérieures à 25 000 spectateurs tandis que le quatrième (le SC Heereven) n'en attire que 13 000. Leur domination sur le championnat s'effectue donc à tous les niveaux. En Belgique, le RSC Anderlecht reproduit à son échelle nationale la domination du trio hollandais. En France, la distribution est fortement dissymétrique et, si quelques clubs font illusion, la majorité exploite des quantités dérisoires. Seulement quatre équipes dépassent les 20 000 spectateurs : le PSG, Lens, Nantes et Lyon¹. En revanche, onze autres, soit plus de la moitié de l'effectif total, se situent en dessous de la barre des 10 000 et certaines jouent devant un public insignifiant comme Monaco, Nice, Sochaux, Bastia ou Martigues. L'affluence minimale de la saison 1994/95 a été enregistrée à Nice lors d'une rencontre opposant Nice à Bordeaux : seules 2 664 personnes avaient effectué le déplacement.

Ce constat n'est pas le résultat d'une conjoncture particulière, d'un moment singulier du football français car les inégalités sont constantes depuis les débuts du professionnalisme. En 1950, l'affluence de la première division française équivaut à celle de la troisième division anglaise avec 11 000 spectateurs par match et une équipe allemande comme Stuttgart attire environ 40 000 personnes, chiffre mirifique sur l'autre rive du Rhin (Wahl, 1989, p. 310). Nous ne possédons pas de séries continues sur les affluences des championnats étrangers mais les diverses estimations ou exemples attestent des différences toujours significatives. Ainsi, en 1965, quand le championnat français décompte 3 011 120 spectateurs, le *calcio* bénéficie du double (6 646 691). En 1977, la *Bundesliga* affiche 27 185 spectateurs de moyenne à la fin de la saison, notre première division se contente seulement de 11 302 personnes (Andreff, 1981).

Les clubs reproduisent le même schéma et les meilleures affluences françaises n'atteignent jamais les records étrangers². Le public de la saison 1948/49 montre toujours ces effectifs réduits. En tête, le Racing Club de Paris (19 045 spectateurs) suivi par l'Olympique de Marseille (17 148) et le Stade RS (15 155). Seul le LOSC dépasse encore la barre des 10 000 mais la moitié des équipes attirent moins de 7 000 personnes. En 1950, le journal *L'Équipe* organise une grande enquête dont l'intitulé même "*Pourquoi n'allez-vous pas plus nombreux au football?*"³ définit l'existence d'un problème majeur pour le football français. Ces questions reviennent depuis constamment dans la presse ou les ouvrages spécialisés. Des explications ont été avancées afin de comprendre ce "mal français" et se réfèrent principalement au manque de culture sportive du public (Wahl, 1989) (Paillou,

¹L'Olympique de Marseille est en deuxième division lors des saisons de référence.

²En 1977, Stuttgart a une moyenne de 54 000 spectateurs, Milan AC de 48 200, Manchester United (1967) de 57 758 mais le PSG atteint difficilement les 25 000 personnes (Andreff, 1981).

³*L'Équipe*, 25 janvier et 2 février 1950.

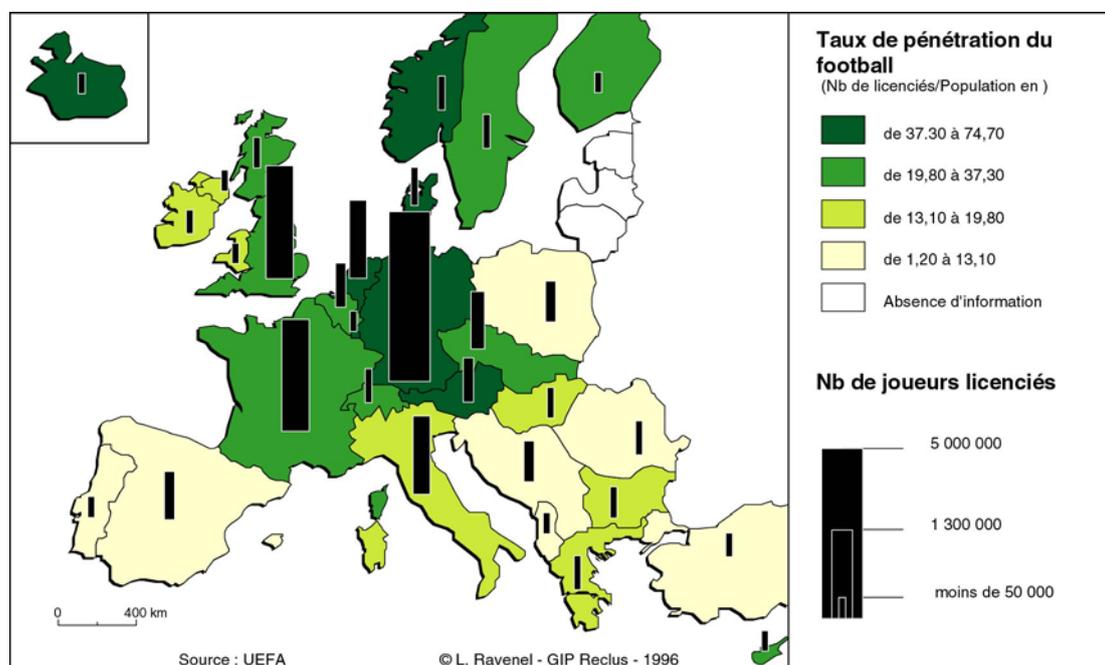
1986). On a aussi envisagé la mauvaise qualité du jeu, le manque de confort des stades ou encore la faiblesse de "l'esprit de clocher". Nous voudrions présenter ces hypothèses, les contredire et apporter quelques éléments de réponses. La pénurie de public ne résulte pas d'une cause unique : elle est à la conjonction d'une multitude de facteurs qui interagissent entre eux.

1.1.2 Des explications insuffisantes pour le "mal français"

Les Français, peu sportifs

Dans son histoire du football, A. Wahl propose une idée simple : "*Peu sportifs, le stade les attire peu [les spectateurs]*" (Wahl, 1989, p. 310). Il reprend le discours habituel sur un peuple français peu enclin à la pratique sportive en comparaison de ses voisins, notamment anglo-saxons. Un discours qui dresse le portrait type du Français : "*Sportif passif plutôt qu'actif, le Français préférerait son fauteuil devant la retransmission télévisée aux gradins du stade ; peu porté à la pratique et particulièrement rétif à se surpasser dans l'effort, il n'en prônerait pas moins le sport pour les autres, surtout pour les jeunes, et se montrerait exigeant sur les résultats internationaux des champions français*" (Irlinger, 1995, p. 188). P. Irlinger récapitule les stéréotypes pour mieux affirmer le caractère idéologique d'une vision héritée du XIX^{ème} siècle qui ne correspond plus à une réalité tangible infirmée par les enquêtes des années quatre-vingt (Irlinger *et alii*, 1987 ; Irlinger, 1995 ; Insee, 1989)¹.

Carte III.2 - La pratique du football en Europe (1988)



¹Une enquête de *L'Équipe Magazine* (20 mars 1986) sur la place sportive de la France dans le monde a montré, à la grande surprise de ses auteurs, que la France se classait quatrième. Cité par (Hubscher *et alii*, 1992, p. 451).

Mais, au-delà de la véracité de ces propos, cette hypothèse suggère une dépendance entre le comportement sportif de la population et les affluences dans les stades, liaison qui nous semble pour le moins inopportune. Dans sa pratique, le football, qu'il soit de haut niveau ou non, répond à une logique sportive, à savoir : l'exercice d'une activité physique. En revanche, pour le spectateur, le match répond à une toute autre logique, celle du spectacle. Les deux points de vue (acteurs ou spectateurs) opèrent selon deux modes différents même si le plaisir ressort comme un facteur commun. Cette affirmation pourrait être transposée à tout domaine du spectacle. Faut-il être comédien ou réalisateur pour voir un film de cinéma? Faut-il être musicien pour apprécier un concert? La réponse, évidemment négative, s'applique aussi dans notre domaine et la distinction entre les deux actes ne permet pas l'amalgame fallacieux. La carte de la pratique footballistique en Europe confirme cette logique spatiale d'indépendance et les quantités observées suffisent à réfuter l'hypothèse suggérée (carte III.2)¹.

Les taux de pénétration indiquent un gradient nord-sud. Les Pays-Bas détiennent le record avec un taux de 74,7% ; à l'inverse, la Turquie, le Portugal ou l'Espagne figurent en net retrait². Les valeurs relatives doivent toutefois être maniées avec précaution car l'affluence répond avant tout à une notion de masse, de valeur absolue. Mais, de la même manière, les différences observées ne présument en rien celles reconnues pour les affluences. Ni l'Italie, ni l'Espagne, ni le Portugal n'aurait de public si l'hypothèse se vérifiait tandis que la France posséderait autrement plus de spectateurs que les Pays-Bas ou la Belgique. Par conséquent, la sportivité exprimée par ces données ne reproduit pas, à l'échelle européenne, la logique spatiale du public et nous pouvons raisonnablement l'écarter de notre raisonnement.

Un football français de faible qualité

La qualité du spectacle intervient dans une deuxième hypothèse : le faible niveau du football français serait l'une des raisons du manque d'affluence. Dès les origines, le débat était ouvert et, en 1996, l'émigration des meilleurs joueurs français vers l'étranger, relance cet éternel procès à l'encontre du football national qui, en délaissant ses vedettes pour des raisons financières, susciterait un intérêt moindre et une désaffection du public. Un auteur américain avait ainsi suggéré que la présence de stars dans une équipe augmentait automatiquement son attraction, toutes choses étant égales par ailleurs (Noll, 1974). Le FC Barcelone vérifie aujourd'hui cette conception avec sa nouvelle vedette, Ronaldo, dont la presse internationale fait l'éloge. Depuis son arrivée et ses exploits, les matches du

¹Les données sur la pratique proviennent des fédérations nationales et correspondent à un chiffre global de licenciés, toutes catégories confondues. Pour plus de précision, voir (Mathieu et Praicheux, 1987), (Irlinger, 1987, 1995) (Surault, 1989) (Augustin, 1995).

²La pratique sportive féminine importante dans les pays du Nord de l'Europe (qui fait augmenter directement les taux de ces pays) compte peu en raison d'une pratique du football essentiellement masculine.

Barça remplissent le stade du *Camp Nou* à tel point que la venue de Logrones, pourtant dernier du championnat, a attiré plus de 90 000 personnes. Le Milan AC a d'ailleurs commandé une étude de marché concernant le joueur qui lui, précise, qu'en offrant 180 millions de francs pour son transfert et un salaire annuel de plus de 20 millions de francs, l'investissement serait parfaitement rentable. Des rentrées financières supplémentaires seraient à espérer grâce aux télévisions et à l'afflux de spectateurs¹.

Beaucoup de critiques ont été faites sur la qualité même des joueurs français. En 1950, cet argument est approuvé par la majorité des lecteurs de *L'Équipe* pour expliquer les faibles affluences : les joueurs nationaux ne sont pas des vrais professionnels². Selon le public, ils ne méritent pas des salaires pour une activité qu'ils exercent au même niveau technique que les amateurs. Rejetés pour leurs carences professionnelles, les joueurs n'honorent pas leur métier. Par son aspect qualitatif, la notion de spectacle apparaît alors comme primordiale et les lecteurs veulent des exhibitions plutôt que des combats : *“Le jour où en France, dans quelque région que ce soit, on verrait deux clubs disputer un match avec la technique d'Arsenal ou même celle de Charlton, [...] les sportifs de la ville iraient d'enthousiasme, non seulement pour voir gagner leur équipe, péché mignon, mais surtout pour y voir du beau jeu. Ce n'est que par le beau jeu que l'on revalorisera le football. Il y a quelques années le RC Paris et le Stade offraient, quel que soit le résultat, du beau spectacle. Le public avait de la difficulté pour pénétrer dans le stade. Actuellement beaucoup de spectateurs s'en désaffectent, non par le fait du classement, mais par le fait de la pauvreté du jeu.”*³

Dix années plus tard, le constat est identique. La différence de niveau existe toujours et s'accompagne d'une baisse dramatique du nombre de spectateurs jusqu'à la fin des années soixante. On accuse encore une fois les joueurs et le public pour son manque d'esprit sportif (Wahl et Lafranchi, 1995). Le spectateur français devient alors exigeant, attentif à la qualité du jeu et, selon N. Paillou, *“n'est pas caractérisé par sa fidélité (sauf peut-être dans les petites localités). [...] Le public français choisit l'événement et l'équipe qui gagne, mais il boude aussi facilement son équipe quand elle perd, qu'il s'enflamme pour elle lorsqu'elle est bien classée”* (Paillou, 1986, p. 9). L'inconsistance du jeu se confirme par les résultats qui, jusqu'à une date récente, ont toujours été en deçà des autres grands pays européens. Après les performances rémoises ou les exploits de l'équipe nationale à la Coupe du Monde 1958, le football français ne gagne plus : ses clubs sont impitoyablement éliminés dès les premiers tours des Coupes d'Europe, l'équipe de France n'échappant pas à la déroute.

Ces remarques, qui expliquent sans doute une partie des faibles affluences passées, sont aujourd'hui obsolètes car, selon l'indice UEFA, la France est depuis

¹AGUILAR P., VALENTE A. (1996), “La folie Ronaldo”, *France-Football*, n° 2638, 29 octobre 1996, pp. 4-5.

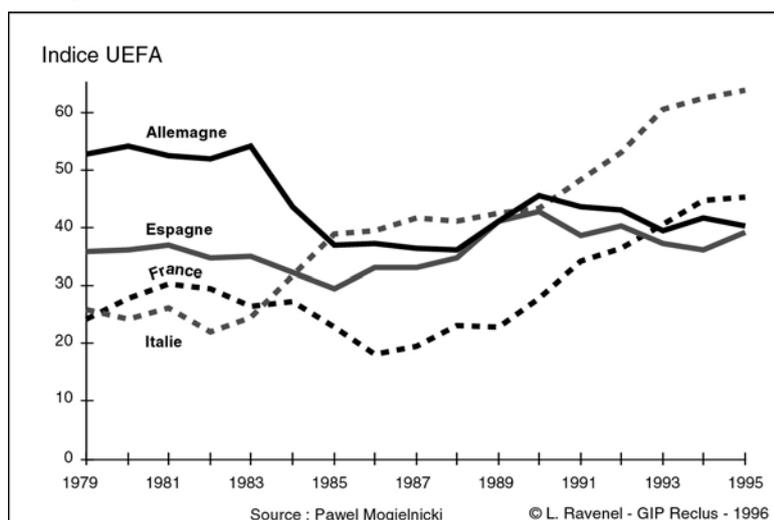
²À la question “Les professionnels français sont-ils de vrais professionnels”, 5% des personnes interrogées répondent par l'affirmative, 75% négativement et 20% n'expriment aucune opinion. *L'Équipe*, 25 janvier et 2 février 1950.

³*Ibid.*

1. Les spectateurs, un élément du système

1993 à la seconde place européenne devant l'Allemagne, l'Angleterre et l'Espagne. Tous les commentateurs français ou étrangers s'accordent désormais sur l'excellente qualité de la compétition dont les joueurs sont extrêmement convoités. Néanmoins, un laps temps est nécessaire avant que des résultats tangibles s'observent dans le comportement des spectateurs. Les records d'affluences enregistrés ces dernières saisons témoignent certainement de cette nouvelle orientation¹.

Fig. III.3 - Évolution de l'indice UEFA (1974-1996)²



1.1.3 Le manque de culture ouvrière

Football et classe ouvrière : un faux débat désormais

On affirme bien souvent que le spectateur de football est un représentant des classes populaires, un individu, comme aime le rappeler certains sociologues, issu des "couches dominées, subalternes, exploitées" (Brohm, 1993, p. 35). On a alors développé une idéologie radicale, critique envers le sport et le football en particulier, en lui conférant un rôle aliénateur, reflet du capitalisme industriel. Le football serait ainsi une source de contrôle social permettant à l'entreprise, l'État, la bourgeoisie d'asseoir leurs dominations sur les représentants des classes

¹À ce titre, les dirigeants misent énormément sur la Coupe du Monde 1998 afin de susciter un engouement populaire général qu'accompagne l'amélioration des conditions d'accueil et de confort dans les stades.

²L'indice de l'Union Européenne de Football Association calcule depuis 1974 la performance sportive d'un pays en fonction des parcours européens de ses clubs. Chaque victoire rapporte deux points, un match nul un point et une défaite zéro point. Les équipes qualifiées pour les quarts, les demi et la finale marquent un point de bonus. Le total obtenu est divisé par le nombre de clubs du pays engagé dans les trois coupes. La valeur de l'indice est cumulée sur les cinq dernières saisons. Ainsi, l'indice UEFA de la saison 1995/96 a été déterminé sur la période 1990/1994.

Les données ont été compilées par P. Mogielnicki et sont disponibles à l'adresse internet : <http://vlo.waw.ids.edu.pl/~mogiel/EC/seeding.html>.

subalternes, ouvrières de préférence¹. D'autres travaux ont essayé de cantonner le football dans un système des pratiques en le réservant à une certaine catégorie de la population. Reprenant les thèmes chers à P. Bourdieu (Bourdieu, 1984), C. Pociello l'a, à titre d'exemple, attribué aux contremaîtres et ouvriers qualifiés dans une typologie générale des pratiques (Pociello, 1981). Or, comme l'indique C. Bromberger, cet effet miroir qui tendrait à établir systématiquement une relation entre le choix sportif et la position du pratiquant ou du spectateur "*est une caricature appauvrissante*" (Bromberger, 1995, p.174). En ce sens, il démontre précisément que le football reste un sport qui masque une réalité beaucoup plus complexe. Son évolution et sa diffusion au sein des différentes couches de la société attestent une diversification croissante et l'on remarque aujourd'hui une très forte hétérogénéité du public qui reflète, en premier lieu, l'image de la ville (Bromberger, 1989). S'il est pratique d'assigner un sport à une classe sociale, cela ne constitue en rien une propriété structurale de l'activité. Comme le précise C. Suaud, "*placer, par exemple, le football parmi les autres pratiques sportives dans une position homologue à celle qu'occupent les classes populaires dans l'espace social ne signifie pas que le football est attaché de manière immuable aux conditions d'existence des ouvriers et, encore moins, que les membres de ces classes sociales sont les plus nombreux à pratiquer le football ; on exprime ainsi que le football occupe une place prééminente, parfois, exclusive, dans la structure des sports pratiquées dans les classes populaires*" (Suaud, 1989, p. 3).

L'image traditionnelle qui associe football et public ouvrier est pertinente pour l'histoire du sport. Depuis la codification du football en 1865, sa pratique et son intérêt sont passés des classes aristocratiques et bourgeoises aux classes ouvrières et populaires. Ce processus de popularisation, dont la diffusion spatiale a été étudiée par J. Bale (Bale, 1978), a suscité les interrogations des historiens britanniques (Korr, 1981), (Mason, 1980) (Holt, 1989). Les débuts du professionnalisme ne peuvent se comprendre sans une relation directe avec l'adoption générale du football par la classe ouvrière (du moins dans le cadre de l'Angleterre) mais, dès les années cinquante, s'amorce un processus constant de diversification qui ne confirme plus la relation aujourd'hui. Les résultats de Bromberger se vérifient dans tous les pays et les Îles Britanniques n'échappent pas à cette évolution car une étude vient de montrer qu'il n'existe plus de prédominance ouvrière dans la composition du public². L'évolution générale se poursuit, notamment par l'aménagement des stades (élimination progressive des places debout, création de loges) afin d'accroître la diversification de l'offre pour attirer un public varié. Certains clubs refusent toujours ce prétendu progrès par

¹J.M. Brohm est l'un des principaux représentants français de cette thèse et l'on pourra consulter par exemple : (Brohm, 1976, 1993), (Quel Corps, 1995). J. Bale a proposé une critique de cette théorie qui, selon lui, achoppe sur deux points principaux : la lutte politique et le football ne sont pas des domaines exclusifs ("*Even the most fervent revolutionary might want to relax occasionally*" ; le football ne concerne, en valeur absolue, qu'une minorité de la population (Bale, 1993, p. 59).

²MALCOM D., WALSH L. (1993), "A Survey of Arsenal and Aston Villa fans" in *Le public des Stades en Europe*, Institut Universitaire Européen, pp. 1-33, cité par (Bromberger, 1995, p. 213).

1. Les spectateurs, un élément du système

choix politique, désirant garder leur image et leur public traditionnel. En Allemagne, le Borussia Dortmund, ancré au cœur de la Ruhr, ne consent toujours pas à construire des loges dans son stade. Son statut de champion d'Allemagne facilite cette opposition que ne peuvent se permettre ses voisins de Mönchengladbach ou de Bochum.

La France manque-t-elle de grands centres ouvriers?

En revanche, et comme le suggèrent S. Béaud et G. Noiriel, l'inexistence française de très grands centres populaires à l'image de Liverpool ou de Manchester, est susceptible d'éclairer la singularité française. Les auteurs précisent : "[...] en France les capacités de résistance des classes paysannes aux bouleversements dus à l'industrialisation ont eu des effets à long terme très importants sur l'ensemble de la société, qui n'ont pas épargné le monde du sport et tout particulièrement le football. On peut faire l'hypothèse qu'il y a dans ce processus de longue durée l'une des causes de la faiblesse chronique des grands clubs français par rapport à leurs homologues européens" (Béaud et Noiriel, 1990, p. 86). Cette conception assigne automatiquement à la présence ouvrière, le taux de remplissage des stades et, si l'on a pu par le passé associer partiellement la localisation du football aux grandes zones industrielles, la situation actuelle ne peut pas se résumer à cette simple correspondance. Il faudrait alors soulever le problème entre la structure sociale de la cité et son public. L'idée répandue qu'une "ville ouvrière" attire plus de monde au stade que n'importe quelle autre ville reste impossible à confirmer car nous pouvons difficilement isoler ce seul facteur. Si Lens concourt à cette vision grâce à son public nombreux, que dire de Valenciennes ou de Martigues pourtant très industrialisées? D'autre part, comment expliquer les différences que l'on observe avec l'Espagne ou l'Italie qui n'ont pas eu des centres ouvriers comparables à ceux de l'Angleterre ou bien le phénomène général de masse qui s'applique dans le cadre de clubs socialement différenciés à l'intérieur d'une même ville? En France, l'effet idiographique inspiré par les images de Lens ou de Saint-Étienne ajoute à l'importance des spectateurs un aspect qualitatif difficile à cerner. La quantité de public est complétée par l'engouement, la ferveur, le soutien ou la fidélité et, sur ce point, on ne peut se dégager de l'image des villes sinistrées. Comme le souligne C. Bromberger, "c'est le propre des villes sinistrées, nostalgiques d'une grandeur passée et aujourd'hui bafouée de l'extérieur, de porter une ferveur sans commune mesure à l'équipe qui les représente" (Bromberger, 1995, p. 24).

Le problème est là, dans cette confusion constante entre le qualitatif et le quantitatif : qualitatif pour qualifier l'engouement, la ferveur d'un public ; quantitatif pour en exprimer le nombre. Or, si l'on peut comprendre l'hypothèse de Béaud et Noiriel, elle n'explique toujours pas les raisons du manque de spectateurs en France, du moins actuellement, dans le contexte d'une composition du public reflétant celle de la ville. Ou alors, expriment-ils un bon constat sans en proposer les causes adéquates? En indiquant "qu'il n'y a jamais eu en France de grandes villes ouvrières comme Liverpool ou Manchester, dans lesquelles le club de football pouvait représenter à la fois le cœur de la sociabilité populaire et le temple d'une tradition reproduite de génération en génération" (Béaud et Noiriel, 1990, p. 86), ne pourrait-on

pas s'arrêter simplement à la notion de grande ville et insister sur l'hypothèse que suggérait J. Marseille, à savoir : la réussite française ou du moins, des grands clubs français, n'est pas celle des grandes agglomérations (Marseille, 1990, p. 71). La deuxième partie a vérifié la singularité française en ce domaine et ne pourrait-on pas y relier la faible importance du public? Les effets de masses et le succès sportif sont les principaux moteurs de l'affluence et ne pourrait-on pas imaginer un rapport entre les deux notions?

1.2 Le potentiel démographique n'est pas maximisé

Les faibles affluences françaises pourraient-elles provenir d'une localisation des clubs qui ne maximiserait pas le potentiel de spectateurs? La faible intensité, voire la quasi inexistence de lien entre les hiérarchies urbaine et sportive, induit en effet deux conséquences contradictoires. N'ayant pas tout le succès escompté, les clubs des grandes villes ne peuvent pas profiter de la population disponible, prête à rejoindre le stade en cas de bons résultats des joueurs locaux. À l'inverse, et de manière symétrique, le succès présent dans les petites villes produirait effectivement des maxima de spectateurs mais ceux-ci seraient limités par la taille réduite de l'agglomération qui n'autoriserait donc pas un développement optimal. Cette hypothèse pose un problème sur le sens de la causalité car le manque de public peut aussi être à la base du non-respect de la relation hiérarchie urbaine/classement. Son absence dans les grandes villes limite les bénéfices que peuvent tirer les clubs de cette situation urbaine et la localisation dans une plus petite devient alors un facteur moins discriminant, surtout si le public est fidèle. Par ailleurs, le système actuel de financement des équipes françaises encourage le phénomène.

On ne peut pas faire abstraction de cette hypothèse qui envisage une explication structurelle. Les affluences ne se limitent pas à une seule causalité mais s'inscrivent, bien au contraire, dans un système de composantes explicatives. Les interactions sont fortes entre les principales variables et nous pensons que la faiblesse de la relation entre la taille et le succès peut contribuer à valider la pénurie de spectateurs. Nous proposons donc un modèle explicatif général fondé sur des paramètres structurels que nous avons mis en évidence dans la partie précédente. Avant d'envisager son application à l'échelle nationale, nous proposons une approche exploratoire des variables et des relations pressenties.

1.2.1 Des variables explicatives

Des études de référence

Plusieurs auteurs, principalement des économistes anglais et américains férus de modèles économétriques, ont décrit, estimé les affluences lors des rencontres sportives. Ils ont, pour la plupart, construit des modèles complexes intégrant le maximum de facteurs afin de prédire le nombre exact de spectateurs. Ces études permettent de cerner les variables utilisées et de dégager quelques grandes orientations.

Tout d'abord, le public s'analyse selon deux échelles de temps (le match ou la saison) et, en fonction du niveau choisi, les facteurs explicatifs divergent. Sur un match, les variables sont multiples : la population, le classement de l'équipe visiteuse, les performances de l'équipe locale, la météorologie, la date de la rencontre peuvent influencer la quantité de spectateurs¹. En revanche, à l'échelle d'une saison, le choix est beaucoup plus restreint : la population et la performance de l'équipe locale deviennent des facteurs primordiaux.

Plusieurs études ont mis en relief l'importance de ces deux facteurs. En 1956, dans le cadre d'un travail sur le baseball, Rottenberg suggère cette influence directe². Si les assistances globales peuvent être examinées en fonction de critères économiques (le niveau de vie, le prix d'entrée, ...), celle d'un club dépend principalement de la démographie locale (population desservie, capacité du stade) et de sa valeur sportive. Dans une étude plus complète, toujours sur le baseball, H. Demmert indique encore l'influence prédominante de la qualité de l'équipe locale et de la population de l'agglomération³. En revanche, il montre l'insignifiance de la relation entre le nombre de spectateurs et le niveau de vie de la zone considérée et affirme que le baseball ne possède pas une demande élastique. Dans le cadre du football, une étude sur les affluences à domicile de quatre clubs de première division anglaise (Newcastle, Leeds, Southampton and Nottingham Forest) a déterminé, une fois de plus, l'importance de la population (Hart *et alii*, 1975). En revanche, l'analyse stipule que la qualité de l'équipe locale n'intervient pas tandis que la valeur des visiteurs et la distance entre les deux équipes influent positivement sur l'affluence. S'intéressant à la première division écossaise, N. Jennett a montré que la population est le déterminant le plus important et précisé l'influence réciproque de la valeur des visiteurs et de la distance séparant les deux villes (Jennett, 1984).

¹Les meilleures affluences s'obtiennent au printemps et en été, les plus mauvaises en automne et en hiver. Ces fluctuations s'expliquent par trois raisons principales : les conditions climatiques ; les vacances estivales ; la logique même de la compétition (l'intérêt du public est toujours plus important en début et fin de saison).

²ROTTENBERG S. (1956), "The Baseball Players' Labour Market", *Journal of Political Economy*, vol. 64, pp. 242-258, cité par (Walker, 1986).

³DEMMERT H. G. (1973), *The Economics of Professional Team Sports*, Lexington, Lexington Books, cité par (Walker, 1986).

Un modèle économétrique

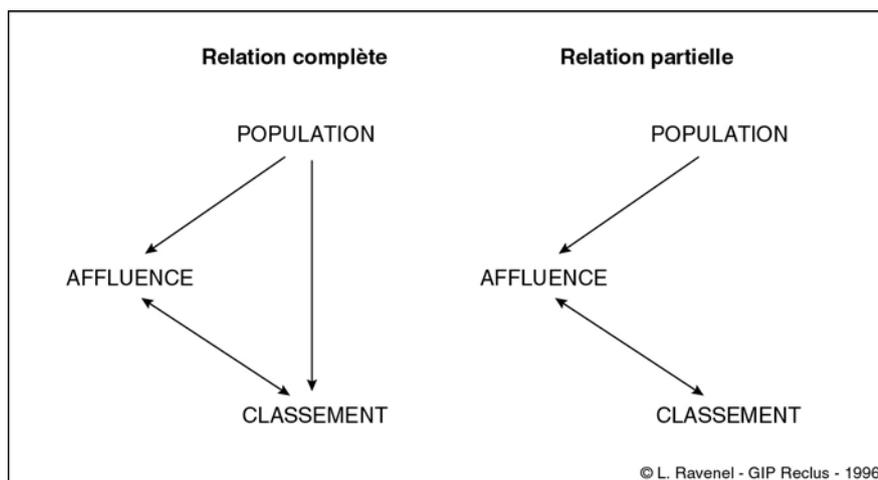
L'étude de B. Walker est sans doute l'une des plus complètes car elle a été appliquée aux quatre premières divisions du championnat anglais (Walker, 1986). Ses résultats apportent une confirmation et une distinction des facteurs énumérés jusqu'ici. Par un travail empirique, l'auteur tente une quantification ou, plutôt, une hiérarchisation des facteurs déterminant le nombre de spectateurs assistant à une rencontre de football. Il dispose pour cela d'un échantillon de 183 matches qu'il a soumis à une analyse statistique (régression multiple linéaire et non linéaire) utilisant des facteurs explicatifs à références sportives et géographiques¹. Le prix des places, la concurrence avec les autres sports n'ont pu être pris en compte car les difficultés d'estimation et de comparaison l'ont emporté à l'échelle des 92 équipes.

Les résultats avancent plusieurs notions primordiales qu'il faut interpréter selon les divisions. Sur l'ensemble des rencontres (de la D1 à la D4), la population apparaît comme le facteur capital et l'auteur détermine 725 spectateurs supplémentaires par tranches de 100 000 habitants. Interviennent ensuite, avec des degrés de signification décroissants et des effets négatifs, le classement des deux équipes, la distance les séparant - son influence décroît de manière exponentielle - et, enfin, les dernières performances des joueurs locaux. Néanmoins, à ce niveau de l'analyse, les entrées restent fondamentalement quantifiées par le statut hiérarchique du club. L'appartenance à une division détermine un seuil d'affluence et cette dépendance est fortement tributaire de la population. Par conséquent, si la multicolinéarité entre le classement et la population peut être évitée à l'échelle de la rencontre², elle réapparaît expressément dans le statut hiérarchique des clubs. D'autre part, les modèles et leurs significations varient fortement suivant les divisions. En première, les deux facteurs principaux sont la population et le classement de l'équipe visiteuse tandis que la distance entre les deux équipes possède un effet mineur. En revanche, pour la seconde, la population n'est plus significative et c'est au contraire les valeurs des équipes qui l'emportent.

¹La population de l'agglomération ; la population de l'agglomération de l'équipe visiteuse ; le classement de l'équipe locale ; le classement de l'équipe visiteuse ; la distance entre les deux centres urbains ; les dernières performances de l'équipe locale (nombre de points marqués dans les quatre derniers matches à domicile) ; diverses "dummy" variables indiquant la division et le statut spécifique du club.

²À l'échelle de la rencontre, les variations du classement sont totalement indépendantes de la population que l'on peut assimiler à une constante sur toute la saison.

Fig. III.4 - La relation envisagée



Relation complète, relation partielle

Nous avons effectué une étude similaire afin de vérifier la correspondance et le bien-fondé de ces conclusions pour le championnat de France. L'existence au sein de la première division d'un lien entre la population et l'affluence pourrait confirmer notre hypothèse sur le manque de public. La présence au plus haut niveau de petites villes et, d'une manière générale, le non-respect de la relation hiérarchique ne permettent pas de d'utiliser pleinement les effets démographiques (fig. III.4).

La relation complète exige un lien fort entre la population de l'agglomération et le classement du club, autant pour son statut divisionnaire que pour sa valeur au sein de la compétition. C'est pourquoi, un effet positif de l'affluence est quantitativement démultiplié par l'action simultanée des deux variables. L'équipe d'une grande ville attirera nettement plus de spectateurs si elle se place en haut du classement. Par exemple, l'équipe parisienne possède depuis cinq ans l'un des plus importants publics de France et cet événement est essentiellement le résultat de son renouveau sportif. La logique est identique à Marseille : quand l'équipe est au sommet, le *Stade Vélodrome* se remplit et sa grande capacité maximise les quantités de supporters. Exemple, la saison 1992/1993 a connu la meilleure affluence de tous les temps en première division avec 4 631 423 spectateurs car elle a été synonyme d'une lutte acharnée entre Paris et Marseille pour le titre final. Les deux équipes totalisaient alors 22% des spectateurs annuels. En revanche, les bons classements de Monaco (92 649 spectateurs soit 2% de l'affluence totale) ou d'Auxerre (4%) et, *a contrario*, les mauvaises places de Lille, Toulon ou Lyon ne permettaient pas à l'effet de masse de jouer pleinement. La présence de petites villes diminuait d'autant les potentialités générales de spectateurs créant une sorte d'effet structurel.

1.2.2 L'examen des variables françaises

Notre analyse, tout en reprenant les principes conceptuels définis par B. Walker, propose une approche fondamentalement exploratoire, graphique et offre peu de contributions proprement quantitatives. Les modèles développés par ces auteurs américains ou anglais nous laissent perplexes, non par leurs résultats mais en raison des méthodes employées. Nous sommes gêné par ces mises en équation généralisées qui ne se soucient point d'un examen approfondi de l'information. L'emploi de l'analyse exploratoire apporte une démarche plus intuitive et procède selon une intention préalable de compréhension et de simplification. Nous avons réalisé l'analyse selon deux niveaux (rencontre et saison) et, bien que les deux conceptions se rejoignent dans les résultats généraux, quelques dissemblances subsistent. À l'échelle de la rencontre, nous avons utilisé le nombre officiel de spectateurs communiqué par la LNF¹, la population des agglomérations, le classement des deux équipes au moment de la rencontre, la distance séparant les deux villes. Tous les matches de la saison ont été soumis à l'analyse à l'exception des quatre premières journées (D1 et D2), des trois dernières (D1) et des sept dernières (D2)² pour un total de 672 rencontres (320 en D1, 352 en D2). En revanche, à l'échelle de la saison, l'affluence médiane a été retenue, le classement final de l'équipe s'est substitué aux classements intermédiaires tandis que la notion de distance a perdu toute signification.

L'effet démographique

La figure III.5 montre l'importante relation qui s'établit entre la population et le nombre de spectateurs, confirmée par un R^2 égal à 43,7%. Néanmoins, l'influence du public n'est pas linéaire et une transformation de la variable par sa racine carrée s'avère nécessaire pour adapter correctement un modèle de régression. Pour les faibles quantités de spectateurs, les écarts deviennent plus importants, l'inverse s'opérant à l'autre extrémité de la distribution. Avec cette transformation, le coefficient de détermination atteint 47,6% de la variation explicative et, surtout, l'examen des résidus confirme la validité de la relation. Cependant, on ne peut se contenter de cette mise en évidence globale car le graphique montre l'existence de plusieurs sous-populations. En dessous des 200 000 habitants, l'intensité de la liaison s'atténue grandement, devient quasiment nulle d'où le besoin ultérieur d'une transformation des spectateurs par leur racine carrée.

Comme le montrait B. Walker, la dichotomie s'opérant entre la première et la deuxième division explique cette relation non linéaire car la population intervient différemment suivant le niveau hiérarchique de l'équipe. En D1, une certaine proportionnalité se vérifie mais, en D2, une indépendance relative s'observe (fig. III.6). Le phénomène se constate d'ailleurs semblablement à l'échelle de la

¹Chaque saison, la Ligue Nationale de Football publie dans son annuaire officiel (LNF, 1994, 1995) les affluences de la saison précédente pour toutes les rencontres de première et deuxième division.

²Cette restriction évite un biais relevant d'affluences toujours supérieures en début ou fin de saison dues aux vacances, à l'intérêt du championnat et aux conditions météorologiques plus favorables.

1. Les spectateurs, un élément du système

saison. En D1, le coefficient de détermination est de 35%, il n'atteint que 16,2% en D2. D'une manière similaire, la transformation par la racine carrée du nombre de spectateurs ne modifie rien en première division mais améliore la régression en seconde ($R^2 = 20,7$), ce qui suppose une disparité de comportement entre les deux niveaux.

Fig. III.5 - Population et affluence à l'échelle d'une rencontre (D1-D2, 1993/1994)

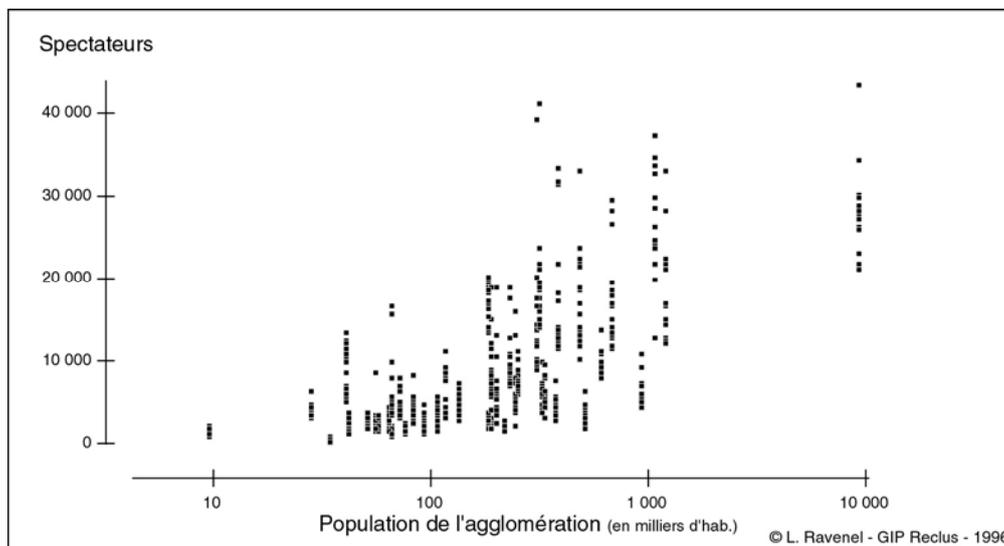
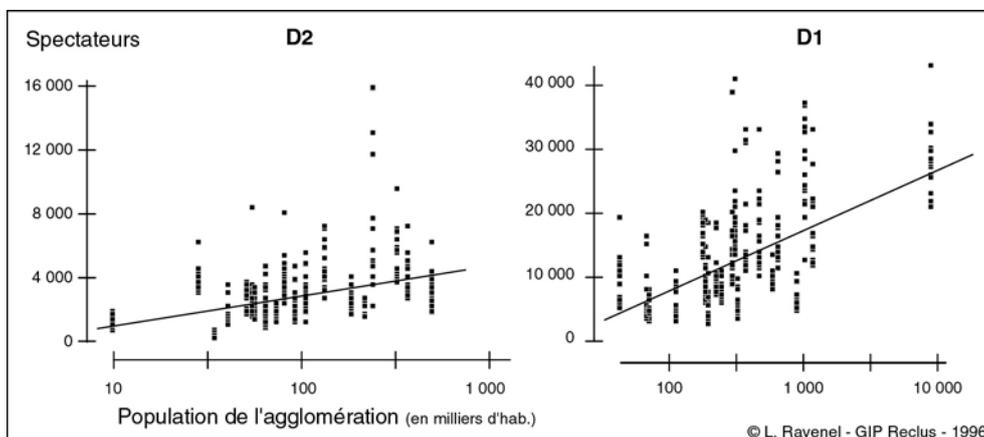


Fig. III.6 - L'influence de la division sur les affluences (1993/94)



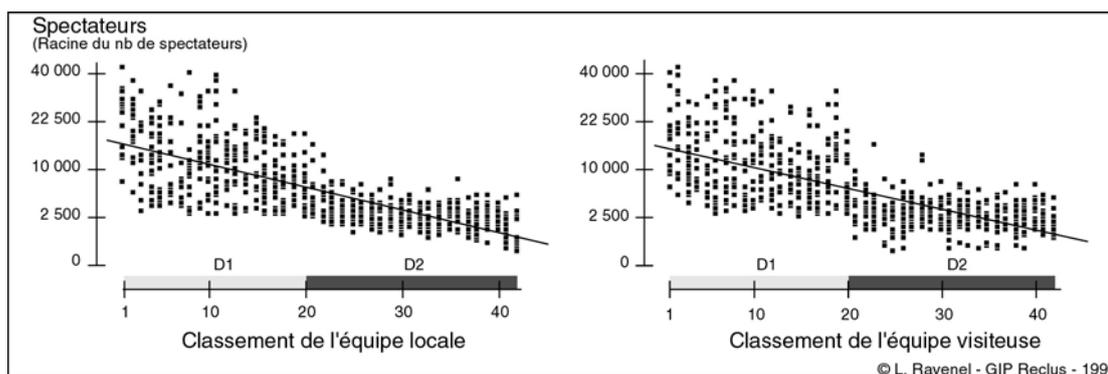
L'influence du classement partiel

De plus, Walker précisait qu'à l'échelle de la rencontre, le classement du club réduisait, voire annulait la multicolinéarité entre la population et le classement¹. L'idée obéit à une validation théorique formelle car les deux variables

¹Sur les problèmes de multicolinéarité voir (Berry et Feldman, 1985, pp. 37-50).

n'interviennent pas selon les mêmes échelles temporelles : les variations dans les positions sportives au cours de la saison ne peuvent être imputées à des dynamiques démographiques. Néanmoins, en raisonnant par seuils de valeurs, l'argumentation est invalidée car la dichotomie D1/D2 affirme l'existence de deux niveaux de population qui s'observent même dans le cadre français. Les graphiques bivariés établis entre le nombre de spectateurs et le classement de l'équipe à domicile ou visiteuse montrent deux relations semblables (fig. III.7).

Fig. III.7 - Spectateurs et classements à l'échelle de la rencontre (1993/94)



La dichotomie assume la majeure partie de l'information avec une coupure très nette dans l'influence des visiteurs. Une analyse de variance confirme que 47% de la variation est exprimée par cette distinction. Or, dans chacune des deux sous-populations, le classement intervient pour une part minime. L'influence de l'équipe visiteuse est inexistante sur l'ensemble des rencontres tandis que la place de l'équipe locale explique 15% de la variation en D1 et 18% en D2, à condition d'opérer une transformation radicale de la variable "spectateur". En effectuant une régression sur chacune des divisions, les résidus obtenus sont indépendants de la population en seconde mais confirment toujours une relation en première ($R^2 = 30,5$).

Des conclusions relationnelles

Ainsi, cet examen apporte plusieurs conclusions. Tout d'abord, le fait démographique s'affirme comme le facteur primordial mais, à l'échelle des deux divisions, on ne peut pas dégager précisément l'effet dû à la coupure hiérarchique entraînant la multicolinéarité. En revanche, l'examen des deux sous-groupes montre une influence distincte de la population : elle agit encore d'une manière importante en première division mais de façon beaucoup plus minime en seconde. Une régression multiple effectuée pas à pas, avec les mêmes variables et selon les divisions, renforce nos arguments (tab. III.1).

1. Les spectateurs, un élément du système

Tab. III.1 - Coefficients de la régression multiple

Matrices des corrélations

D1	RacineSPEC	Clas. Local	Clas. Visit.
Clas. Local	- 0,4		
Clas. Visit.	- 0,27	- 0,03	
Log. POP	0,59	- 0,22	0,05

D2	RacineSPEC	Clas. Local	Clas. Visit.
Clas.Local	- 0,43		
Clas. Visit.	- 0,21	- 0,1	
Log. POP	0,46	- 0,27	- 0,04

Coefficients de corrélations partiels

R ²	Log. POP	Clas.Local	Clas. Visit.
0,52	0,54	- 0,29	- 0,3

R ²	Log. POP	Clas.Local	Clas. Visit.
0,35	0,36	- 0,34	- 0,19

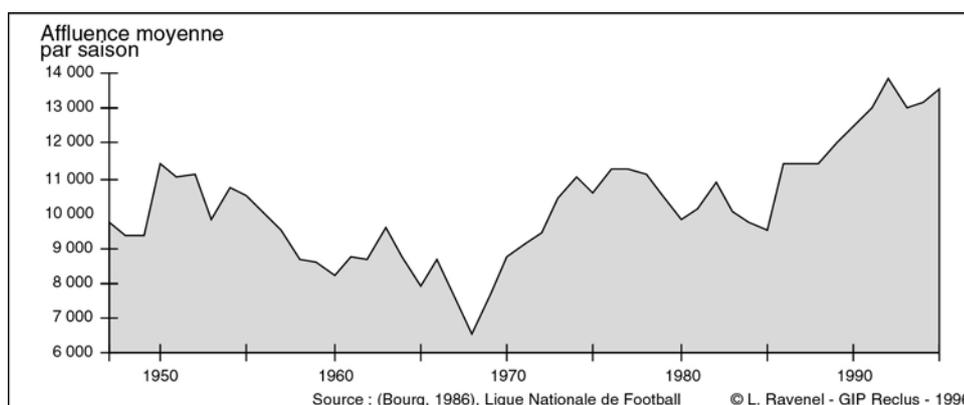
En D1, les trois variables expliquent 52% de la variation contre 35% en D2 et, à l'intérieur des deux groupes, les coefficients de corrélations partiels établissent des différences significatives. En deuxième division, la population et l'équipe locale ont des valeurs sensiblement identiques (0,36 et 0,34) et le classement de l'équipe visiteuse joue très peu (0,19). En revanche, au niveau supérieur, la population domine avec un coefficient de corrélation partiel de 0,54, le classement des deux équipes intervenant semblablement et inférieurement. L'explication totale par le modèle est faible mais les effets résiduels sont démultipliés avec cette quantité élevée d'individus.

Enfin, et contrairement à ce qu'observent les auteurs britanniques, l'effet gravitaire de la distance et la population de l'agglomération visiteuse n'ont aucune incidence. Ces facteurs peuvent apparaître à l'occasion de derbies régionaux mais leur nombre restreint confère à ces rencontres un simple rôle résiduel. L'unicité observée, la répartition relativement homogène des clubs ne favorisent pas l'existence des derbies, si courants ailleurs en Europe. Cette faiblesse liée à la distribution spatiale peut apporter un élément de réponse supplémentaire au manque de spectateurs. En effet, ces matches suscitent toujours un engouement majeur en raison de la proximité géographique permettant aux supporters des deux équipes d'assister à la rencontre. On peut raisonnablement supposer que l'absence relative de ces confrontations entraîne *de facto* une baisse générale des assistances. L'argument a été utilisé par Jennett pour montrer, dans le cadre des troisième et quatrième divisions anglaises, le besoin d'un regroupement régional des clubs. En effet, cette régionalisation des divisions inférieures par la création de groupes géographiques permettrait d'accroître l'effet bénéfique de la distance par la multiplication des derbies régionaux (Jennett, 1984). En France, comme nous l'avons vu, cette argumentation a été employée lors de la création du National en 1970.

À l'échelle de la saison, la relation apparaît de nouveau et les mêmes remarques s'observent concernant la dichotomie D1/D2. Sur l'ensemble des individus, on

obtient de très bons résultats avec la population de l'agglomération et le classement de l'équipe à la fin de la saison¹. Comme précédemment, les deux variables jouent distinctement suivant les divisions. En première, 46% de la variation est expliquée par la masse démographique, les 10% supplémentaires par les résultats de l'équipe et ce, quelle que soit la population considérée. En revanche, la deuxième division manifeste un pourcentage plus faible d'explication démographique (seulement 34%) mais, surtout, la valeur de l'équipe n'est plus un facteur significatif.

Fig. III.8 - L'évolution des spectateurs dans le championnat de France de D1 (1947-1995)



1.2.3 Une relation avec la structure urbaine du championnat

Selon notre hypothèse et comme nous l'avons montré dans la deuxième partie, l'inexistence d'un lien étroit entre le classement et la hiérarchie urbaine peut expliquer les affluences inférieures observées en France car les deux facteurs ne peuvent cumuler leurs effets. Le remplissage du stade est une fonction de la localisation urbaine et de la correspondance entre cette dernière et le classement de l'équipe tant au niveau de la division qu'à l'intérieur même de ce groupe hiérarchique. À ce titre, l'évolution des affluences du championnat français peut nous aider à confirmer cette hypothèse (fig. III.8).

L'observation dynamique

Réalisée pour la première division depuis 1945, l'évolution comporte plusieurs phases jalonnées de pics et de creux. En 1950, on observe un maximum de 11 403 spectateurs puis la baisse est inéluctable jusqu'à la fin des années soixante. Lors de la saison 1968/69, le minimum historique de fréquentation est atteint avec 6 555 personnes en moyenne. Elle remonte ensuite jusqu'au milieu des années soixante-

¹La réduction du nombre d'individus (il n'y a plus que 41 agglomérations) fait sensiblement augmenter la valeur du coefficient de détermination qui passe à 75,6%. Cette échelle sera utilisée pour la représentation cartographique des résidus.

1. Les spectateurs, un élément du système

dix où un palier digne des années cinquante est retrouvé. L'affluence baisse légèrement jusqu'au milieu des années quatre-vingt pour augmenter de nouveau et connaître une progression sans précédent depuis cinq ans avec un maximum lors de la saison 1992/93. La montée en puissance des clubs français, les bons résultats obtenus à l'échelle européenne ont accru l'intérêt du championnat tout comme la croissance du nombre de rencontres télévisées. Contrairement aux prévisions les plus pessimistes, il n'y a aucune corrélation entre la quantité de matches diffusés à la télévision et la fréquentation des stades ou, du moins, pas dans le sens attendu. C'est au moment où il n'y a jamais eu autant de rencontres sur le petit écran que le football connaît ses meilleures affluences. Le matraquage médiatique joue un rôle publicitaire et attractif permanent à condition de ne pas franchir un seuil de saturation¹. Enfin, on peut encore envisager l'amélioration permanente du confort dans les stades (couverture des tribunes, multiplication des places assises, meilleures conditions de sécurité) ou l'élargissement des politiques tarifaires qui ouvrent les enceintes sportives à une clientèle diversifiée².

Les figures II.9 et II.10³ qui présentaient l'intensité de la liaison entre la hiérarchie urbaine et classement offrent de remarquables similitudes avec le document précédent. Toutefois, avant 1965, le parallèle est délicat car l'absence de relation n'induit pas une faiblesse dans les affluences, au contraire. Deux facteurs expliquent probablement cette liberté. D'une part, le football fonctionnait dans un système spatialement fermé, avec un nombre de clubs limité et ne pouvait donc établir une logique urbaine sur l'ensemble du pays. D'autre part, cette forte concentration spatiale entraînait une quantité relativement élevée de derbies régionaux qui n'existent plus aujourd'hui car la diffusion des clubs sur le territoire a sensiblement modifié les distances entre les matches. Ainsi, pour l'unique première division, 11% d'entre eux se déroulaient à moins de 150 km de 1945 à 1949. Après une diminution constante, ce taux atteint aujourd'hui la valeur de 6%.

Après le pic difficilement explicable de 1965 (fig. II.9), la relation connaît un minimum et le nombre de spectateurs plonge lui aussi à la fin des années soixante. Des petites villes rejoignent la première division et la fréquentation diminue automatiquement à la suite d'un simple effet mécanique. Avec la réforme de 1970 et l'intensification de la relation, les spectateurs retournent vers les stades tout comme ils les désertent de nouveau au début des années quatre-vingt car la hiérarchie urbaine est moins respectée par le classement. Enfin, depuis 1986, les courbes évoluent parallèlement avec un maximum en 1992, signe des fortes oppositions entre les deux plus grandes villes de France. Le lien entre les deux notions ne fait aucun doute et un exemple supplémentaire peut le démontrer.

¹Dans un sondage réalisé sur les rapports entre le football et la télévision, 41% des personnes interrogées pensent qu'il y a trop de football sur les écrans et, surtout, trop de mauvais matches diffusés. Un seuil de saturation semble atteint mais les rencontres télévisées continuent leurs progressions télévisuelles. Voir : "Le football crève l'écran", Sondage BVA-France-Football, *France-Football*, n° 2564, 30 mai 1995, pp. 10-11.

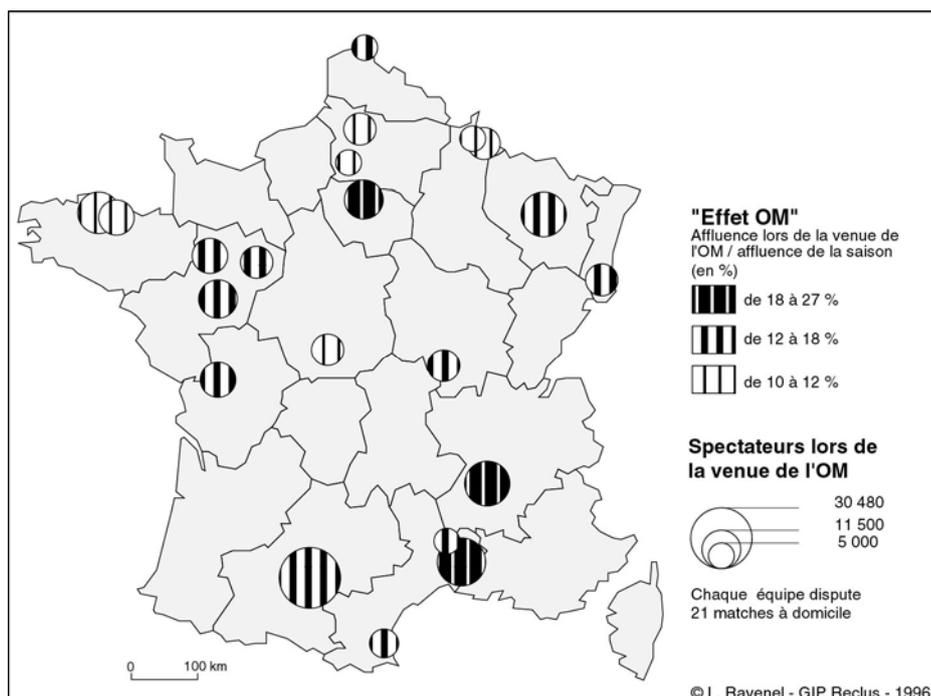
²"Comment remplir les stades", *La Lettre de l'Économie du Sport*, n° 277, 9 novembre 1994, p. 6.

³Voir II.2.2.2.

“L'effet OM”

Lors de la saison 1994/95, le record d'affluence du championnat (D1 et D2) est battu avec 7 042 571 spectateurs. En première division, l'affluence s'accroît de 1,9% par rapport à la saison précédente continuant la progression générale sur le moyen terme engagée depuis le milieu des années quatre-vingt. En revanche, les spectateurs progressent de 48,8% en seconde division sous l'effet d'un véritable “effet OM” (carte III.3).

Carte III.3 - L'influence de l'OM sur les affluences de la D2 (1994/95)



L'équipe marseillaise attire 20% de la totalité des spectateurs au *Stade Vélodrome* et ses déplacements sont vécus toute l'année comme des événements. L'OM signe les vingt meilleures affluences de la saison : quinze le sont à domicile, cinq l'extérieur¹. “L'effet OM” se répercute sur tous les clubs car la venue de Marseille entraîne toujours une majoration moyenne de 10% par rapport aux affluences habituelles. À Toulouse, il est multiplié par la taille de la ville et la distance séparant les deux clubs tandis qu'au Red-Star, les nombreux supporters marseillais de l'agglomération parisienne viennent encourager leur équipe fétiche. En revanche, à Gueugnon, la capacité réduite du stade n'a pas permis de rentabiliser la venue des Phocéens. On imagine aisément la perte subie par la première division : l'absence de Marseille, qui accrédite la faible liaison hiérarchie urbaine/classement, diminue automatiquement les assistances. La saison suivante n'améliore pas la situation car les montées concomitantes de Gueugnon et de Guingamp réduiront encore le potentiel.

¹À Toulouse, Nîmes, Nancy, Valence et Guingamp.

1. Les spectateurs, un élément du système

Par conséquent, tant que les structures du football ne répondront pas directement à une logique liée à la hiérarchie urbaine du pays, les affluences ne pourront se hisser au niveau des grands pays étrangers. La faiblesse française est fortement liée à cet effet structurel et celui-ci s'autoentretient. Les clubs des grandes villes ne peuvent pas profiter pleinement de leurs spectateurs éventuels en raison de mauvais résultats chroniques et cette limitation ne leur procure pas d'avantages significatifs par rapport aux petites villes. La localisation dans les plus grandes n'est donc pas un impératif et cela entraîne automatiquement un niveau moindre de fréquentation. Dans l'état actuel, la boucle est rétroactive.

1.2.4 Les effets résiduels

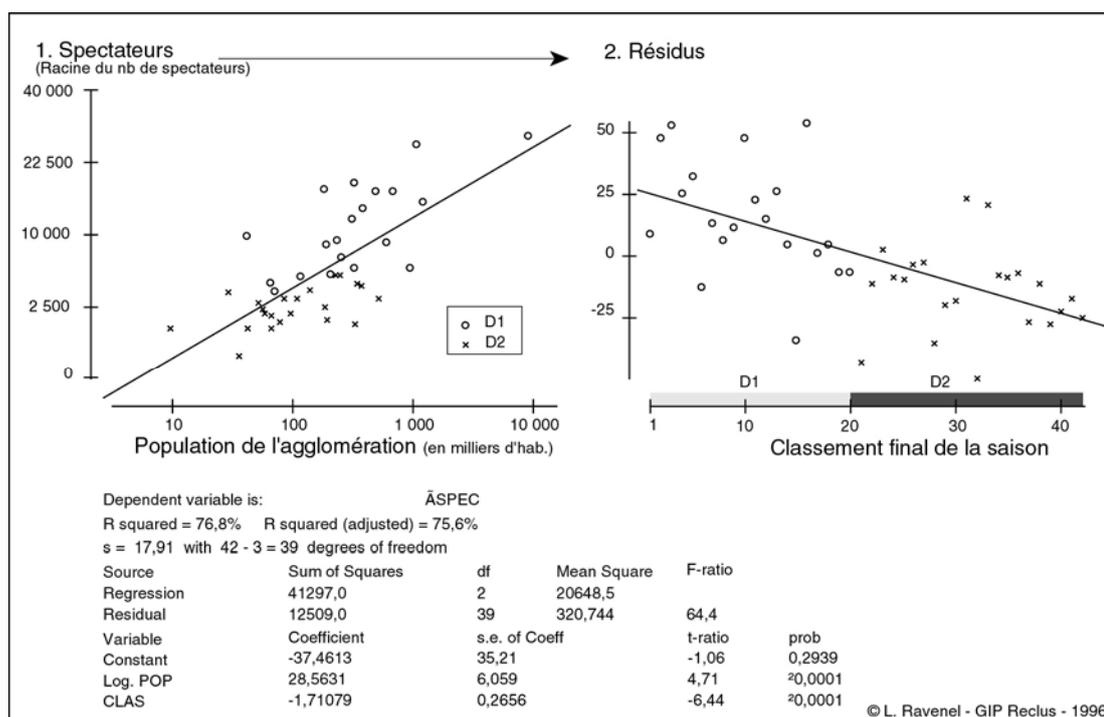
Nous soulignons précédemment les hypothèses sociologiques relevant des compositions sociales du public et nous concluons par une minimisation certaine de leurs impacts sur les affluences. Dans notre modèle explicatif fondé sur la population des agglomérations et le classement des équipes, nous avons tenté d'introduire les effets d'une éventuelle surreprésentation de certaines catégories sociales (part des ouvriers ou des employés, taux de chômage, etc.) mais, jamais, ces variables n'ont eu un effet significatif sur l'ensemble des individus. Elles s'analysent davantage comme résiduelles, ce qui apparaît lors de la spatialisation des données.

Extraction des composantes structurelles

Nous avons exprimé les spectateurs de chaque club par la médiane des affluences (saison 1993/94) car l'emploi de cet indicateur relativise l'existence de matches jugés exceptionnels¹. La distribution possède alors une forme asymétrique tirée vers le haut par quelques valeurs fortes correspondant aux deux meilleurs clubs de la saison : l'OM et le PSG ont tous les deux attiré plus de 25 000 personnes par rencontre. Vient ensuite un second groupe (entre 13 et 20 000 spectateurs) constitué de clubs importants : Lens, Lyon, Saint-Etienne, Bordeaux et, une première exception, Caen. Un troisième groupe est composé de clubs moyens comme Montpellier, Le Havre, Metz, Toulouse ou Auxerre qui attirent entre 9 000 et 11 000 spectateurs. En dessous de 6 000 spectateurs, les grands clubs de deuxième division apparaissent et se mêlent aux petits de la première. Le graphique bivarié confirme une relation positive qui exprime 51% de la variation à condition de transformer les spectateurs par leur racine carrée (fig. III.9). Cette adaptation traduit la faible influence démographique sur la croissance du public en seconde division.

¹À l'échelle d'un match, beaucoup de facteurs interviennent pour accentuer ou minimiser ses spectateurs : conditions météorologiques exécrables, derby, "effet OM", opération promotionnelle. Par exemple, lors de la saison 1994/95, la rencontre Nancy-le Mans attira notre attention avec une affluence estimée à 21 825 spectateurs, totalement disproportionnée au regard des habitudes du stade *Marcel Picot*. La seizième place du Mans ou la cinquième de Nancy ne justifiait pas un tel engouement. En définitive, les places du match avaient toutes été achetées par les Centres Leclerc qui, dans le cadre d'une opération promotionnelle, les avaient offertes à leurs clients.

Fig. III.9 - Une régression multiple pour expliquer les affluences (1993/94)



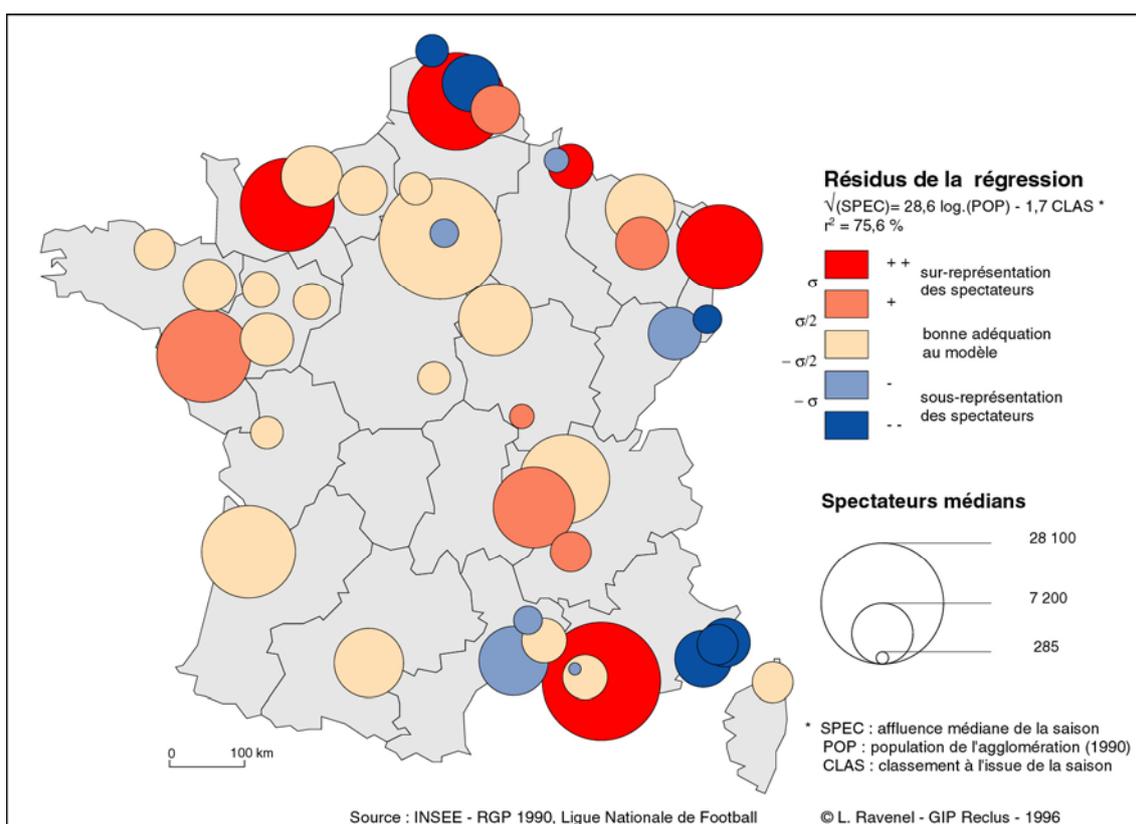
Après avoir extrait la composante démographique, nous avons soumis les résidus obtenus aux autres variables explicatives possibles. Le modèle multivarié est ainsi complété *pas à pas* avec une référence permanente à la structure des données. Confrontés au classement, les résidus expriment une nouvelle relation, négative et indépendante de la population. Plus l'équipe est mal classée, moins elle attire de spectateurs mais ce classement tient compte du niveau hiérarchique entre les deux divisions. Nous pouvons donc judicieusement envisager un modèle de régression multiple non linéaire qui expliquerait l'affluence comme une fonction positive de la taille de l'agglomération et une fonction inverse du classement. À ce niveau, aucune autre variable n'apporte une information significative. Ainsi défini, le modèle explique 75,6% de la variation de l'affluence et les résidus cartographiés nous permettent d'envisager quelques explications supplémentaires (carte III.4).

Tout d'abord, les clubs de l'Ouest, du Bassin parisien, du Sud-Ouest apparaissent, à l'exception de Caen, relativement homogènes. Leurs affluences correspondent à un modèle technique : le public est en relation avec la population et s'accommode du classement. Les clubs ne souffrent pas de désaffections

1. Les spectateurs, un élément du système

régionales, de concurrences fortes. Toutefois, compte tenu du manque d'enquêtes sur le terrain, nous ne connaissons que les chiffres globaux de fréquentation et non l'origine géographique du public permettant de déceler une véritable zone d'influence. Dès lors, nous envisageons seulement des hypothèses sur la mauvaise adaptation du modèle à l'aide de nouveaux paramètres explicatifs.

Carte III.4 - Les affluences en France après extraction des composantes structurelles (1993/94)



Des espaces qui s'écartent du modèle

À l'inverse, le Nord, l'Est et la côte méditerranéenne se distinguent par une plus grande complexité envers le modèle. Les quatre clubs nordistes indiquent un comportement des spectateurs différencié, un aspect dual qui oppose Lens et Valenciennes à Lille et Dunkerque. Lens - et à un moindre degré Valenciennes - affiche son particularisme lié à cette tradition ouvrière, minière à laquelle on confronte facilement l'univers "bourgeois", "cosmopolite" de Lille. Mais, si l'on accepte le fait social comme paradigme explicatif, que fait-on de Dunkerque, ville dont la spécialisation industrielle n'est pas à démontrer? D'autre part, les effets de concurrence par le débauchage de spectateurs venus d'autres clubs ne semble nullement agir ici. Réalisée sur le RC Lens lors de la saison 1977/78, l'une des rares études françaises sur la provenance géographique du public valide cette hypothèse. Analysant l'origine des spectateurs lensois, J.M. Dewailly montre que

95% d'entre eux provenaient d'une zone située à moins de 50 km et "que c'est de 25 km à la ronde que le club reçoit l'essentiel de son public (78%). Au-delà de cette distance, c'est une clientèle plus exceptionnelle" (Dewailly, 1985, p. 430).

Placés par le modèle dans une position identique à Lens et Lille, les deux clubs des Ardennes affichent leurs différences : public soudé derrière les joueurs sedanais, public absent à Charleville. L'histoire du football et le prestige séparent fondamentalement les deux villes. Plus à l'Est, le pôle strasbourgeois domine l'ensemble et Mulhouse souffre du retour en force du premier club alsacien. Sochaux, aux origines industrielles et à l'histoire prestigieuse, n'a jamais fédéré les masses. Il démontre, une fois de plus, la relativité de la proposition associant spectateurs et villes industrielles. Proposition que l'on retrouve à Saint-Étienne où, malgré les mauvais classements, les affaires et l'existence d'un passé glorieux, le public se retrouve toujours au stade *Geoffroy-Guichard* en communion avec son équipe qu'il n'hésite pas à conspuer quand ses joueurs ne "mouillent pas leur maillot". Une enquête a révélé qu'il éprouvait de l'affinité pour ses homologues lensois ou sochaliens car ils partagent certaines valeurs communes liées à une sensibilité ouvrière (Charroin, 1994). Toutefois, la comparaison s'arrête là car Saint-Étienne bénéficie toujours de l'image des Verts qui lui permet encore de recruter ses spectateurs au sein d'un espace élargi car seulement 18% proviennent de l'agglomération et 44% du département de la Loire (*Ibid.*). Jusqu'ici la position au classement n'a pas encore affecté profondément la fréquentation car le public espère toujours retrouver une équipe adorée vingt plus tôt. L'effet de mémoire existe mais, en raison des résultats catastrophiques actuels¹, son pouvoir est en sursis.

La côte méditerranéenne propose une structure plus complexe dans laquelle Marseille se distingue par une ferveur populaire sans précédent. On a tout dit du public marseillais : sa passion, ses excès, sa ferveur, ses rancunes. C. Bromberger a longuement analysé ces fanatiques qui font figure d'exception dans le football français (Bromberger, 1995, pp. 71-78) et propose plusieurs axes pour expliquer cet engouement hors du commun. Tout d'abord, la mauvaise réputation de la ville encourage ses habitants à la défendre à travers son unique club national et "cette conscience vive d'une identité bafouée se conjugue avec une tradition de dissidence et d'opposition frondeuse au pouvoir central où puise le sentiment d'une irréductible singularité" (*Ibid.*, p. 74). À cela, l'auteur ajoute la conscience d'une forte identité populaire², nécessaire mais en aucun cas suffisante. Enfin, et peut-être est-ce le point essentiel, le soutien à l'OM serait l'un des moyens d'intégration dans une cité fortement cosmopolite (*Ibid.*, pp. 75-78). Si Martigues réussit à échapper à la concurrence marseillaise, le club ne le doit qu'à sa place en première division et les

¹Reléguée en D2 à la fin de la saison 1995/96, l'équipe stéphanoise a failli descendre en N1. Elle entame une nouvelle période de purgatoire qui pourrait détourner les fidèles déçus par les promesses non tenues des dirigeants successifs.

²"Marseille [...] demeure une des dernières grandes villes populaires en France, dont la banlieue tient dans les murs et dont les quartiers centraux sont encore habités par de petites et moyennes gens. [...] Ce sport populaire a trouvé dans cette cité à forte tradition ouvrière un terrain particulièrement propice à son enracinement" (Bromberger, 1995, p. 74).

1. Les spectateurs, un élément du système

tribunes de *Francis Turcan* peuvent se remplir d'un nombre de spectateurs en rapport avec la faible population locale. A l'inverse, Istres, en deuxième division, bat tous les records de désertion avec une médiane de 285 spectateurs par match car ses supporters partent vers l'OM. En Languedoc, Alès démontre toujours la précarité du lien existant entre les conditions socio-économiques et l'importance du public.

Le groupe des trois clubs azuréens dégage une certaine identité régionale. Ni Cannes, ni Nice, ni Monaco n'ont des affluences en rapport avec leurs capacités démographiques ou sportives et cette situation ne se remarque nulle part ailleurs en France. Le détournement mutuel des spectateurs dû à la forte proximité ne peut être invoqué car il entraînerait automatiquement une régulation géographique et un accroissement des différences. En revanche, la multiplication d'autres activités de loisirs peut détourner le public des stades. Dans une rhétorique provocante, les clubs du nord de la France évoquent le côté facile, clinquant, artificiel des clubs de la Côte d'Azur qui survivent sans public et ne soulèvent pas d'enthousiasmes excessifs. Si Nice ou Cannes luttent continuellement contre la relégation, les bons résultats de Monaco ne lui donnent aucun avantage. Alors on évoque un "*public peu sportif*", préoccupé par les autres événements de la Côte¹, une population dans laquelle les couches populaires sont faiblement représentées.

Une structure latente

Afin de tester la rigidité de ce modèle, nous l'avons appliqué à la saison suivante et, comme nous nous y attendions, les résultats sont légèrement moins bons avec seulement 73% d'explication. La baisse est compréhensible, attendue car la saison 1994/95 marque la relégation marseillaise. Cependant, les points forts et faibles du territoire n'ont pas évolué : Lens au nord, Caen à l'ouest, Strasbourg à l'est et Marseille au sud gardent des résidus positifs. Le caractère particulier de ces clubs n'a pas été mis en défaut par un changement de leur position. Le modèle a intégré la plus grande partie des bouleversements dus aux modifications de classement. La chute d'Angers en deuxième division, l'accession rennaise à l'élite, le titre de champion pour Nantes et la montée de Guingamp en deuxième division n'ont que peu modifié les résultats. Le public nantais, par exemple, a crû tout au long de la saison accompagnant le parcours victorieux de son équipe, celui de Rennes étant attiré par l'élite et ses affiches. Dans le Nord, la situation s'est stabilisée malgré la chute de Valenciennes tandis qu'à l'est, les résultats de Strasbourg ont suivi la progression du public, Mulhouse a persisté dans sa crise et Sochaux, malgré des résultats catastrophiques, a gardé un public faible mais constant. Dans la région Rhône-Alpes, la récession qui a frappé Saint-Étienne ne s'est pas traduite par une baisse concomitante des affluences. Comme à Marseille, l'inertie a dominé et le temps de réponse à la crise a été différé. Le trio des Alpes-Maritimes souffre toujours d'un manque de spectateurs. Istres descendu, Martigues a pris le relais de la faible attractivité malgré des résultats en progression qui semblent toutefois atteindre un seuil maximal.

¹"Comment remplir les stades", *La Lettre de l'Économie du Sport*, n° 277, 9 novembre 1994, p. 6.

Ainsi, l'examen des résidus affirme la particularité des conditions locales dans la détermination des affluences. Comme pour les derbies ou les "affiches" à l'échelle de la rencontre, cet impact est limité au caractère singulier du club et ne peut être étendu à l'ensemble des individus dans une tentative d'explication globale. De fait, nous préférons insister sur la structure de la relation entre le succès et la hiérarchie urbaine qui provoque automatiquement une concordance ou, *a contrario*, une divergence sur le rôle des facteurs contribuant à l'accroissement des spectateurs.

La carte apporte aussi des éléments supplémentaires à la détermination des espaces du football. À la manière des observations effectuées lors de la diffusion, ne remarque-t-on pas dans ces écarts au modèle, la structure géographique qui oppose, dans ces grandes lignes, les zones originelles aux aires de diffusion plus récentes? Nous évoquons les lieux et les effets de mémoire : ils apparaissent certainement ici en ajoutant ou retranchant leurs effets aux composantes structurelles. Le Centre, l'Ouest ou le Sud-Ouest de la France ne manifestent aucune véritable sous ou surreprésentation et correspondent parfaitement au modèle technique. En revanche, dès que l'on aborde des espaces historiques, les réactions du public semblent refléter le poids de l'histoire. Pensons à Lille, régulièrement vainqueur au sortir de la guerre et entamant, dès la fin des années cinquante, un parcours sans éclat. Les exploits sont anciens, n'agissent plus comme stimulants ou, plutôt, sont vécus comme ceux d'une époque révolue qui n'encourage pas à retrouver le chemin des stades. Rancune contre une période faste, elle pourrait aussi s'exprimer à Sochaux, Mulhouse ou encore Alès. Mais, l'inverse s'observe et c'est au contraire la mémoire des faits anciens qui attire le public : Sedan, Valenciennes mais aussi Reims perpétuent cette tradition. Plus simplement, sans chercher de sens à une relation totalement subjective, ces espaces sont marqués de représentations anciennes, de traditions et d'expression identitaires footballistiques qui pourraient expliquer cette relative hétérogénéité des publics.

2. Les collectivités territoriales financent le football

Un système de financement propre à la France

La pénurie de spectateurs est l'une des causes et des conséquences majeures de l'organisation géographique du football français. À la fois cause et conséquence car le "système football" entretient une boucle de rétroaction qui maintient la structure en l'état. Le non-respect de la relation entre le classement et la hiérarchie urbaine ne permet pas une maximisation du public et, rétroactivement, sans cette maximisation dans les plus grandes villes, les avantages liés à la masse démographique ne peuvent s'exprimer. Dès les origines, ce déficit a poussé les clubs dans la recherche de moyens financiers annexes qu'ils ont trouvés dans le soutien des collectivités locales. Cette insertion du domaine public dans le sport professionnel a facilité l'émergence et la pérennité de clubs en des localisations qui ne rendaient pas nécessaires la présence massive de spectateurs. Dans ces conditions, les collectivités locales ont pallié l'absence du public en instaurant un système de financement incontournable et totalement spécifique à la France. Dans la seconde partie, nous soulignons l'importance du modèle notabiliaire et, à l'inverse, les faiblesses respectives des modèles de firmes ou communautaires. Les spectateurs, tout comme les entreprises, n'ont jamais réellement dominé la gestion d'une équipe française et le pouvoir a toujours été exercé par une synergie des acteurs locaux. La faiblesse du public, de l'engouement collectif est à l'origine d'une conception du haut niveau que l'on pourrait qualifier de "service public sportif". Les localisations des clubs découlent en grande partie de cette structure propre à la France.

En 1990, "une journée d'étude sur les relations entre les villes et les clubs sportifs de haut niveau" s'est tenue à Mulhouse sous l'égide de l'Association des Maires des Grandes Villes de France (A.M.G.V., 1990). Cette journée faisait suite à plusieurs rapports qui concernaient les relations instaurées entre les villes et les clubs de football (Chamond *et alii*, 1986, 1990). Dans l'introduction du colloque, J.M. Rausch, maire de Metz et président de l'A.M.G.V., rappelait avec justesse la particularité de la situation : "En effet, il n'est qu'en France que les collectivités territoriales subventionnent les clubs professionnels de football, sont propriétaires des stades dont elles assurent l'entretien, voire garantissent les emprunts contractés par les mêmes clubs" (A.M.G.V., 1990, p. 14). À cette date, le football français déplorait le plus grand déficit de son histoire et la plupart de ses dettes relevaient des collectivités locales engagées dans un vaste mouvement de financement. Dans la conclusion du colloque, les intervenants réclamaient au gouvernement et aux instances sportives des mesures draconiennes afin d'assainir les comptes. Ils devront attendre 1992 et l'arrivée de N. le Graët à la présidence de la LNF pour que des dispositions soient mises en application.

Une mutation prochaine

Par une conformation aux injonctions européennes, un aménagement de ses statuts et une diversification de ses sources de revenus, le football français s'achemine vers une entière disparition des aides publiques au 31 décembre 1999. Cette réforme, véritable cataclysme pour le monde sportif, a été lancée en 1994 par Charles Pasqua alors ministre de l'Intérieur qui estimait, dans un exposé publié par le journal officiel du 14 février 1994, que les subventions publiques destinées au sport professionnel étaient illégales et que, par conséquent, celles-ci devaient cesser¹. Cet avertissement s'adressait particulièrement au football qui avait reçu lors de la saison 1992/93 plus de 323 millions de francs, soit 15,7% des recettes totales. Simple avertissement car on ne pouvait interdire soudainement une pratique qui assurait la survie du sport professionnel. Mais, surtout, par cette déclaration, le ministre désirait ardemment que les clubs, autant que les municipalités, prennent conscience d'une situation financière devenue intolérable aux yeux des instances européennes. Ces fonds publics injectés dans le football professionnel engendraient et engendrent toujours de très vives critiques de la part de la commission de Bruxelles qui y voit une totale incompatibilité avec l'article 92 du traité de Rome qui stipule : "[...] les aides accordées par l'État ou au moyen de ressources d'État sous quelle que forme que ce soit, qui faussent et qui menacent de fausser la concurrence en favorisant certaines entreprises ou certaines productions."

En 1996, le football français est dans une période de transition : les aides publiques représentent en moyenne 20% des recettes des clubs, la loi a été réaménagée par la création de nouvelles structures juridiques pour les associations sportives mais, le 31 décembre 1999, les subventions seront interdites ... dans leur conception actuelle. En effet, rien n'empêchera les collectivités locales de rémunérer l'équipe en tant que prestataire de services dans le cadre de contrats de parrainage, publicitaires, de locations d'espaces ou d'achats de place, à condition qu'elles soient en mesure d'établir que ces opérations présentent un intérêt pour la commune, le département ou la région. Les mesures de transition, telles que la généralisation des Sociétés Anonymes à Objets Sportifs ou des Sociétés Anonymes d'Économie Mixte, régissent déjà les subventions en leur donnant le cadre officiel de conventions. La collectivité locale ne peut plus donner sans une contrepartie plus ou moins théorique. La loi entérine ainsi l'intervention du domaine public dans le sport professionnel.

Nous n'effectuerons pas une analyse globale des subventions versées qui dépasserait nos objectifs². Cependant, nous comptons présenter certains aspects de ces financements car ils sont indispensables à la compréhension des rapports liant

¹"Dans ces conditions, lorsque l'organisme bénéficiaire, de par ses statuts ou sa structure, poursuit un but lucratif, les aides financières qui pourraient être attribuées par les collectivités locales sont soumises aux dispositions concernant les entreprises commerciales." Charles Pasqua cité par *La Lettre de l'Économie du Sport*, n° 248, mercredi 9 mars 1994.

²On pourra se référer aux travaux suivants : (Chamond *et alii*, 1986, 1990), (Trèves, 1989), (Bourg, 1986), (Nys, 1983).

le football et son territoire. Dépendant financièrement de la collectivité publique, les équipes professionnelles appartiennent de fait au patrimoine sportif des villes et des régions et, contrairement aux souhaits exprimés, nous avons assisté à une généralisation de cette dépendance au cours de l'histoire. Cette véritable municipalisation du haut niveau n'est pas sans conséquence géographique : elle détermine fondamentalement la localisation, la "bonne répartition" des équipes dans l'espace français et implique des rapports spécifiques aux territoires. Malgré l'ampleur prise dans les années quatre-vingt, cette situation est une constante du football français car l'intrusion de la collectivité publique a toujours compté dans la gestion des équipes.

2.1 Le football a une mission de service public

D'une manière générale, la dimension idéologique de l'appareil d'État a toujours été sensible aux exploits sportifs. L'exemple traditionnel du sport dans les pays communistes est devenu une sorte de lieu commun applicable à toute activité de haut niveau. La littérature abonde sur le sujet tant son développement par une sociologie et une histoire des sports a été fructueux¹. L'intrusion étatique est ancienne, elle date des premières compétitions et résulte autant d'une volonté sportive que d'impératifs économiques. Tout l'environnement juridique et idéologique a favorisé cette alliance donnant au football de haut niveau sa connotation de "service public". Revendiquée par ses instances dirigeantes, la notion imprègne le discours, les faits et l'on ne peut comprendre l'organisation française sans y faire constamment référence.

2.1.1 Une intrusion déjà ancienne

L'échec du football corporatiste

À l'origine, beaucoup de clubs sont des créations d'entreprises qui désirent, par l'entremise du sport, assurer des loisirs à leurs ouvriers. Derrière ces engagements aux fortes références hygiénistes, les plus grandes firmes cachaient des visées plus générales dans un souci de valorisation interne et externe. Contrairement aux autres grands pays européens, ce mouvement général fut rejeté, marginalisé par l'accord et le désir conjoints de la fédération et des clubs à fondement territorial (Wahl, 1989, pp. 186-191). Ces associations n'appréciaient guère la concurrence jugée déloyale d'équipes propriétaires de stades confortables et "racoleuses" de

¹Voir, par exemple : (Quel Corps?, 1995), (Clément *et alii*, 1994), (Hubscher *et alii*, 1992), (Milza, 1990), (Caillat, 1989), (Thomas *et alii*, 1987).

joueurs. Elles portèrent plainte auprès de la fédération contre ces clubs, véritables filiales d'entreprises. De son côté, la FFF était terrorisée à l'idée de voir un club de marque remporter un titre : que devenait le principe d'amateurisme si la compétition se jouait désormais entre plusieurs entreprises? La peur des "joueurs sandwichs" l'emporta et la fédération obligea les équipes à enlever le nom des sociétés commerciales dans leurs appellations. En cas de refus, elle menaçait les équipes corporatistes d'un championnat détaché. Les clubs incriminés répondirent aux exigences fédérales et beaucoup fusionnèrent avec des clubs territoriaux, évitant ainsi une scission aux conséquences désastreuses pour l'ensemble des équipes. Les chefs d'entreprises atténuèrent le conflit en choisissant la présidence de clubs territoriaux, plus valorisants quant à leurs retombées économiques et sociales.

Dix années avant l'ouverture au professionnalisme, la Fédération Française de Football avait déjà refusé la participation directe des entreprises à la vie des clubs, c'est à dire la création d'un véritable football de firme tel qu'il sera pratiqué ailleurs en Europe. Ce retard pèsera constamment sur les structures et le football français ne pourra véritablement compter sur l'appui majeur et massif d'investisseurs privés.

Un premier appel aux collectivités

Dans ces conditions, les clubs se sont rapidement tournés vers les finances publiques et les mairies en particulier. A. Wahl rappelle que cette aide, essentielle ou symbolique, correspond à une période pré-professionnelle dans laquelle s'instaurent les relations guidant les futurs rapports avec les municipalités (Wahl, 1989, pp. 229-233). À la faveur de l'après-guerre et du développement général du football, les besoins monétaires des équipes s'accroissent constamment et les recettes ne couvrent plus les frais d'équipement, transport et fonctionnement. Les partisans du football font donc appel aux municipalités afin de boucler ces budgets déficitaires. Certaines aides restent encore symboliques comme les 200 francs obtenus par l'AJ Auxerre en 1928 mais elles inaugurent une habitude, une tradition qui se renforcera et s'intensifiera. En 1961, par exemple, le FC Rouen reçoit une subvention de 350 000 francs, soit 28% des recettes totales de la saison car le faible public attiré au stade *Robert Diochon* ne permet pas l'autonomie financière. À titre comparatif, un match opposant les Rangers de Glasgow aux Anglais de Tottenham dégage, en 1964, une recette correspondant à la moitié du budget du club rouennais (Wahl, 1989, pp. 268-269).

La situation ne changera pas tant que la collusion entre les instances publiques et le football professionnel s'accommodera de cet état de fait, de cette condition indispensable à la survie, à la viabilité du haut niveau. Ce partenariat s'installera dans la durée car, réciproquement, les collectivités territoriales et l'État y trouveront des avantages.

2.1.2 Une structure juridique des clubs favorables aux investissements publics

D'un autre côté, le contexte juridique de la loi 1901 a fortement encouragé l'intervention municipale, a créé un environnement favorable pour une éventuelle entremise des collectivités locales (Chamond *et alii*, 1986) (Quantin, 1995). Jusqu'en 1984¹, ces fondements n'ont jamais été remis en cause et la seule modification législative a rendu obligatoire une intervention qui se voulait théoriquement facultative. Ce statut associatif distingue la France des autres grands pays d'Europe dans lesquels les clubs professionnels répondent à des statuts privés qui, par définition, rejettent toute intervention publique. Nous présenterons succinctement ce qu'autorise le statut associatif ainsi que l'évolution récente, étape intermédiaire avant la "privatisation" des équipes. Toutefois, depuis 1984, la loi et les statuts changent constamment, sortes de perpétuels essais infructueux. De fait, nous ne prétendons aucunement à l'exhaustivité des textes, nous donnons simplement un cadre général des modifications².

La structure juridique des équipes

Selon l'article premier de la loi du 1er juillet 1901, l'association est "*une convention par laquelle deux ou plusieurs personnes mettent en commun, d'une façon permanente, leurs connaissances ou leur activité dans un but autre que de partager des bénéfices*". Exerçant une activité à but non lucratif, l'association peut alors bénéficier de subventions. Le cas du club professionnel est plutôt ambigu car, si le Conseil d'État admet la légalité de ces aides dès 1975, il n'a pas empêché une pratique généralisée avant cette date ou, au contraire, démontré leur illégalité en 1994³. Ce cadre juridique, adopté par la quasi totalité des clubs professionnels jusqu'à une date très récente, permet une intervention financière des collectivités locales ce qui autorise une souplesse dans le choix des partenaires et des modes de financements. En 1975, le législateur, conscient des problèmes causés par ce statut (Chamond *et alii*, 1986, pp. 24-25), propose une nouvelle forme juridique - la Société d'Économie Mixte Sportive⁴ - qui institutionnalise le partenariat. Les instances publiques peuvent ainsi s'immiscer directement dans le club pour veiller à sa bonne gestion et cet engagement assure une garantie de ressources à laquelle est très sensible le milieu professionnel (Quantin, 1995, p. 392). Enfin, plus récemment (1984), le statut des Sociétés à Objet Sportif, devenues en 1992 Sociétés

¹En 1984, le législateur pose l'obligation de gérer les activités économiques par une société anonyme mais la mesure est assouplie en 1987 par la création d'un statut particulier pour les associations sportives. La loi du 7 décembre 1987 (loi Bergelin) oblige les clubs à se doter du statut juridique "association loi 1901 à statuts renforcés". Celles ci sont toutefois interdites depuis 1992 pour la création d'un club.

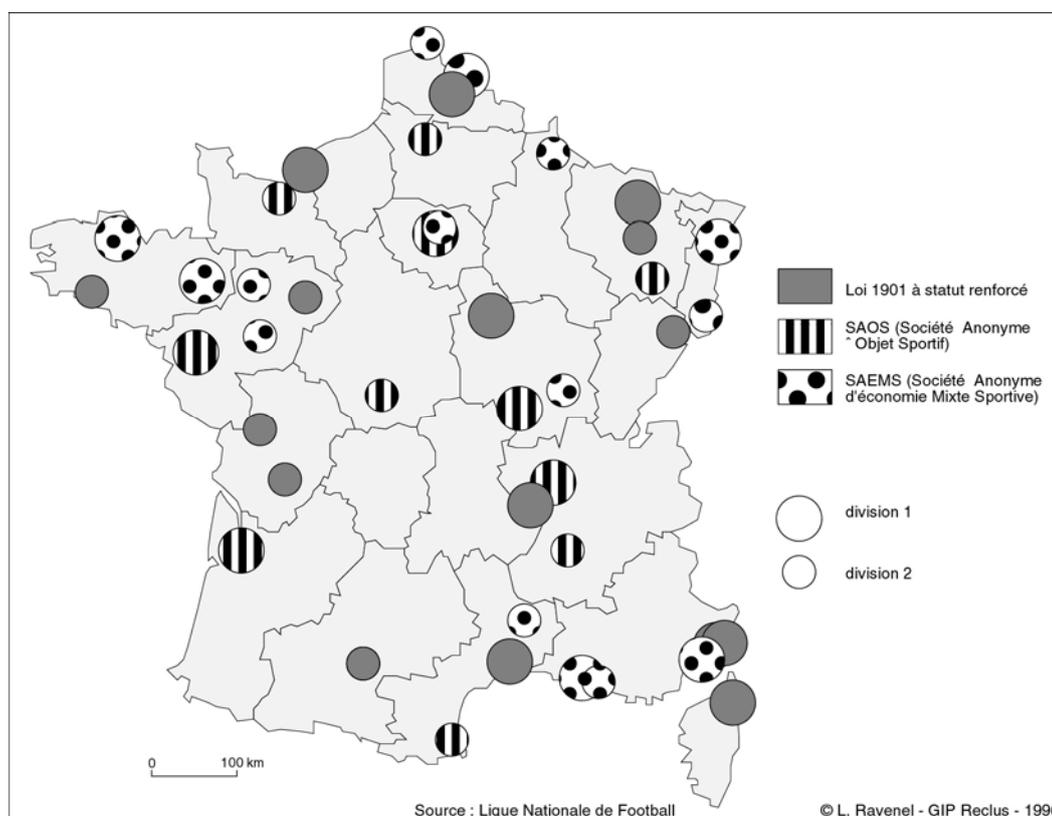
²Nous avons principalement utilisé : (Dudognon, 1996), (Andreff *et alii*, 1995), (Chamond *et alii*, 1986, 1990).

³Après l'intervention de C. Pasqua démontrant l'illégalité des aides (février 1994), la loi du 8 août 1994 a légalisé temporairement (jusqu'au 31 décembre 1999), les subventions versées aux clubs professionnels.

⁴En 1986, avec quelques réaménagements juridiques, elle devient Société d'Économie Mixte Sportive locale (SEMSL) puis Société Anonyme d'Économie Mixte Sportive (SAEMS).

Anonymes à Objet Sportif, avalise une conception se rapprochant des sociétés commerciales¹.

Carte III.5 - Les statuts juridiques des clubs (1995/96)



S'ils ont eu le mérite de clarifier juridiquement une situation qui permettait toutes les dérives, ces nouveaux statuts constituent une formule mixte qui ne satisfait pas les responsables du football². Si les SAEMS légalisent l'intervention des municipalités, les SAOS ne correspondent nullement à des sociétés privées. Lors de la saison 1984/85, seulement trois clubs avaient adopté le statut de SEMS, tous les autres relevaient exclusivement du régime associatif. Onze ans plus tard, la situation a radicalement changé. Lors de la saison 1995/96, on compte 14 SAEMS, 10 SAOS et 16 "associations 1901" réparties dans tous types de villes et

¹Dans les SAOS, comme dans les SAEMS, une association support (qui peut recevoir des subventions!) demeure et les deux formes juridiques sont soumises à quatre obligations communes : soumission au régime des sociétés commerciales avec notamment l'élection des membres du conseil d'administration ou du conseil de surveillance par l'assemblée générale des actionnaires ; contrôle annuel de la situation comptable et financière par des commissaires aux comptes ; adoption de statuts-types reprenant l'essentiel des dispositions applicables aux sociétés commerciales ; interdiction de distribuer les bénéfices aux actionnaires ; tutelle administrative renforcée. Voir : *La Lettre de l'Économie du Sport*, n° 298, mercredi 19 avril 1995.

²Dans une enquête réalisée en 1993 par l'Union des Clubs Professionnels, les présidents de clubs montrent leur faible satisfaction. Plus de la moitié d'entre eux estiment le statut de SAOS inadapté tandis que 76 % reconnaissent que les SAEMS rendent trop dépendants des collectivités publiques. En revanche, ils sont neuf sur dix à estimer que les subventions sont essentielles pour le football professionnel. *La Lettre de l'Économie du Sport*, n° 207, 31 mars 1993, p. 6.

sans distinction de division (carte III.5). Depuis 1992, le club ne peut plus prendre un statut associatif - à moins qu'il l'ait adopté avant cette date - et doit se diriger vers l'une des deux formes de société anonyme.

Cette conception publique diffère totalement des régimes préconisés et utilisés dans les autres pays européens. En Espagne, au Royaume-Uni, en Italie, en Allemagne, au Danemark, les clubs professionnels sont assimilés à de véritables sociétés anonymes qui, comme certains clubs anglais, peuvent être cotées en bourse, subir des OPA et autres opérations financières. Suivant les pays les clubs bénéficient d'avantages ou de contraintes qui les distinguent de sociétés purement commerciales¹ mais leur caractère privé permet le partage des bénéfices entre les actionnaires. En Suisse, en Belgique, aux Pays-Bas, le statut associatif existe mais, pour les clubs de haut niveau, il tend à être remplacé par celui de société commerciale. En ce sens, la France entame une évolution qui la place toujours loin de ses principaux partenaires.

Une critique du football français

Dès les origines du professionnalisme, le débat statutaire existe. Au cours de l'histoire, le changement est évoqué, des expériences sont tentées mais la situation n'évolue guère. Les dirigeants sont accusés d'incompétence et, protégés par le statut associatif, ils ne sont pas responsabilisés devant leurs créanciers. A. Wahl souligne l'une des conséquences structurelles de cette situation : *"Les mécènes qui dirigent les clubs se soucient peu de fonder des structures solides"* (Wahl, 1989, p. 270). Un ancien international, André Lerond, exprime, en 1968, sa colère devant une situation sclérosée : *"Il ne faut pas balayer d'un même jet tous les dirigeants, il s'en trouve de très valables, mais il faut que les clubs, d'abord, soient érigés en véritables sociétés commerciales avec des dirigeants responsables financièrement qui s'appliqueraient à une saine gestion. Il est inadmissible que des bénévoles de l'extérieur s'en viennent gérer les fonds d'une communauté sans en avoir les responsabilités."*²

Déjà, en 1950, dans un sondage organisé par *L'Équipe*, seulement 10% des lecteurs jugeaient le statut "loi 1901" compatible avec la gestion moderne d'un club de football professionnel et 50% d'entre eux préconisaient le passage à la Société à Responsabilité Limitée selon l'adage qu'*"une affaire commerciale doit être gérée comme une affaire commerciale"*³. Plus récemment, juste avant les réformes de 1992, l'économiste J.F Nys déclarait : *"Un économiste libéral dira que le déficit prouve que le marché du football ne fonctionne pas et que, quand bien même il y aurait bénéfice, les apports de capitaux ne touchent pas de dividendes. Mais c'est aussi un problème de structure juridique. La loi 1901 sur les associations ne responsabilise personne. Au pire, un dirigeant qui a échoué dans sa gestion part. [...] On ne parvient pas à régler ce problème*

¹En Espagne, par exemple, les actions sont obligatoirement nominatives et détenues par des personnes physiques ou morales espagnoles, la participation étrangère, dans ce dernier cas, ne devant pas excéder 25%. Voir "Une Étude comparative du régime des clubs professionnels en Europe", *La Lettre de l'Économie du Sport*, n° 186, 21 octobre 1992.

²*Football-Magazine*, décembre 1968, cité par (Wahl, 1989, p. 271).

³*L'Équipe*, 25 janvier et 2 février 1950.

*parce que personne ne veut aller au bout de la logique économique. On conçoit très bien que le sport puisse avoir des retombées économiques, mais le mouvement sportif et le comité olympique refusent par exemple l'idée qu'il y ait distribution des dividendes pour un club bénéficiaire. L'image du sport désintéressé est encore très forte."*¹

Au centre de la gestion sportive, l'association a déresponsabilisé, entraîné des dérives et, surtout, empêché la construction de structures solides. Et malgré tous les défauts inhérents, il aura fallu attendre soixante ans pour qu'évolue dans les faits le statut juridique des équipes. Outre la volonté de ne point modifier un système qui fonctionnait avec un certain degré d'incertitude, cette structure maintenait un apport financier public indispensable au sport professionnel afin de consolider, de perpétuer le "service public" sportif.

2.1.3 Le football administré par la puissance publique

Par sa conception du sport et du football en particulier, l'État français a joué un rôle d'orientation, défini un cadre de lois que marquent quelques grandes étapes.

L'État et le sport

En promulguant "la Charte des sports" (20 décembre 1940), le gouvernement de Vichy avait établi le premier véritable contrôle sur le mouvement sportif. À la libération, ce rôle fut renforcé avec l'ordonnance du 28 août 1945 qui donnait une délégation de pouvoir aux grandes fédérations, la contrepartie étant une conformation de celles-ci aux règles édictées par l'État. En effet, contrairement à l'éducation ou la santé qui appartiennent à la fois au domaine public et privé, il n'existe pas d'organismes pour "apprendre le sport". La puissance publique délèguait ainsi son pouvoir aux fédérations qui devenaient dès lors de véritables annexes étatiques pour le développement des activités physiques. En 1984, une "mission de service public" leur est reconnue afin de "promouvoir l'éducation par les activités physiques et sportives, de développer et organiser la pratique des activités physiques et sportives"². Les fédérations obtenaient ainsi le monopole des compétitions et de la distribution des titres. Contrairement aux manifestations de sports loisirs, que toute personne peut organiser dans le respect des règles de sécurité, d'hygiène et de droit fiscal, la compétition relève uniquement de la fédération donc, par extension, de la puissance publique. Par exemple, les firmes privées qui organisent les manifestations de ski, planches à voile ou encore de karting au Palais Omnisport de Paris-Bercy ne peuvent en aucun cas planifier une compétition régulière, ni décerner un titre géographique comme celui de champion de France (Chazeaud, 1989). Le rôle de l'État ne se limite pas à cette délégation de pouvoir car il promulgue, entre autres, les prérogatives concernant les normes de sécurité, empiétant ainsi sur le terrain des commissions sportives.

En revanche, à l'échelle de l'Europe, s'il existe des structures étatiques pour s'occuper du sport, elles n'interviennent pas directement dans les associations

¹Science et Vie Économie, juin 1991.

²Loi du 16 juillet 1984, art. 16.

sportives. D'ailleurs, hormis la France, aucun pays ne possède son ministère des sports. L'attribution est déléguée à l'Éducation nationale (Espagne, Finlande, Irlande), au ministère de l'Intérieur (Allemagne, Suisse), à la Culture (Danemark, Grèce, Norvège, Islande, Portugal), au Tourisme (Italie). D'après C. Miège, les pays européens se divisent en deux groupes spatialement différenciés selon le rapport qu'entretient l'État avec le mouvement sportif. Pour les nations anglo-saxonnes, ces organismes sont totalement indépendants de la puissance publique et l'initiative privée est à la base de l'activité physique. Dans les pays du Sud, l'État renforce au contraire son emprise en contrôlant les fédérations et, sur ce plan, la France constitue le cas extrême (Miège, 1993).

Dans l'article premier de la loi sur le sport, le législateur a défini les grandes missions de l'État. Outre les besoins d'une pratique physique pour l'équilibre, la santé, l'épanouissement, l'éducation, la culture et la vie sociale, *"le sport de haut niveau est source d'enrichissement et de progrès humain. Le sportif de haut niveau joue un rôle social, culturel et national de première importance."*¹ Une étude critique sur la politique sportive de la France relève d'ailleurs que cette action est la plus identifiable car les avantages sont aisément perceptibles (succès internationaux, médiatisation) et sa mise en œuvre est l'une des plus faciles². Elle apparaît ainsi *"comme l'élément le plus constant, le plus partagé et le moins contesté des politiques sportives françaises"*³. Une attente à laquelle répond parfaitement le football professionnel.

La Ligue Nationale de Football a une mission de service public

Par ces liens étroits avec le Ministère de la Jeunesse et des Sports, les objectifs de la Ligue Nationale de Football revendiquent une mission de service public que la LNF assure dans sa gestion des activités du football professionnel. Officialisée en 1982, elle émane des différentes associations qui avaient jusqu'alors assuré cette fonction, à savoir : la commission du championnat de France Professionnel (1932-1938) et le Groupement des clubs autorisés à utiliser des joueurs professionnels (1946-1982). La Ligue a donc compétence pour organiser et gérer les championnats de France de première et deuxième divisions ainsi que la Coupe de la Ligue ; organiser et gérer la formation des futurs joueurs de football professionnels par l'intermédiaire des centres de formations ; aider à la formation des éducateurs sportifs ; s'assurer de la mise à disposition de la FFF des joueurs professionnels sélectionnés lors des rencontres internationale afin de *"préparer une bonne représentation française"* (LNF, 1995, p. 161) ; financer des opérations et actions pour développer les ressources du football professionnel ; appliquer des sanctions disciplinaires à l'égard des clubs et des joueurs ; défendre les intérêts matériels et moraux du football professionnel.

¹Loi n° 84 610 relative à l'organisation et à la pratique des activités physiques et sportives.

²"La France a-t-elle une politique sportive?", *La Lettre de l'Économie du Sport*, n° 221, 14 juillet 1993, pp. 1-4.

³*Ibid.*, p. 2.

Liée à la Fédération Française de Football¹ par une convention, la Ligue instaure aussi dans son domaine de compétence, les orientations de la nation. Dans sa préface à l'annuaire officiel 1995/1996, N. Le Graët affirme cette position spécifiquement française en écrivant : *“En remplissant les stades, le football professionnel non seulement assure le développement de la base même de son fond de commerce, indispensable à l'équilibre même de son activité mais surtout remplit pleinement, malgré un contexte socio-économique difficile, la mission de service public qui lui a été déléguée tant auprès des deux millions de licenciés de football que de toute la communauté nationale”* (LNF, 1995, p. 2). Ainsi, l'établissement d'un record de fréquentation lors de la saison précédente ne contribue pas seulement au succès économique de l'activité mais remplit des objectifs politiques, assure une mission confiée par l'État envers toute la population. Les collectivités locales reprennent donc un discours tenu au plus haut niveau.

Les obligations de la Ligue concernent principalement le football amateur qu'elle doit promouvoir par l'intermédiaire du spectacle sportif et plusieurs articles de son règlement en témoignent. L'article 373 explique qu'une partie des recettes établies aux guichets est attribuée au football amateur selon un accord préalablement confirmé entre la LNF et la FFF. L'article 140 oblige le club professionnel à dédommager un club amateur lorsqu'il engage en tant que professionnel, stagiaire ou apprenti un joueur issu de ses rangs. Le législateur considère que l'équipe amateur a formé le joueur et qu'elle doit ainsi recevoir en contrepartie une indemnité de préformation. Celle-ci sera redistribuée entre les clubs et les districts auxquels aura appartenu le joueur. L'article 107, le plus contraignant, oblige les clubs professionnels à disposer d'au moins six sections amateurs. Couplé à la présence obligatoire des centres de formation, cette dernière mesure assure difficilement la création d'un secteur professionnel entièrement tourné vers la seule gestion économique. Dès lors, le club ne peut se soustraire d'une conception qui le considère comme un stimulant de la pratique. Sur ce plan, l'Union des Clubs Professionnels de Football marque un profond désaccord avec la politique générale des instances dirigeantes et, dans une récente enquête, concluait : *“Une large majorité de présidents a conscience que pour un certain nombre de grands clubs à vocation européenne, l'obligation d'avoir un centre de formation représente une charge financière et, très souvent, une impasse pour des jeunes joueurs qui n'ont que peut d'espoir d'évoluer un jour en équipe première. [...] En laissant la liberté à chacun, on enlèverait un poids à certains clubs et on pourrait octroyer des aides plus importantes à ceux qui s'engagent véritablement dans la voie de la formation.”*²

¹Dès 1922, la FFF a été reconnue d'utilité publique. Depuis 1984, elle a une mission de service public.

²*La Lettre de l'Économie du Sport*, n° 207, 31 mars 1993, p. 6. Claude Cuny, ancien manager général de l'OM avait la même opinion en 1984 quand il déclarait : “80% des clubs pourraient se passer des subventions municipales si les frais inhérents aux centres de formation (150 millions de centimes) et aux sections amateurs (35 millions de centimes) étaient pris en charge. Il est bien rare que les villes paient pour les sur-salaires des joueurs. [...] Les municipalités paient pour la fédération et l'État. [...] Je suis pour une solidarité entre les amateurs et les professionnels. Mais, il n'appartient pas à ces derniers clubs de supporter le poids nécessaire à l'initiation et à la formation de plusieurs centaines de milliers de joueurs.” Cité par (Le Goulven, 1984, p. 88).

2.1.4 Une action envers la pratique

Évoquant l'évolution probable des structures sportives, P. Chifflet écrit : *"[...] il reste qu'un double système d'organisation et de gestion se mettra en place au niveau national : fédération-État pour les sports peu médiatisés ; sociétés commerciales pour les sports professionnels. Ce qui revient à écrire que le système sportif français, organisé d'après des textes législatifs et réglementaires prenant en compte le seul principe associatif des origines, ne semble pas adapté aux évolutions récentes de la société française [...] ni au plus haut niveau pour lequel le professionnalisme grandissant fait une place de plus en plus prépondérante aux commanditaires et sociétés privées"* (Chifflet, 1995, p. 54). Mais les règles et les cadres juridiques empêchent toujours la création de clubs strictement professionnels détachés des obligations concernant la pratique de l'activité physique. Le football de haut niveau doit remplir sa mission, exemplaire pour la jeunesse et incitative à la pratique du sport. En 1990, Jean Sadoul, président en exercice de la Ligue ratifiait ainsi l'effet bénéfique du spectacle sportif : *"C'est en 1932 aussi qu'a été créé le Championnat de Football Professionnel et aujourd'hui la FFF compte 1,7 million de licenciés ; le football professionnel a donc servi de locomotive à l'essor de ce sport qui éloigne les jeunes des cafés et de la télévision pour les faire s'oxygéner sur les stades"* (AMGV, 1990, p. 34). Cinq années plus tard, les affaires de "dopage" au cannabis viendront de nouveau confirmer l'argumentation morale sur le statut exemplaire des joueurs professionnels.

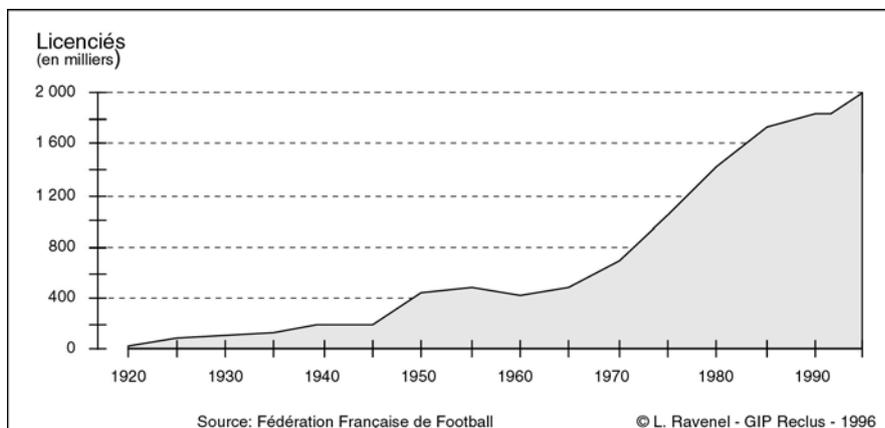
Le haut niveau est-il entraînant pour la pratique ?

Si, occasionnellement, on a pu relier la croissance du nombre de pratiquants aux exploits de l'équipe de France ou aux succès de certains clubs, les effets actuels d'un entraînement supplémentaire lié à la forte médiatisation du haut niveau sont difficilement vérifiables tant les facteurs démographiques et organisationnels dominent. J.P. Augustin, décrivant la croissance de la pratique footballistique, dégage ainsi trois phases depuis la création de la fédération (Augustin, 1995, pp. 44-46).

Qualifiée d'expansion, la première englobe la période s'étendant des années vingt à cinquante (fig. III.10). Le nombre de licenciés augmente et l'élan général est certainement donné par l'impact médiatique de la compétition nationale. L'État encourage cette croissance par une première politique d'équipement. Au début des années soixante, une nouvelle phase débute, une phase "de condensation". Elle associe la forte poussée démographique du baby-boom, les changements de modes de vie et l'intervention planificatrice de l'État dans une augmentation incomparable de la pratique : en dix ans, de 1965 à 1975, les effectifs doublent. Le terme de condensation est évoqué car, dans le même temps, le nombre de clubs ne connaît pas la même cadence. À la courbe logistique des licenciés, celle des clubs oppose son évolution linéaire. Les stades, les équipements et les structures d'accueil augmentent mais à un rythme moins soutenu que celui des pratiquants qui se concentrent, se condensent dans les équipes existantes. Depuis la fin des années quatre-vingt, une troisième phase est amorcée avec un ralentissement,

voire une stagnation ou diminution de la pratique¹. Le football semble atteindre un seuil de saturation en raison de la concurrence d'autres activités sportives individuelles ou collectives car le marché de la pratique sportive s'est diversifié (Irlinger, 1995).

Fig. III.10 - L'évolution de la pratique du football (1920-1995)



Dans l'idéologie publique, le haut niveau s'expose comme une vitrine de la pratique et l'étroitesse de liens tissés entre les deux domaines revient continuellement dans la rhétorique. Il est alors impensable de couper l'élite de sa base, de fonder une structure hors des limites imposées par la mission de service public. L'effet entraînant du haut niveau est toutefois difficilement mesurable ou identifiable car, sur le temps long, ce sont les facteurs démographiques et l'influence de l'État par sa politique massive d'équipement qui ont contribué à l'essor de la pratique, le monde professionnel ne faisant qu'accompagner une dynamique extérieure. Aujourd'hui, la quantité de footballeurs progresse difficilement, stagne et pourtant, la discipline n'a jamais été autant médiatisée. Devenue un formidable outil de communication, elle évite certainement aux effectifs de régresser, notamment par les grands événements que sont les Coupes du Monde et championnats d'Europe de football.

Dans d'autres sports, les constats diffèrent suivant la masse de licenciés touchés. La médiatisation ne joue plus dans la progression du tennis car, après avoir vu ses effectifs tripler entre 1977 et 1987, la baisse est depuis constante et la diffusion intégrale des rencontres à la télévision ne suffit plus. La concurrence du golf comme palliatif de la démocratisation des courts n'est pas une hypothèse à négliger (Rollan et Reneaud, 1995). Pour d'autres activités beaucoup plus confidentielles, les exploits sportifs possèdent des effets immédiats et mesurables. Par exemple, la médaille d'or de J.P. Gatien en tennis de table (1992) ou l'épopée des handballeurs français (depuis 1992) a provoqué des effets perceptibles² car la

¹Entre 1988 et 1989, la FFF perd 70 000 licenciés.

²Pour le handball, après avoir stagné entre 1991 et 1992 (+ 162 licences), la pratique augmenté considérablement à partir de 1992 avec, en 1993, 196 434 licenciés (+ 12 815) et en 1994, 205 241 (+ 8 807). Le tennis de table répercute une hausse de même nature avec "l'effet Gatien" : 126 522

masse pratiquante est d'une envergure minime. Le développement spectaculaire du basket depuis une vingtaine d'années est aussi directement lié à l'importance de la médiatisation. Mais, contrairement au football, la vague d'intérêt provient davantage de la NBA américaine que du simple championnat français. Celui-ci avait d'ailleurs autorisé dès 1967, le recrutement de basketteurs américains afin de renforcer ses équipes et sa médiatisation (Bosc et Thomas, 1990).

Deux échelles de la médiatisation

À l'échelle nationale, on ne peut nier l'impact général du haut niveau sur la pratique ou, du moins, sa nécessité pour la préservation d'un nombre élevé de licenciés. Néanmoins, cette influence nécessite-t-elle un engagement direct des dirigeants du football professionnel dans un combat pour la valorisation de la pratique? L'action menée par les médias n'est-elle pas suffisante en elle-même pour créer un climat favorable à l'attrait de la discipline? Cette conception, qui statuerait une indépendance entre les deux domaines, ne se réalise nullement en raison des liens juridiques qui unissent la pratique de masse et le haut niveau tant philosophiquement que financièrement. Cette situation peut aboutir à des raisonnements paradoxaux qui mettent en relief la relation contractée. L'introduction de l'aide vidéo dans les rencontres de première et deuxième divisions est un bon exemple. En effet, la fédération et la Ligue la refusent en invoquant un argument sans fondement au regard du débat sportif mais justifié selon le principe de service public. Si, à l'échelle internationale, on explique par des raisons concrètes le refus¹, les instances françaises craignent la création d'un football "à deux vitesses", d'une séparation trop importante entre le monde professionnel et amateur. Cette position est indéfendable car le fossé existe déjà entre les deux domaines mais elle rassure.

À l'échelle locale ou régionale, l'effet entraînant du haut niveau est encore moins prouvé. Malgré l'importance du discours, aucune étude n'a vérifié ou démontré une influence quelconque, à savoir : la présence d'un club de haut niveau favorise-t-elle la pratique dans l'espace environnant? La question reste pour l'instant sans réponse car la mise en correspondance des deux phénomènes est forcément délicate. Ils n'obéissent pas aux mêmes échelles de temps et, surtout, la difficulté consiste à isoler les facteurs résultant spécifiquement de la présence de l'équipe. Les structures démographiques locales, la qualité des infrastructures ou les concurrences sportives apparaissent plus significatives qu'un hypothétique club de haut niveau. Sa présence ne suffirait certainement pas et un caractère qualitatif supplémentaire serait exigé car, *a contrario*, une mauvaise équipe peut dissuader les jeunes. L'effet s'envisagerait alors comme résiduel, impossible à définir globalement. Nous aborderons ce problème important par la suite,

licenciés (1991), 132 666 (1992), 142 557 (1993) et 144 559 (1994). D'après les données fournies par le Ministère de la Jeunesse et des Sports.

¹L'expérience américaine a montré, par exemple, que l'utilisation vidéo demandait beaucoup trop de temps et que les résultats n'étaient pas probants : les images n'apportaient pas obligatoirement de réponses aux interrogations.

notamment dans la relation qui s'opère entre la pratique de masse et l'émergence des joueurs professionnels¹.

Cette conception nous paraît donc sans fondement spatial car les évolutions respectives du haut niveau et de la pratique de masse répondent à des logiques différenciées et ne possèdent pas des dynamiques géographiques concordantes. Mais l'incertitude et les doutes résolument entretenus qui pèsent sur la relation, permettent de valoriser continuellement, à l'échelle locale et régionale, ce rôle entraînant. Ils fournissent un prétexte aux aides que les collectivités allouent au football professionnel, prétexte que ne dénigrait pas J. Sadoul en affirmant : "*Le football remplit un devoir d'État, un club c'est 500, 600, 800 joueurs qui portent le nom de la ville. Je ne considère pas que les municipalités versent des subventions mais qu'elles paient, de façon très modérée, une petite partie de nos efforts.*"²

2.2 Le patrimoine d'une ville : un investissement

Si le football s'est adapté facilement à l'octroi de subventions, c'est que le club professionnel ne constitue pas une entreprise comme les autres. Si tel était le cas, les clubs en faillite disparaîtraient aux mêmes rythmes que les entreprises. En tant que sport, le football est soumis aux aléas de la compétition qui entraîne automatiquement un gagnant et un perdant. En tant que spectacle, il connaît ce que W.J. Baumol a défini comme "*la maladie endémique des coûts*"³ : leur progression est supérieure à celle du niveau général des prix car le sport reste à l'écart des gains de productivité. L'aide prend alors une connotation économique afin de soulager les effets intrinsèquement provoqués par l'activité sportive (Marseille, 1990) (Archer *et alii*, 1989). Jusqu'au début des années soixante-dix, le principe de contribution publique réduisait ces aléas, épongeait les déficits. Par conséquent, il était inclus dans la logique propre à la compétition dont la rénovation des coupes européennes constitue le dernier avatar. Très vite, l'aide s'est diversifiée, a multiplié ses formes allant de la simple subvention à l'entretien du stade ou la dotation de personnel (Chamond *et alii*, 1986, 1990). Les clubs sont facilement devenus dépendants des collectivités locales qui en ont fait des éléments majeurs de leurs politiques de loisirs, culture et communication.

Le contexte juridique, philosophique que nous venons d'examiner est responsable de l'institutionnalisation et de ses dérives. Instrument du pouvoir

¹Chapitre 1 de la quatrième partie.

²*Le Sport*, 14 novembre 1987, cité par (Trèves, 1988).

³BAUMOL W.J. (1987), "Performing Arts" in *The New Palgrave : a Dictionary of Economics*, Eatwell, Macmillan, cité par (Archer *et alii*, 1989).

local, le club s'inscrit pleinement dans le territoire dont il est le représentant. Pour une ville, une région, il détient des atouts jugés indispensables qui s'expriment à plusieurs échelles. Sur le plan international ou national, c'est l'image de la cité que l'on veut promouvoir, vieille rengaine du discours municipal ; localement, le football fait partie des équipements nécessaires, assurant à la fois loisirs et retombées économiques. Quelle que soit la typologie urbaine, le sport semble toujours avantageux ou, du moins, le discours en extrait uniquement les points positifs. Dans les grandes agglomérations, il est obligatoire, participe à la panoplie des équipements collectifs ; dans les plus petites, il est le produit d'histoire, de tradition ou le seul spectacle capable de fédérer la communauté. Cet argumentaire mérite notre attention car il est une des conséquences d'une logique spatiale de service public.

2.2.1 Les enjeux sociaux : un spectacle populaire

Le football est un équipement culturel

Les élus et les dirigeants de clubs estiment remplir une mission de service public en proposant au plus grand nombre un loisir abordable. À ce titre, ils aiment comparer le football aux autres spectacles tels que les opéras, théâtres, salles de concert qui, eux aussi, reçoivent des subventions municipales sans provoquer les mêmes débats ou oppositions. Quand un journaliste du *Midi-Libre* pose au président du Montpellier-Hérault la question "Est-ce que vous vous sentez, vous Louis Nicollin, redevable de l'argent public?", ce dernier répond : "C'est vrai que j'ai eu des états d'âmes là-dessus. Mais, finalement ... On donne bien à l'opéra, au théâtre, à des tas d'associations et personne n'en fait six caisses. De toute façon, Montpellier n'est pas seul : faites le tour des clubs, on a pas le pompon, quand même. Et puis si on était premier ou deuxième, hein? Personne ne poserait la question."¹ Argumentation classique, récurrente d'un président de club, toujours soucieux, comme la plupart de ses collègues, de diminuer l'importance des subventions. La comparaison aux autres activités culturelles est devenue un leitmotiv majeur de toute discussion sur le rôle des financements publics. Alors, le football se targue d'être le spectacle le plus populaire, le seul capable d'attirer et de mobiliser une foule socialement composite (Bromberger, 1995, p. 213).

Avec une affluence de plus de 7 millions de spectateurs pour l'ensemble de la saison 1994/95, son public devance nettement celui des autres spectacles financés par les municipalités : la danse, la musique ou le théâtre ne résistent pas à la comparaison. À titre d'exemple, les opéras de Paris ont totalisé pour la saison 1993/94, 698 295 entrées. Pendant ce temps, le PSG, avec seulement 19 représentations régulières dans le championnat, attirait 539 025 spectateurs². À Montpellier, quand les 57 représentations lyriques, de ballets et de concert-théâtre ne comptabilisaient que 47 962 personnes, le Montpellier-Hérault cumulait 181 976

¹*Midi-Libre*, 28 octobre 1989, p. M2.

²La saison suivante, il attirera 659 291 spectateurs.

spectateurs dans les tribunes de *la Mosson*. En 1994, la totalité des spectacles des scènes nationales¹ ont proposé 24 625 représentations pour 2 472 514 entrées, soit trois fois moins que pour l'ensemble du football professionnel (Cardona et Lacroix, 1996). Les auteurs de l'étude *Villes et Foot* ont comparé les budgets alloués à l'aide d'une analyse chiffrée et ont démontré que les spectacles culturels² coûtent toujours plus chers aux communes que le sport professionnel (Chamond *et alii*, 1990, p. 71). Ainsi, ils estiment qu'à Lyon, le football ne revient qu'à 21,50 francs par habitant contre 41,50 francs pour les autres spectacles municipaux. Les chiffres deviennent encore plus significatifs quand les sommes dépensées sont confrontées au nombre de spectateurs réellement attirés. Seules 4 villes, sur les 42 étudiées, accordent la majorité de leurs subventions aux sport de haut niveau. Pour Auxerre et Lens, la taille de la commune³ a déterminé des choix draconiens, un investissement unique au détriment des autres activités tandis qu'à Valenciennes et Mulhouse, la situation financière catastrophique des équipes est à l'origine des remboursements vertigineux indispensables à leurs survies hypothétiques.

Un élément du patrimoine urbain

Dans ce contexte, l'aide publique participe à l'animation de la ville. Ce constat ne doit pas faire illusion car on ne peut assimiler simplement le spectacle sportif à une représentation de loisirs. Par ses fonctions identitaires, il appartient au patrimoine urbain. Le football est un élément de convivialité, d'identification, de rassemblement que le pouvoir ne peut laisser en dehors de ses compétences. Sur ce plan, la rhétorique des élus est exemplaire. Interrogé sur une éventuelle disparition de l'Olympique de Marseille, l'ancien maire de la ville, R. Vigouroux, explique d'une manière classique, traditionnelle les rapports entre villes et football : "*Je n'envoie pas Marseille sans l'OM. Ça en fait partie, comme le Vieux Port, la Canebière, Notre-Dame-de-la-Garde. Il faut reconstruire le club en fonction des circonstances.*"⁴ Le discours est identique au Conseil général avec une connotation beaucoup plus sociale, compétence territoriale oblige : "*Depuis 1992, on aide fortement les sports pro parce qu'on voulait un moteur à notre politique d'intégration sociale. [...] Le football à Marseille est extraordinairement important pour l'équilibre social de la ville. C'est un critère de référence pour des milliers de jeunes défavorisés. Dans les collèges, quand des élèves bénéficient de places au stade, ils ont une tranquillité absolue quinze jours avant!*"⁵ Le maire de Nantes effectue la même démarche et, expliquant l'investissement financier pour le sauvetage des célèbres "canaris", indique : "*J'ai simplement considéré que le football fait partie du paysage nantais et j'ai décidé de l'aider comme la ville aiderait une grande entreprise en difficulté. J'aurai pu écouter ceux qui*

¹Ces spectacles de tous ordres sont financés à 48% par les collectivités locales.

²Entrent dans le calcul, les subventions allouées au théâtre, à la musique et aux M.J.C.

³Si l'agglomération lennoise avoisine les 320 000 habitants, les limites communales n'en contiennent que 30 000. Si le club est adapté à l'échelle de son agglomération, il ne l'est nullement à celle de la commune.

⁴*L'Équipe*, 10 février 1995, p. 4.

⁵Lucien Weygand, président du Conseil général des Bouches-du-Rhône, *L'Équipe*, 10 février 1995, p. 4.

2. Les collectivités territoriales financent le football

*m'incitaient à laisser courir, et là, on aurait pu estimer que j'allais dans le sens du vent. Au lieu de cela, j'ai simplement joué mon rôle de maire, avec l'aide de tous ceux qui m'ont proposé un coup de main."*¹ Inscrire le club dans le patrimoine urbain est à la portée de toutes les villes car le discours est généralisé quelle que soit la valeur des équipes ou le nombre de spectateurs séduits. On se raccrochera toujours aux riches heures du passé, du présent ou de l'avenir, à l'indispensable cohésion sociale ou au support médiatique. À Nice, la situation sportive critique n'empêche pas le soutien unanime dès lors que l'activité de l'association présente un caractère d'utilité publique communale : *"Je crois que les gens et la mairie ont compris que l'OGCN fait partie du patrimoine de la ville. Les grandes heures du club, qui datent des années cinquante, sont inscrites dans les mémoires collectives. De plus, tout le monde est maintenant bien conscient qu'une équipe de foot représente une formidable vitrine et un vecteur de publicité pour n'importe quelle ville."*²

On retrouverait les mêmes arguments patrimoniaux à Saint-Étienne, Bordeaux, Lille, dans toutes les villes qui, un jour ou l'autre, ont réussi une performance. Quand ce n'est pas celui de la cité, c'est le patrimoine de la région qui est invoqué et le club doit absolument le préserver comme l'indique un député UDF alsacien : *"Le foot ici, c'est une tradition. L'Alsace est une terre de foot. Sociologiquement c'est quelque chose d'irremplaçable. La ville a assaini le Racing [de Strasbourg] et il est mieux géré qu'avant malgré de trop nombreux remous présidentiels. Mais, en pure orthodoxie socialiste, ils étaient prêts à condamner le Racing. Ils ont fait volte-face lorsqu'ils se sont aperçu qu'il s'agissait d'un vrai suicide."*³ En écoutant ces raisonnements, la France entière devient "terre de football" et les exemples pourraient être multipliés à l'infini tant la conception est ancrée dans la culture politique des villes, tant le soutien à l'équipe professionnelle est une obligation qu'il faut bien justifier. Car l'argumentation patrimoniale, bien souvent fallacieuse, sert de prétexte à d'autres objectifs et visées.

2.2.2 Les éventuelles retombées économiques et médiatiques

Des retombées économiques

Si les enquêtes sont peu nombreuses, leurs résultats ou estimations sont toujours avantageux pour l'économie locale : hausse du chiffre d'affaire des commerçants et des entreprises ; augmentation des rentrées fiscales. L'une des rares études françaises a été réalisée par la Chambre économique d'Auxerre lors de la saison 1984/1985 et distingue les retombées en proposant une estimation chiffrée. L'analyse démontre que l'AJA dépense de fortes sommes (environ 6 millions de francs) dans l'environnement local et agit comme une véritable entreprise avec ses frais d'entretien, ses prestataires de services et ses fournisseurs. D'autre part, les auteurs estiment à plus de 14 millions de francs les dépenses occasionnées dans la ville par l'afflux des spectateurs. Ainsi, pour 1,2 million de

¹ Jean-Marc Ayrault, *L'Équipe*, 17 février 1995, p. 4.

² André Boïs, président de l'OGC Nice, *L'Équipe*, 2 février 1995, p. 6.

³ Harry Lapp, *L'Équipe*, 20 février 1995, p. 6.

francs versés, ils quantifient un bénéfice de 20 millions de francs : la subvention se transforme en investissement¹. Au Royaume-Uni, on estime que les clubs de football dépensent en moyenne 60% de leurs budgets (frais du club, salaires des joueurs) dans l'économie locale, ce qui représente environ un million de livres par an (Bale, 1993, p.78). Les matches de football constituent aussi pour les commerçants locaux un apport supplémentaire. Une étude sur les commerces en proximité des stades anglais et gallois montrait, en 1989, que 27% des détaillants estimaient une croissance de leurs revenus, 65% ne voyaient pas de différences tandis que 8% en percevaient une diminution (Bale, 1990).

Néanmoins, ces effets induits restent très délicats à quantifier et le manque chronique de données chiffrées favorise le discours pour lequel toute aide au football s'avère profitable. Ainsi J. Chaban-Delmas, maire de Bordeaux et grand argentier des Girondins, proclamait qu'une subvention, quelle que soit son montant, était toujours récupérée par la collectivité, multipliée à hauteur de vingt fois la somme engagée². Mais, surtout, les raisonnements dérapent et leurs auteurs se fourvoient quand il s'agit d'évaluer les retombées médiatiques.

Les leures de la médiatisation

Si les effets économiques directs restent difficiles à cerner, les bénéfiques médiatiques sont quasiment impossibles à chiffrer. Le flou, l'évasif permettent alors tous les écarts, tous les discours. C'est au nom de l'image de marque, de la notoriété que beaucoup de villes se sont endettées auprès de leur club pour affirmer leur présence médiatique au plus haut niveau. Le vecteur promotionnel justifiait toutes les subventions car même le financement à perte imposait théoriquement sa rentabilité. L'étude sur Auxerre dénotait qu'en temps d'antenne télévisuelle ou radiophonique, qu'en espaces publicitaires dans les journaux, la renommée de l'AJA s'élevait à 49 525 000 francs, prix que la ville aurait dû payer si elle avait financé une campagne publicitaire de cette ampleur. Hors des proportions budgétaires de la cité bourguignonne, cette somme virtuelle pouvait faire miroiter aux élus la part extrêmement faible investie. Toutefois, on ne sait nullement s'il existe un véritable retour de l'investissement et on s'acharne à comparer deux quantités incomparables.

L'image est devenue la panacée, la garantie invérifiable. F. Yvinneq, ancien président du Brest-Amorique, proclamait avec détermination à l'apogée de sa gloire en 1989 : *"Utilisons le football pour ce qu'il peut faire. Une promotion incroyable en faveur d'une ville et de ses habitants. Les trois quarts des municipalités l'ignorent. [...] On préfère investir sur une prétendue culture. Le football porte en lui une noblesse que*

¹L'étude intitulée "Les retombées économiques d'une équipe de football de première division sur une ville moyenne : l'exemple d'Auxerre" n'a pas été publiée. En revanche les résultats et les commentaires sont disponibles dans (Paillou, 1985, pp. 37-40). En 1994, une nouvelle étude a été établie. Intitulée "Les retombées de l'AJA ou comment la 168ème ville de France tire partie de la présence d'un club de première division", elle a estimé un bénéfice de 30 millions de francs pour la ville d'Auxerre. *France-Football*, n° 2585, 24 octobre 1995, p. 45.

²*Le Monde*, 6 mai 1990, p. 19.

bien des fresques n'ont pas. L'Europe se fait, dit-on. Nous, on est au bout du monde. Et sans le football on est rien."¹ Exemple, le club brestois a poussé la logique jusqu'à son paroxysme, terminé par un dépôt de bilan (Guilloux et Scherr, 1993). La notoriété de la ville devient une donnée essentielle quand elle s'accompagne de perspectives européennes. À Montpellier, par exemple, la volonté d'eurotechnopole de G. Frêche passait aussi par la présence d'une équipe compétitive à cette échelle géographique et, quand son équipe battit le PSV Eindhoven en 1990, il envoya le télégramme suivant aux intéressés : *"Un grand merci pour avoir porté haut les couleurs de la ville de Montpellier au niveau européen. Bravo, nous avons été de tout cœur avec vous toute la soirée."*² Malheureusement pour lui, la réussite sportive ne dura qu'une seule saison et l'équipe réintégra rapidement sa place au sein du championnat de France. Cette politique de communication est fortement dépendante des résultats. Aux premiers les honneurs médiatiques, aux suivants l'oubli et, quand les équipes évoluent dans les profondeurs du classement, elles répondent péniblement aux exigences promotionnelles. Le football est-il alors le meilleur outil promotionnel?

L'avantage optimal est pour les petites villes

Pour les plus petites villes du championnat, l'impact médiatique possède toutefois une valeur beaucoup plus prépondérante car le club est l'unique moyen de notoriété. À l'échelle de la France ou de l'Europe, leur stratégie de communication produit une forme binaire de présence/absence car, sans l'équipe, la ville disparaît de l'espace communicatif contrairement à ses consœurs de niveaux urbains plus élevés (Gault, 1989). La préfecture de la Mayenne peut servir d'exemple : *"Laval est connu jusqu'à l'autre bout de l'Europe à cause du Stade Lavallois. Combien de français seraient en mesure de la situer sur une carte de France si le Stade Lavallois évoluait en promotion d'honneur régional? D'ailleurs, savons-nous tous bien situer Échirolles, Saint-Herblain, Vandœuvre, etc., villes de même importance mais ne disposant pas d'un tel porte drapeau?"* (Chamond et alii, 1986, p. 41). Que dire alors d'Auxerre, Guingamp ou Gueugnon qui seraient, à notre avis, des villes parfaitement inconnues sans le football? Être situé sur la carte, apparaître dans un espace mental français aux côtés des plus grandes, dépasser ses concurrents locaux devient alors un objectif idéologique et économique qui profite aux petites cités. Auréolé et fier de sa montée en première division, le président de Guingamp envisageait un avenir prometteur et radieux : *"On va mieux situer la ville sur la carte. Les Français vont s'étonner, se dire qu'ici les gens sont des lutteurs avec de la constance. Nous allons bénéficier d'une grosse présence des médias. Il va falloir qu'ils se logent, qu'ils se nourrissent. C'est le plein assuré pour les quatre ou cinq bons hôtels de Guingamp. Tout cela induit un retentissement économique bien plus grand que pour une grosse ville. Pour nous, la division 1 équivaut à un souffle considérable."*³ Et, pour sa politique de promotion, le club publia un document géographique étonnant : une carte de

¹Le Sport, 22 décembre 1989.

²Midi-Libre, 5 octobre 1990.

³France-Football, n° 2571, 18 juillet 1995, p. 17.

France aux couleurs de l'En Avant. Un point rouge localisait la petite cité bretonne et le titre indiquait : "C'est où Guingamp? C'est en D1!"¹ Deux chercheurs de l'université de Birmingham avaient proposé la même réflexion lors de la victoire surprise de l'équipe de Sunderland en Coupe d'Angleterre. Ils écrivaient : "Il y a maintenant quelque chose pour identifier ce qui vient de Sunderland : tous les gens du pays savent qu'ils ont gagné la Coupe, la plupart d'entre eux peuvent situer géographiquement la ville. Sunderland a été replacée sur la carte."²

Toutefois, on peut raisonnablement s'interroger sur la véritable dimension de la notoriété. J. Bertin évoquait "la géographie verbale" entretenue par la presse et la télévision et c'est bien à ce domaine qu'appartient l'image développée par la ville (Bertin, 1990). L'évocation des noms par le discours procède rarement d'une logique géographique connectant les lieux entre eux. La ville s'interprète sans support spatial comme un produit dont on vanterait les mérites par des images simplistes. La reconnaissance territoriale telle qu'elle peut être fixée dans les objectifs de promotion, n'existe pas réellement car, à de très rares exceptions, la situation géographique ne peut apparaître au travers d'un discours forgé par une série de traits idiographiques. Au contraire, la rhétorique sportive constitue un moyen de perpétuer tous ces clichés associés à l'espace.

Des effets nuisibles

L'interrogation sur les effets avantageux des clubs masque, dissimule, évite toute polémique sur les négatifs et, à entendre les responsables locaux, la population soutiendrait sans faillir les subventions accordées. Des oppositions existent, non pas sur l'idée même des financements, mais sur leurs modalités et importances. Les débats des conseils municipaux deviennent houleux, des procès sont intentés aux municipalités³ mais peu imaginent des conséquences néfastes entraînées par la présence du football. J. Bale a pourtant recensé et étudié diverses sources de nuisances notamment à l'encontre des riverains des stades (Bale, 1980, 1993). Avec l'exemple de Southampton, trois auteurs anglais ont aussi insisté sur la peur des hooligans, des foules et des dégradations tant sur le plan de la perception que des réalités matérielles : conditions de trafic, places de parking occupées, vandalisme, nuisances sonores, coûts pour la communauté ou encore effets négatifs sur le marché immobilier, sans pouvoir toutefois quantifier

¹*Ibid.*, p. 16.

²Derrick E, McRory J. (1973), "Cup in hand : Sunderland's Self Image after the Cup", *Working Paper*, 8, Center for Urban and Regional Studies, University of Birmingham, cité par (Bale, 1993, p. 57). Traduction personnelle.

³Ainsi, au cours d'un conseil municipal de février 1996, les élus lorientais ont appris qu'un contribuable local avait déposé une requête auprès du tribunal administratif pour que soit annulée une délibération du conseil en date du 28 septembre 1995 concernant le versement d'une subvention municipale au FC Lorient. Le plaignant contestait qu'une commune donne de l'argent à un club professionnel. La Mairie a décidé de défendre sa cause devant le tribunal tout en soulignant que l'interdiction de verser ces subventions sera seulement appliquée en France à partir de 1999. *France-Football*, n° 2602, 20 février 1996, p. 26.

financièrement les dégâts. Ils ont inséré le football dans une géographie du mal être définissant de véritables cartes mentales des cités (Humphreys *et alii*, 1983).

En France, les foules drainées étant moindres, le problème du hooliganisme géographiquement restreint, peu de clubs ou de municipalités évoquent directement ces nuisances. Seul le PSG, sensiblement exposé aux débordements, a entamé un dialogue avec les riverains du *Parc des Princes*. Ils ont abordé les difficultés de circulation et de parking, les dégradations causées à proximité du stade. Jusqu'à présent, le débat a été inexistant dans les autres villes. Est-ce en raison de l'absence relative de problèmes ou, plus vraisemblablement, afin de ne promouvoir que les effets positifs du football? Néanmoins, en ces temps d'augmentation permanente de l'imposition locale, les élus ne peuvent plus se permettre les largesses des années quatre-vingt. En 1987, M. Noir, élu au conseil municipal de Lyon, déclarait déjà : "J'ai un peu honte de voter 2 millions de francs pour un club professionnel alors que je n'ai que 350 000 francs pour l'aide au chômage."¹ La loi a autorisé les subventions jusqu'en 1999. À partir de cette date, les clubs devront accéder à d'autres ressources.

2.3 Une logique spatiale de service public

Toutes ces logiques aperçues donnent au football français la notion de service public. Sans cette référence permanente, on ne peut comprendre les principes de localisation qui le régissent. Les niveaux territoriaux englobés sous ce concept font appel à plusieurs échelles géographiques. L'État est omniprésent par la mission accordée au football pour l'élaboration de sa politique. La Fédération Française de Football et la Ligue Nationale de Football ont une délégation de compétence pour organiser la discipline. Des statuts juridiques favorables à l'intervention publique ont été promulgués afin de maintenir constamment les clubs sous dépendance. Aux échelles locales et régionales, les collectivités du même nom se sont appropriées les équipes et les utilisent à des fins de promotions internes et externes.

De ce paradigme découlent plusieurs conclusions sur l'organisation géographique. Il y a tout d'abord l'unicité, conséquence logique d'un financement municipal qui ne peut se permettre le saupoudrage des aides. Parallèlement, cette intervention publique bloque tout développement hiérarchique contrairement à ce que l'on a pu observer en Europe. Par un effet mécanique, ce blocage du haut de l'armature urbaine favorise l'émergence des villes de niveaux inférieurs qui profitent d'autant plus des synergies locales. La présence du football s'analyse

¹Lyon-Matin, 8 décembre 1987, cité par (Trèves, 1988).

alors comme une volonté politique et conduit logiquement à une répartition spatiale homogène.

2.3.1 L'intervention municipale ou le fondement de l'unicité

La fusion obligatoire

L'investissement des collectivités locales est le facteur primordial dans l'explication de l'unicité et ce pour plusieurs raisons simples. Premièrement, une mairie, un district urbain ne financeront jamais plusieurs équipes de haut niveau dans une même discipline sportive : l'aide est unique, ciblée, évitant la dispersion financière. Les grandes villes françaises estiment avoir suffisamment doté la discipline professionnelle et il leur serait totalement impossible de dégager une masse financière supplémentaire pour la constitution d'une nouvelle équipe. Le contribuable n'apprécierait nullement ce gaspillage des fonds publics car il ne correspondrait plus du tout avec les objectifs promotionnels ou économiques fixés. Deuxièmement, le paradigme public donne une autre fonction à la taille de la ville. Elle agit sur la diversité des disciplines présentes et non sur la croissance du nombre de clubs de football. Théoriquement, la notion de service public s'accorde à la satisfaction des besoins de la population en lui offrant divers spectacles sportifs. Une collectivité élargit la palette de ses activités mais ne finance pas le double emploi. Troisièmement, tous les exemples étrangers ont montré que la multiplicité encourage les oppositions internes tant sociales que spatiales. De fait, l'attribution d'aides envers un renforcement des antagonismes serait hors des conceptions des pouvoirs publics locaux dont les objectifs privilégient davantage la recherche du consensus. Dans ce contexte, la fusion devient une obligation pour atteindre le haut niveau sportif. Deux exemples, dans deux villes françaises dépourvues de clubs, expriment cette réalité.

La ville de Grenoble n'est pas, n'a jamais vraiment été représentée au plus haut niveau, une place sportive que mériterait pourtant son niveau urbain. Le rugby, fortement implanté dans la cité et la région, offre une concurrence directe mais le manque de football est d'abord le résultat d'une opposition interne car deux clubs¹ se partagent les premiers rôles nationaux. Au début de la saison 1996/97, la municipalité a sommé les deux équipes de fusionner pour concevoir enfin un unique et grand club dans la capitale dauphinoise. Interrogé sur cette éventuelle fusion, le président du FC Grenoble répond : *"Je crois qu'une fusion, si elle est bien menée, peut être une formidable opportunité pour développer un beau projet à Grenoble. Maintenant, il ne faut pas que cette fusion soit de la poudre aux yeux ni un coup politique. Pour ma part, je ferai tout ce qui est en mon pouvoir pour que cette entente réussisse."*² À ce stade, pour une montée en deuxième division, la dispersion n'est plus possible car la mairie veut investir dans une seule équipe. En revanche, quand les clubs évoluent à des échelons hiérarchiques inférieurs, la fusion peut attendre. À Reims,

¹Le FC Grenoble (N1) et le NORCAP Grenoble (N2).

²*France-Football*, n° 2636, 15 octobre 1996, p. 39.

deux équipes cohabitent : le légendaire Stade de Reims (N3) et le Sainte-Anne de Reims (N2), club du quartier populaire de la ville. Si le regroupement paraît inévitable pour que la ville demeure dans un championnat professionnel, l'objectif actuel est autre : "L'existence de deux clubs permet à quarante joueurs d'évoluer en National. Autrement ceux-ci vont aller ailleurs."¹ La multiplicité peut encore s'exprimer à cause d'un faible niveau sportif et d'une conception amateur.

La fusion, produit de l'histoire

L'histoire se répète, quasiment à l'identique dans toutes les villes françaises. À l'origine, les clubs sont nombreux, émanations de divers groupements affinitaires et bases territoriales intra-urbaines. Pourtant, un seul atteindra l'élite. Il peut éliminer ses concurrents en raison d'un soutien populaire, politique ou de sa capacité structurelle à affronter le haut niveau. Il peut aussi résulter de la fusion des meilleures sociétés sportives locales. À l'exception de l'agglomération parisienne ou lilloise dans l'immédiate après-guerre, jamais plusieurs équipes n'ont réussi à cohabiter au sommet. La faible attraction populaire joue un rôle primordial en ne permettant pas l'indépendance financière des équipes mais le transfert de pouvoir à la collectivité encourage la fusion, l'élimination donc la réalisation de l'unicité.

D'autres équipes résultent directement d'une fusion nécessaire à la mise en commun des richesses (équipements, joueurs), sous la pression des mécènes locaux ou de l'État. Ainsi, le FC Nantes est fondé par les différentes sociétés de football de la ville qui décident la création d'un grand club de football le 23 avril 1943. Deux ans plus tard, il adhèrera au professionnalisme. Même situation à Lille, Roubaix où les clubs existants, ayant déjà participé au championnat professionnel, fusionnent au sortir de la guerre. L'Olympique Lillois et le SC Fives forment le Lille Olympique Sporting Club, l'Excelsior et le Racing Club de Roubaix le Club Olympique Roubaix-Tourcoing. La démarche se réalise aussi dans de plus petites villes comme à Sedan, Aix-en-Provence, Valenciennes, Béziers, Cherbourg, etc. Ailleurs, l'élimination prévaut et une seule équipe s'impose nationalement en bénéficiant du soutien de la collectivité, du public et des mécènes. La réalité mêle bien souvent les deux processus (élimination et fusion) dans une même complémentarité. J.P. Augustin a montré comment l'association entre les Girondins de Bordeaux et le Football Club de Bordeaux avait entraîné la disparition d'une autre fusion réalisée par trois autres associations de la ville (Augustin, 1990). Ces groupements furent encouragés par le gouvernement de Vichy qui désirait une seule association sportive par commune.

En 1950, une enquête de *France-Football* établissait que la moitié des équipes de première et deuxième divisions recevaient des subventions de leurs municipalités. Les parisiennes ne touchaient rien tandis qu'à Lille, le LOSC jouait dans le stade désormais propriété de la municipalité. Les aides consenties à Nice, Rennes, Nantes, Strasbourg, Metz, etc., empêchaient l'émergence d'une autre équipe. Dans

¹H. Ribes, président de Sainte-Anne, *France-Football*, n° 2613, 7 mai 1996, p. 28.

la capitale, le soutien municipal ne viendra pas et les clubs périliteront dans les années soixante avant que la Mairie de Paris se décide enfin à subventionner son unique représentant, le PSG. L'unicité est dans la logique même du système municipal que vient confirmer l'exemple récent du Matra Racing. Quand le deuxième club parisien intègre la deuxième division en 1986, il ne perçoit aucune subvention publique. Son existence et sa localisation procédaient uniquement d'un investissement privé. Par conséquent, tant que l'argent public s'investira dans le football¹, l'unicité et les logiques annexes seront préservées.

2.3.2 Vers un changement d'échelle de l'unicité?

Depuis les lois de décentralisation, les aides municipales sont complétées par un soutien des départements et régions. Dans la plupart des cas, on assiste à une synergie des différents acteurs publics territoriaux dans la collaboration sportive². Toutefois, ils sont soumis à une problématique que les mairies ont évacuée : ils aimeraient cumuler leurs aides envers une seule et grande équipe plutôt qu'effectuer un saupoudrage de subventions inutiles entre plusieurs clubs de seconde zone.

Les départements et les régions financent aussi le football

Le débat sur l'unicité a changé d'échelle car cette nouvelle intervention risque d'accroître une déconcentration à l'échelon géographique supérieur. En 1989, les départements et régions étaient à l'origine respectivement de 9 et 6% de l'aide publique accordée aux équipes (Chamond *et alii*, 1990). Quatre ans plus tôt, elle était identique pour les départements mais beaucoup plus faible pour les régions (1,3%) car seule le Nord-Pas-de-Calais aidait ses représentants. Les subventions accordées sont faibles comparées à celles des municipalités mais l'évolution récente, marquée par une hausse importante des budgets sportifs de ces collectivités, a montré leur intérêt croissant pour le financement du haut niveau³.

Notoriété, image de marque, promotion sont encore mis à l'honneur. Dernier exemple en date, la région Bourgogne qui, suite à la victoire de l'AJ Auxerre dans le championnat de France 1995/96, a acheté un encart publicitaire dans le journal *L'Équipe* en l'accompagnant du texte suivant : "Pour bien défendre sa région, il faut d'abord y croire! C'est vrai pour une équipe, une région tout entière! C'est vrai pour l'A.J. Auxerre et la Bourgogne tout entière!"⁴ Une étude sur le financement du haut niveau par les Conseils généraux a montré que les aides obéissaient à un objectif principal : la promotion du département. La majorité d'entre eux avaient ainsi engagé avec leurs clubs des accords de partenariat relevant d'une politique

¹La fin officielle des subventions en 1999 n'empêchera pas les collectivités de subvenir, sous d'autres formes, aux besoins des clubs.

²Sur l'aide des régions et des départements, voir (Chamond *et alii*, 1986, pp. 99-107).

³*La Lettre de l'Économie du Sport*, n° 284, 30 décembre 1994, pp. 1-2. "L'implication des départements et des régions dans le football professionnel suivra la même voie que celle empruntée par les communes" (Chamond *et alii*, 1990, p. 36).

⁴*L'Équipe*, 20 mai 1996.

2. Les collectivités territoriales financent le football

promotionnelle extérieure (affichage du logo, mention médiatique de la collectivité) et interne, notamment par l'utilisation des joueurs dans des manifestations pour la jeunesse¹. Ils reproduisent ainsi les politiques déjà engagées par les municipalités. À titre d'exemple, les joueurs de Montpellier sont quémandés pour des rencontres auprès des jeunes, licenciés ou en difficultés, pour des inaugurations qui les amènent à visiter tout le département. La presse locale retransmet avec insistance la présence des vedettes et constate leur importance médiatrice. Charles Basso, ancien directeur administratif du Conseil général, indiquait ainsi : *"Amener Laurent Blanc, Rust, Divert ou Ferhaoui dans une petite commune de l'Hérault, c'est un retour moral sur investissement. [...] Les gamins viennent voir leur vedette et s'identifient davantage au club."*² Une manière d'ancrer l'appartenance territoriale et l'identification communautaire ... mais encore faut-il que le club soit à la hauteur!

La difficulté des financements multiples

Cette politique est intrinsèquement limitée par la multiplicité des clubs au sein de ces collectivités territoriales. Lors de la saison 1995/96, trois départements comptent sous leur juridiction plus d'un club en première ou deuxième division (Alpes-Maritimes, Bouches-du-Rhône et Nord) et, découlant de cette distribution, dix régions subissent au moins les affres d'un doublet. Ce financement public élargit l'échelle de la multiplicité et les problèmes de répartitions éliminés au sein des villes se posent désormais à un autre niveau géographique. Les régions Nord-Pas-de-Calais et Provence-Alpes-Côte d'Azur sont particulièrement touchées en raison de l'ancienneté de l'implantation. Toute concentration sportive engendre une concurrence entre les équipes pour l'obtention des subventions et, de manière symétrique, il est difficile pour les collectivités territoriales de choisir entre les participants.

Jean-Claude Gaudin, président de la région PACA, exprimait ainsi ses compétences et ses limites : *"Outre l'OM, il y dans ces six départements, trois équipes professionnelles de football : Nice, Cannes et Martigues³ ; sans oublier Monaco qui, en tant qu'acteur de ce même championnat pourrait également revendiquer une aide de la région. En tant qu'institution régionale, nous préférons établir des contrats privilégiant l'action à la périphérie de ces clubs pros, comme le partenariat que nous avons avec l'OM, Nice ou Martigues sur la formation des jeunes défavorisés."*⁴ J.C. Gaudin ne mentionnait pas l'AS Cannes parmi les heureux bénéficiaires car le club des Alpes-Maritimes en était dépourvu. Toutefois, la politique proclamée ne pouvait permettre cette exception. En juillet 1995, le Conseil régional versait les trois millions promis à

¹LE CAMUS S., COUDOUX M. (1994), "Les Conseils généraux et le sport de haut niveau", Mémoire de DESS, Université de Caen, non publié. Cité par *La Lettre de l'Économie du Sport*, n° 298, 19 avril 1995 p. 4.

²Cité par DUCUING O. (1992), "Foot : les mauvais comptes du ballon rond", *Méridien*, n° 21, avril 1992, p. 35.

³Il faut, pour la saison 1996/97, ajouter Toulon.

⁴*L'Équipe*, 10 février 1995, p. 4.

l'OGC Nice. La réaction de Michel Mouillot, vice-président régional, maire de Cannes et président du club de football local, s'avéra immédiate : il demanda un traitement identique pour ses protégés¹. La semaine suivante, une délégation cannoise emmenée par l'adjoint aux sports de la ville et le directeur du centre de formation, se déplaçait à Marseille pour obtenir une subvention équivalente : le résultat fut positif².

La logique de l'aide publique ne peut pas différencier les traitements envers les équipes. Dans ce cas, les solutions restent la disparition, la relégation d'un des éléments afin de concentrer les subventions comme l'a montré la région Nord-Pas-de-Calais. En 1993, le Conseil régional annonça une réduction de la contribution accordée aux clubs de football professionnels car ils avaient reçu l'année précédente plus de la moitié du budget régional consacré au sport³. Dès l'annonce de la décision, les présidents de clubs réagirent vivement, estimant qu'elle était de nature à causer la mort sportive des équipes. Gervais Martel, président du Racing Club de Lens, décrivait alors un scénario catastrophe : *"D'abord, il nous faudra augmenter le prix des places qui se situent actuellement autour à 40 francs de moyenne, soit un prix inférieur de 40 francs à ceux pratiqués à Strasbourg et Saint-Étienne, dont les affluences sont à peu près comparables aux nôtres. Deuxième point, faire des économies en matière de recrutement. Enfin, vendre certains de nos joueurs. Au total, sauf miracle, le Racing plongera sur le plan sportif."*⁴ Soutenu par son collègue lillois et appelant *"à la défense du patrimoine de la région"*, il n'obtint pas gain de cause. Est-ce une coïncidence mais, trois saisons plus tard, Dunkerque et Valenciennes disparaissaient de la deuxième division.

Si ces mesures peuvent favoriser la disparition des plus faibles, les aides versées aux professionnels empêchent aussi l'émergence de nouveaux clubs, du moins dans les régions déjà pourvues d'équipes de haut niveau car la concentration ne peut théoriquement s'accentuer. Le cas d'Avranches, club de National 1 lors de la saison 1994/95, est exemplaire. À la fin de l'année 1994, le président donne sa démission qu'il explique ainsi : *"Comment ne pas réagir lorsque l'on prend connaissance des subventions du Conseil régional : 3,5 millions de francs au Stade Malherbe de Caen, 1 million au basket de Caen, 700 000 francs au Hockey club de Caen. Pour nous, deuxième club de football de Basse-Normandie, rien. [...] Sans jalousie aucune, je constate l'injustice et je suis las du système."*⁵ Parfois, la fusion est envisagée pour obtenir une unicité départementale. Depuis que Charleville est le seul représentant ardennais en seconde division, les projets de mariage avec le voisin sedanais réapparaissent. La question est d'ordre financier, heurte les dirigeants et supporters des deux camps. Les mairies et le Conseil général poussent vers le regroupement, opinion exprimée par l'adjoint au maire de Charleville : *"Qu'il reste*

¹France-Football, n° 2571, 18 juillet 1995, p. 20.

²France-Football, n° 2572, 25 juillet 1995, p. 8.

³Sur un budget de 50 millions de francs, 29 étaient consacrés aux équipes professionnelles. *La Lettre de l'Économie du Sport*, n° 200, 10 février 1993, p. 1.

⁴L'Équipe, 10 février 1993, p. 3.

⁵France-Football, n° 2540, 13 décembre 1994, p. 33.

dans les Ardennes, une tradition de football, c'est légitime. Un seul club suffira à perpétuer cette tradition."¹ La phrase est lourde de conséquences.

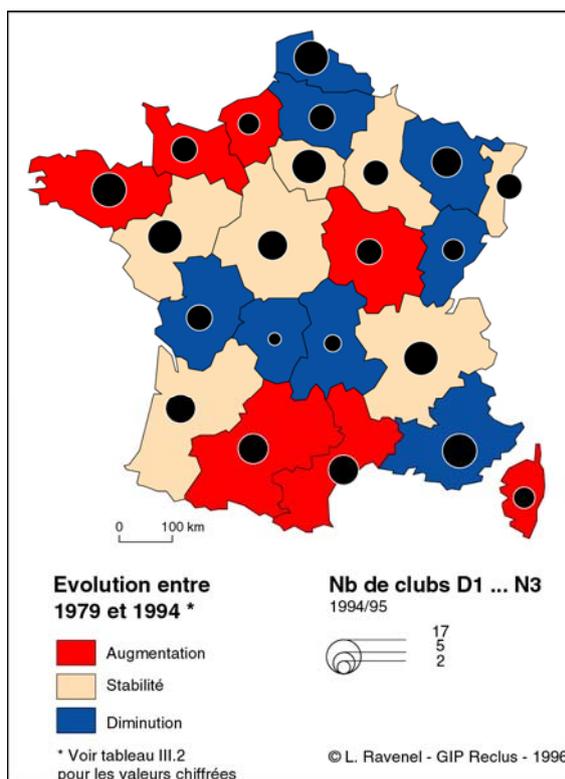
2.3.3 Une relocalisation publique des équipes

Dans cette optique, chaque collectivité tente de réduire le nombre d'équipes sur son espace de tutelle entraînant automatiquement un phénomène de déconcentration. Les aides pourraient alors fort bien définir une structure géographique adaptée au maillage territorial. Les zones surreprésentées allégeraient la masse de leurs clubs, les régions en déficit l'accroîtrait. Les études menées sur les relocalisations sportives aux États-Unis, au Portugal ou en Grande-Bretagne, l'ont toujours été selon une conception privilégiant les mutations économiques du territoire (Bale, 1978, 1989) (Gaspar *et alii*, 1983) (Goodey *et alii*, 1986²). Mais, dans le cadre français, les principes de localisations et de changements doivent s'envisager avec la référence au secteur public.

Une tentative de vérification

Comment vérifier spatialement ces hypothèses? Peut-on observer, sur l'évolution récente, l'existence d'une dynamique poussant à la déconcentration? À l'échelle historique du championnat, celle-ci se vérifie par la diffusion qui résulte d'abord d'une intervention du pouvoir sportif. Comme nous l'examinerons dans la prochaine partie, l'ouverture permettait aussi de calquer l'espace du haut niveau sur celui de la pratique, un objectif parfaitement intégré à la logique de service public. D'autre part, en promouvant un système de compétition favorable aux petites villes, le football français accroissait la part des financements publics, devenus dès lors indispensables à la survie des équipes dans les zones nouvellement conquises. Or cette augmentation favorisait, elle aussi, la déconcentration car l'équipe devenait moins dépendante des conditions locales qui jusque là avaient déterminé son implantation.

Carte III.6 - Évolution du nombre de clubs nationaux (1979/1994)



¹France-Football, n° 2656 bis, 7 mars 1997, p. 31.

²GOODEY B., GUTTRIDGE I., SMALES L. (1986), "Indicador da tensao espacial", *Arquitetua Urbanismo*, n° 2, pp. 78-83, cité par (Bale, 1989, p. 96).

Dans cette optique, nous avons observé l'évolution du nombre de clubs nationaux (D1 à N3) pour les différentes régions françaises¹. Nous en avons effectué un repérage exhaustif pour les saisons 1979/80 et 1994/95. Le nombre total d'équipes diminue faiblement sur la période (227 en 1979, 213 en 1994) et s'explique par une professionnalisation plus importante qui entraîne une quantité plus élevée de réserves disputant les Nationaux 2 ou 3². Nous avons essayé d'établir une pondération en fonction des divisions par l'attribution de masses décroissant avec le niveau hiérarchique, mais la refonte des championnats en 1992³ a empêché tout système cohérent⁴. Les résultats que nous proposons suscitent toutefois plusieurs commentaires (tab. III.2 et carte III.6).

Tab. III.2 - La répartition des clubs par régions (D1 ... N3)

	Nb de clubs		en %		Dif.	
	1994	1979	1994	1979		
diminution	Auvergne	4	9	1,9	4,0	-2,1
	Nord-Pas-de-Calais	15	20	7,0	8,8	-1,8
	Limousin	2	5	1,0	8,8	-1,8
	Poitou-Charentes	7	10	3,3	4,4	-1,1
	Lorraine	11	14	5,2	6,2	-1,0
	PACA	15	18	7,0	7,9	-0,9
	Franche-Comté	5	7	2,4	3,1	-0,7
	Picardie	7	9	3,3	6,2	-1
	Aquitaine	10	11	4,7	4,8	-0,1
	Ile-de-France	16	17	7,5	7,5	0,0
stabilité	Alsace	7	7	3,3	3,1	0,2
	Centre	11	11	5,2	4,9	0,3
	Champagne-Ardenne	8	8	3,8	3,5	0,3
	Pays-de-la-Loire	15	15	7,0	6,6	0,4
	Rhône-Alpes	17	17	8,0	7,5	0,5
augmentation	Bourgogne	8	7	3,8	3,1	0,7
	Midi-Pyrénées	10	9	4,7	4	0,7
	Basse-Normandie	9	7	4,2	3,1	1,1
	Languedoc-Roussillon	10	8	4,7	3,5	1,2
	Bretagne	14	12	6,6	5,3	1,3
	Haute-Normandie	6	3	2,8	1,3	1,5
	Corse	6	3	2,8	1,3	2,5
<i>total</i>	<i>213</i>	<i>227</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>		

¹En raison des faibles effectifs du haut niveau, nous ne pouvons envisager cette dynamique avec sa seule participation. L'ajout des divisions inférieures accroît les quantités mais solidifie aussi la structure.

²En 1994, toutes les formations de D2 sont professionnelles, ce qui n'était pas le cas en 1979. Le nombre de réserves est ainsi en augmentation mais nous ne les avons pas comptabilisées car elles sont directement liées à l'existence d'une équipe professionnelle, donc redondantes.

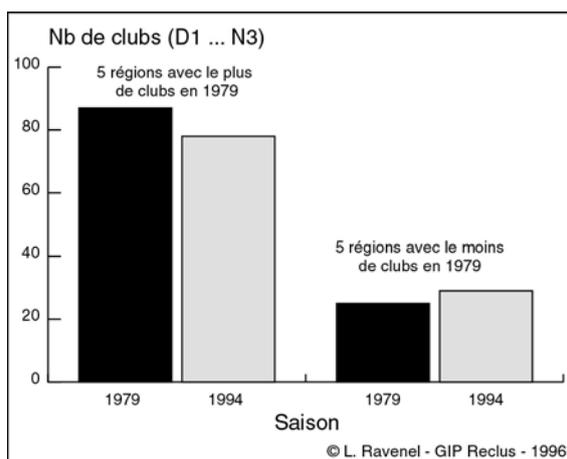
³La deuxième division comprend désormais 22 équipes (contre 36 précédemment), le N1 est créé afin d'accueillir les équipes des anciennes D2 et D3. De 4 divisions, les championnats passent à 5.

⁴Nous avons essayé divers coefficients et systèmes de pondération mais le biais introduit était toujours plus important et laissait des doutes sur l'amélioration possible. Néanmoins, les résultats mentionnés étaient pratiquement identiques.

Compte tenu d'effectifs régionaux minimes, nous avons exprimé les variations à l'aide d'une différence en points¹. Les modifications opèrent sur de faibles quantités en valeurs absolues mais certaines régions ont des bouleversements importants. Ainsi, le Limousin et l'Auvergne perdent plus de la moitié de leurs clubs mais la structure même des championnats de N1, N2 et N3, organisés par poules régionales, empêche les restructurations majeures, du moins sur une courte période. Les diminutions notables concernent aussi le Nord, PACA et la Lorraine mais cette baisse ne se remarque pas dans d'autres régions à forts effectifs comme l'Île-de-France, Rhône-Alpes ou Pays-de-la-Loire. À l'inverse, le Languedoc et la Bretagne accroissent sensiblement la masse de leurs équipes tandis que la Corse ou la Haute-Normandie profitent d'effectifs réduits pour doubler leurs quantités. Toutefois, la part des régions les mieux représentées diminue tandis qu'augmente celle des moins bien pourvues (fig. III.11).

Bien que cette dernière indication puisse apporter un élément favorable à notre hypothèse, celle-ci reste difficilement vérifiable pour plusieurs raisons. D'une part, l'intervention des départements et des régions est récente. Dans un premier temps, elle s'est traduite par une aide massive à toutes les équipes, augmentant ainsi leurs possibilités de survie, à défaut de réussite. Les premières restrictions sont apparues dans le Nord-Pas-de-Calais avant que la région PACA l'imite mais ce mouvement amorcé en 1993 est encore peu perceptible. D'autre part, l'aide reste faible comparée à celle des municipalités et peut expliquer le peu d'influence à l'échelle régionale. Enfin, et ne l'oublions pas, en 1994 les subventions ont été légalisées pour une période de cinq ans pendant laquelle se redéfinissent toutes les notions du partenariat. La question est alors posée pour les prochaines années.

Fig. III.11 - Évolution en fonction de la masse des clubs (1979-1994)



Vers un aménagement du territoire sportif

Dans ce cadre d'analyse, les discours, les projets dépassent la réalité. Si les faits ne démontrent pas encore la vision théorique, celle-ci se répand dans les volontés affichées de redistributions spatiales exprimées par la presse ou des travaux de prospective. Chamond *et alii.* ont adopté ce principe d'équité territoriale et, estimant

que l'apport des collectivités locales se maintiendra pour la survie du football français, ils proposent "une meilleure répartition géographique des clubs de haut niveau, permettant un financement complémentaire et concerté des villes et plus généralement des

¹Une évolution en points est la différence entre les pourcentages régionaux aux deux dates. Notre discrétisation a validé une augmentation au-delà de 0,5 point, une diminution en dessous de - 0,5 et une stabilité entre les deux valeurs.

collectivités publiques concernées par l'espace de référence des clubs. En quelque sorte, un nouvel aménagement du territoire, sportif cette fois" (Chamond et alii, 1990, p. 80). Dans un souci conjoint d'égalité territoriale et de préservation des espaces sportifs existants, ils simulent une répartition spatiale des sports de haut niveau. Leur conception évite la concurrence des financements mais nécessite la création d'un football à deux vitesses, à l'exemple des compétitions européennes. L'élite est ainsi constituée d'un groupe constant de clubs, localisés dans les plus grandes villes et disposant de stades d'envergure internationale, auxquels sont rattachées les équipes inférieures selon un ancrage régional.

J.M. Guillou, ancien international et ancien président du FC Mulhouse, propose une résolution similaire (Guillou, 1994). Il envisage une réduction sévère de l'élite professionnelle à vingt clubs, les autres devenant amateurs et spécialisés dans la formation des joueurs. Les meilleurs doivent alors développer leurs aires de chalandise afin que la baisse du nombre de matches puisse être compensée par un accroissement général de fréquentation. Le projet est d'autant plus d'actualité car, avec la Coupe du Monde 1998, les plus grandes villes seront dotées de stades internationaux dont la rentabilisation devra être assurée. L'État et les collectivités locales qui se sont engagées dans ce programme de construction et de rénovation des enceintes sportives, imaginent mal une sous-utilisation des équipements mis à disposition. À l'image du débat suscité par le club résident du *Stade de France*, ces collectivités pourraient fort bien exiger la présence obligatoire de leurs équipes parmi l'élite engageant ainsi un nouveau déterminisme sportif : la présence de l'équipement urbain entraînerait alors la localisation du club.

Les organisations proposées ressemblent à celles des ligues américaines qui évitent au maximum la concurrence afin d'accroître les enjeux sportifs. De nombreux économistes s'accordent sur une "américanisation" possible des sports européens et, dans une comparaison des deux systèmes sportifs, C. Durand concluait par une question d'avenir : "On peut dès lors s'interroger sur le parallèle entre les fonctionnements américain et européen des ligues et des clubs professionnels. Les sports professionnels européens sont-ils en ce début des années quatre-vingt-dix au même stade que l'étaient les sports américains aux débuts des années soixante, à certaines différences culturelles et historiques près?" (Durand, 1995, p. 541). L'idée est-elle utopique? Le football peut-il se gérer comme une activité où l'espace serait simplement un support économique envisagé pour délimiter des financements? Ce type de projet, qui s'inscrit finalement dans la continuité de nos hypothèses spatiales, confirmerait une singularité française en la poussant à sa conclusion géographique. Cette homogénéisation spatiale volontaire ne représenterait que le dernier avatar d'une évolution commencée dès les débuts du professionnalisme. Néanmoins, une condition importante serait nécessaire à la réalisation de la proposition : le consensus des autorités politiques et sportives. Dans le contexte actuel, ce soutien semble loin d'être acquis.

Toutes les collectivités territoriales souhaitent officieusement l'avènement de tels projets car, avec ce soutien unique, elles pourraient constituer des clubs puissants, capables de rivaliser avec les meilleurs nationaux ou internationaux. Les partenaires d'un même espace cumuleraient ainsi les aides permettant l'existence

2. Les collectivités territoriales financent le football

de grands clubs territoriaux. L'utopie a été soutenue par B. Serrou, actuellement député de l'Hérault et ex-conseiller régional : *“On pourrait alors avoir une équipe comme le PSG avec un budget de 120 millions de francs. Séparés, Montpellier et Nîmes continueront à nous donner un spectacle gentillet, mais ils n'arriveront jamais au niveau de Marseille, Milan ou Barcelone.”*¹ À l'image des exemples précédents, la théorie répond à des critères économiques sans souci de dimension identitaire ou territoriale. L'orientation est paradoxale car, en finançant le football, la collectivité l'attache à un territoire, son territoire. La réussite de l'opération dépend alors de la correspondance des deux espaces, de l'union possible entre l'administratif et le sportif. Le football n'est pas une activité économique comme les autres. Il répond à des logiques qui dépassent les cadres rationnels. Louis Nicollin, président du club de Montpellier, concluait ainsi à l'idée du grand club régional : *“Je me verrais très mal jouer aux Costières [le stade de Nîmes] ou à Alès. Les gens qui proposent cette solution n'ont rien compris au foot.”*² Ne rien comprendre au football, tel est le danger d'une approche qui délaisserait le territoire au profit d'un espace support.

¹Cité par (Ducuing, 1992, p. 37).

²*Ibid.*.

3. Le football, vecteur d'une identité spatiale

Dans sa forme moderne, le sport propose des phénomènes d'identifications collectives. Le football de haut niveau, par sa popularité et sa diffusion mondiale, en est l'archétype. Les collectivités territoriales ont bien compris la puissance médiatique assurée par la présence d'une équipe. Chaque semaine, le nom est véhiculé, s'adresse tant à la population locale qu'aux éventuels partenaires extérieurs. Outre la fonction de loisir urbain et d'incitation théorique à la pratique du sport, le club propose un repère collectif qui s'exprime par des oppositions permanentes : Marseille a battu Paris, Nice rencontre le Havre, Guingamp reçoit Montpellier, Lille et Lens font match nul. L'antagonisme est géographique, il différencie fortement les lieux en fonction d'échelles d'appartenance variables. De son côté, une partie de la population adhère en se rendant au stade, par la lecture de la presse locale ou par l'affichage d'éléments ostentatoires. L'équipe propose une référence derrière laquelle peut s'exprimer un sentiment identitaire dans lequel l'espace occupe une place privilégiée car l'identité spatiale ne peut s'envisager sans un territoire : on soutient l'équipe de sa ville, de sa région ou de son pays suivant les niveaux d'appropriation de la compétition. Le club symbolise alors un espace dont il peut transmettre les valeurs supposées ou réelles. Dans ce sens, il contribue à renforcer les identités, les exacerber, pérenniser ou engendrer. Les valeurs attachées à l'équipe, les styles de jeu, les ethnotypes véhiculés sont confortés car le football se complaît dans les discours stéréotypés. Comme le souligne J.P. Augustin, les sports d'équipes "*participent au patriotisme local et à la symbolique des territoires*" (Augustin, 1995, p. 131), et plusieurs auteurs ont montré leurs rôles dans les célébrations locales¹. L'animation n'est plus le seul but car il s'agit d'établir un rapport consensuel avec le territoire, un véritable sens du lieu et, au-delà de la victoire collective, s'installe une nouvelle identification².

Le caractère spatialisé de l'identité n'est pas une obligation. C. Bromberger a précisé que les soutiens dépendent de bien d'autres facteurs qu'une simple présence (Bromberger, 1995, pp. 105-111). Le territoire de référence définit alors un réseau d'appartenance multiéchelle, s'effectue selon une tradition familiale, des choix politiques ou les valeurs affirmées par l'équipe. Cependant, le débat entre le spatial et le non-spatial semble obsolète dans le cadre français car, au sein d'une même agglomération, le soutien officiel de la collectivité et l'unicité favorisent le consensus. Ce choix peut être modifié selon les échelles géographiques et le succès de l'équipe. Saint-Étienne et l'OM ont ainsi obtenu une adhésion extérieure massive par le déploiement d'un réseau important de supporters dans tout le pays

¹ (Bromberger, 1995), (Augustin et Bodis, 1994), (Charroin, 1994), (Di Méo *et alii*, 1993), (Marcy, 1989), (Augustin et Garrigou, 1985), (Augustin et Bergès, 1981).

²À titre d'exemple, J.P. Augustin et M. Bergès ont montré que la victoire de l'équipe de Bègles (champion de France de rugby en 1969) a provoqué un fort sentiment de fierté collective dans toute la ville "*envers son équipe victorieuse*" (Augustin et Bergès, 1981). Ils ont indiqué que ce succès avait été perçu comme une revanche de la banlieue bordelaise dénigrée par la ville centre.

3. Un système ancré dans le territoire

à la manière des grands clubs étrangers. Mais, ces deux équipes font exception car toutes les autres s'insèrent dans un cadre spatial forcément limité par leurs décevants résultats.

Toute la difficulté réside dans la définition de ce territoire car il s'exprime à la fois dans sa dimension physique et symbolique. Les communes d'origines des spectateurs, les zones de couverture de la presse locale, les limites administratives des financements produisent un espace concret, matérialisé par des migrations, des ventes ou des subventions. Ces quantités possèdent une existence théoriquement mesurable mais suffisent-elles à définir un territoire? La réponse est probablement positive car ces faits résultent de sentiments d'appropriation. La communauté détermine le club comme un haut lieu afin de cristalliser les représentations collectives tandis qu'une vision manichéenne du sport ("nous" et "les autres") transparaît constamment dans le discours. Ces processus sont indispensables à la création d'une identité territoriale et, comme le soulignent M. Bassand et F. Hainard, ils "*comportent nécessairement une expression de tous, c'est à dire la faculté de se représenter à soi même et aux autres, qui mène inévitablement à une confrontation socioculturelle. Cette dernière est non seulement enrichissante mais encore, elle est indispensable. Des actions socioculturelles peuvent être menées pour stimuler l'expression et la confrontation, ce sont des rites d'intensification. Concrètement ce sont les fêtes, les cérémonies, les manifestations qui stimulent, d'une part, la prise de conscience individuelle, d'un "nous" ou d'un groupe et, d'autre part, facilitent l'affirmation d'une volonté pour réaliser ce projet collectif*" (Bassand et Hainard, 1985, p. 10). La participation des collectivités locales aux financements ne joue pas un simple rôle monétaire. Elle officialise une relation, lui donne une existence politique dont elle profite en retour¹. Les spectateurs ne se rendent pas simplement au stade pour assister à une représentation : ils participent aussi au spectacle, s'identifient à l'une des équipes car la neutralité, si elle fait figure de comportement exemplaire, limite foncièrement le plaisir. Le passage de la passion partisane à la territorialité s'effectue surtout de manière symbolique par les sentiments, les valeurs, les significations attribués à l'espace. Il se "*manifeste par des sentiments d'appartenance à des aires, à des niveaux géographiques différents et imbriqués. Ces territorialités correspondent à la fois aux pratiques et aux aspirations, car ces aires vécues sont aussi des espaces imaginaires. Toutes les relations des hommes à leurs milieux sont alors codifiées par des signes, des labels, qui leur donnent un sens*" (Bailly et Ferrier, 1986, p. 261).

Nous avons adopté cette dernière conception pour appréhender les rapports entre football et territoire. Ce choix résulte d'abord d'une insuffisance d'information concernant les spectateurs qui ne nous permet pas d'examiner la réalité de ces espaces polarisés. D'autre part, l'étude d'un cas particulier, la réalisation d'une enquête locale - outre ses difficultés matérielles d'organisation - sortait de notre problématique nationale. Nous avons préféré appréhender le territoire selon une conception plus générale, plus symbolique mais qui ne nous a pas dispensé d'une vérification spatiale. Nous nous sommes d'abord appuyé sur

¹Les meilleurs exemples sont les réceptions des maires, du président après les victoires qui récompensent les sportifs pour services rendus à la communauté locale ou nationale.

les appellations des équipes et cette analyse sémantique précise de nouveau une singularité française. Nous nous attacherons ensuite à déchiffrer les espaces symboliques du football à travers le discours sur les styles de jeu. Les acteurs du système délivrent tous leurs représentations qui contribuent à différencier fortement l'espace et les équipes qui y sont associées. L'avantage à domicile sera le moyen de vérifier l'importance des sentiments territoriaux et, surtout, de les inclure dans la structure même de la compétition footballistique. Enfin, nous examinerons plusieurs pistes sur les spatialisations des supporters. Minoritaires mais actifs, ils expriment des rapports fondamentaux avec le territoire et proposent peut-être un nouveau modèle de relation.

3.1 Les noms

Les appellations, les dénominations des clubs sont loin d'être anecdotiques. Les noms, qu'ils se donnent ou qu'on leur prête, reflètent une identité symbolique qui les associe à une référence du champ social qui inclut le territoire. Cette relation reste toutefois une vision sportive fixée dans nos limites nationales. Par habitude, par unicité, les équipes françaises s'identifient aux villes qui les abritent. Hors de l'influence des cercles restreints de supporters ou de la presse régionale, elle suffit à désigner le club. Le LOSC devient Lille, l'ASSE Saint-Étienne, le MHSC Montpellier, etc.¹ L'attachement à un autre nom fait alors figure d'exception. Pour C. Bromberger, l'appellation "OM" est une marque de reconnaissance nationale, démonstrative du succès et de la popularité de l'équipe sur la scène des compétitions, toutes échelles confondues (Bromberger, 1995).

Le nom est le résultat d'une structure qui façonne la compétition et exprime les rapports qu'entretient l'équipe avec la communauté locale. J.P. Augustin et A. Garrigou remarquent son importance quand ils écrivent à propos des clubs de rugby : *“Nous avons eu l'occasion de relever à plusieurs reprises les rapports d'identification entre la communauté locale, le club et l'équipe fanion dont l'appellation est elle même significative. C'est une véritable double équivalence dont il s'agit : équipe fanion = club = communauté donc équipe = communauté”* (Augustin et Garrigou, 1985). En France, sous l'action de l'unicité et des financements publics, ce syllogisme introduit une appellation unique, d'essence territoriale. En revanche, ailleurs en Europe, les qualifications sont multiples, complètent le nom de la ville avec des références inconnues dans le championnat français où toute autre conception a

¹Deux exceptions valident la reconnaissance nationale et internationale de deux équipes : l'OM et, depuis quelques années, le PSG. Le nom de la ville apparaît dans le sigle, le remplace dans les résultats des émissions télévisées. En revanche, les joueurs restent appelés “parisiens” ou “marseillais” même si le terme “olympien” ou “phocéen” est couramment utilisé pour les seconds.

3. Un système ancré dans le territoire

disparu derrière le consensus spatial¹. Cette permanence, cette importance en font une caractéristique incontournable qui n'engage toutefois en rien sur l'intensité de la relation, beaucoup plus faible en France qu'en Angleterre, Italie, Espagne ou Allemagne. Nous reprendrions alors volontiers la conception de M. Le Berre sur la dénomination des territoires, à savoir : *“La marque la plus simple de l'entité territoriale est son nom propre, en d'autres termes, son code d'identification. [...] C'est enfin montrer aux autres sa marque d'appropriation sur un morceau plus ou moins étendu de terre et éventuellement, son appartenance à ce lieu approprié”* (Le Berre, 1992, p. 623).

3.1.1 La référence territoriale n'est pas indispensable

Notre habitude d'associer l'équipe à la ville masque une réalité européenne beaucoup plus complexe dans laquelle l'entité urbaine disparaît de l'appellation sportive, tant usuelle qu'officielle. L'équipe entre alors dans un univers où sa localisation n'est plus capitale.

Noms officiels, noms usuels

L'étude sémantique est confrontée à deux appellations : les appellations officielles reflètent une identité administrative dont les références ne sont pas nécessairement usitées mais qui traduisent une sorte de patrimoine sportif ; les appellations usuelles désignent les noms réellement employés par les supporters ou les médias. Si les valeurs officielles se conservent à toutes les échelles géographiques, les usuelles se modulent suivant la popularité du club. Son succès, sa réussite l'autorisent à sortir des préceptes classiques pour se doter de nouvelles significations attribuées et comprises par tous. Ainsi, les grands clubs européens se détachent de leurs origines géographiques locales parce qu'ils appartiennent au plus grand nombre, sorte de victoire du spectacle football où tout un chacun pourrait s'identifier aux équipes sans besoin de références spatiales. La Juventus de Turin est remplacée par son apocope la Juve, tout comme l'Internazionale devient qui devient l'Inter ou le FC Barcelone le Barça. Pour d'autres, la célébrité engendre une nouvelle dénomination passant outre la référence nominale originelle et qui, par la couleur, *“donne un nom d'usage plus célèbre que le nom officiel”* (Pastoureau, 1990, p. 14). Le Liverpool FC se confond avec les Reds, Saint-Étienne les "Verts" et le FC Nantes se transforme en "Canaris". La célébrité identifie aussi les clubs à des sigles dans lesquels le véritable nom peut être oublié comme le montrent l'OM ou le PSG.

¹Nous n'affirmons pas que les clubs des autres pays ont oublié leurs références spatiales et les identifications par le territoire. Moins encore, nous ne jugeons de leur intensité et les supporters de Naples, Liverpool ou Barcelone démentiraient rapidement de tel propos. Nous pensons simplement que ce lien spatial est unique en France, qu'il est le seul dénominateur commun entre l'équipe et la communauté locale.

Des patronymes dus à la multiplicité

À l'échelle européenne, les appellations courantes et les noms officiels font références à deux déterminants principaux qui, en raison de leurs fréquences d'apparitions élevées, n'incarnent pas de réelles spécificités. Tout d'abord, la ville est un élément nominal partagé par la quasi totalité des équipes. Son nom passe facilement dans le langage usuel si le club est son unique représentant. À cela, s'ajoute le déterminant sportif, majoritaire dans les dénominations officielles. Les "Football Club" (FC), "Athletic Club" (AC), "Sporting Club" (SC), "Racing Club" (RC) ont fleuri dans toute l'Europe, attestant de l'origine géographique du jeu et témoignant de l'anglomanie ambiante lors de la constitution des clubs sportifs (Hubscher *et alii*, 1992). Chaque pays reprend ces qualificatifs selon les usages locaux. La France propose ainsi ses "Stade", "Union Sportive", "Entente", "Association Sportive" ou des dénominations plus universelles comme "Olympique" ou "Étoile".

Ces deux déterminants ne suffisent pas et beaucoup de clubs ont ajouté d'autres significations que l'on peut regrouper en plusieurs catégories. Il y a tout d'abord les noms géographiques intra-urbains qui attestent l'origine spatialement différenciée de l'équipe. Noms de quartiers, de banlieues, ils restent accolés ou remplacent celui de la ville-centre. Les exemples foisonnent et, surtout, apparaissent au premier plan dans les définitions. Anderlecht est un faubourg situé au sud-ouest de Bruxelles, Benfica un quartier du Nord-Ouest de Lisbonne, Arsenal, Tottenham ou encore Chelsea sont londoniens. Toutes les grandes agglomérations préservent par la multiplicité ces créations urbaines. Pour d'autres, on distingue une référence à l'entreprise fondatrice ou sponsor de l'équipe. Les anciens pays de l'Est avaient érigé le football en une compétition entre les clubs de l'Armée (CSKA), de la Police (Dynamo) et des autres organismes étatiques (Chemins de fer, Université, Syndicats, etc.)¹. Le nom de l'entreprise s'affiche à côté de la ville comme en Allemagne (Bayer Leverkusen, Bayer Uerdingen) ou dans les ex-pays de l'Est. Parfois, la cité disparaît derrière la marque comme le club du Videoton-Waltham SC (Budapest) devenu Parmalat. On trouve encore des noms évocateurs de cette activité industrielle avec, par exemple, Rotor Volgograd, Lada Togliatti (Russie), Mettalbourg Zaporojle (Ukraine), Neftochimik Bourgas (Bulgarie), Electro Craiova, Petrolul Ploesti (Roumanie), Albpetrol Patos (Albanie), etc. Le club national est aussi une caractéristique partagée. Préférentiellement situé dans la capitale, il prend le nom du pays ou d'une référence nationale qui conduit à une sorte de centralisme sportif. Tels sont les cas des Sporting du Portugal (Lisbonne), FC National (Bucarest), Stade Français (Paris), Bohemians Praha, Stade Tunisien (Tunis), Austria de Vienne ou encore Español de Barcelone, rallié à la cause franquiste pour contrer les catalans du FC Barcelone. Enfin, on pourrait noter toute une série de noms faisant référence à l'histoire, aux glorieuses origines parfois oubliées. Dans le championnat anglais, on trouve ainsi les vagabonds de Blackburn ou de Bolton (Blackburn Rovers et

¹Par exemple, on comptait en 1990, cinq clubs à Sofia : CSKA, Slavia, Levski, Lokomotiv et Akademic.

3. Un système ancré dans le territoire

Bolton Wanderers¹, le mercredi de Sheffield (Sheffield Wednesday²), les Tottenham Hotspurs dont le nom dérive de la famille propriétaire du terrain. En Allemagne, les Borussia de Dortmund ou de Mönchengladbach rappellent les ancêtres prussiens.

L'examen de certains championnats laisse le lecteur songeur car malgré l'unicité respectée dans la grande majorité des villes, le dénominateur spatial a disparu des noms usuels à l'exemple de la compétition hollandaise. En dehors de l'Ajax ou de Feyenoord, que l'on associe facilement à Amsterdam et Rotterdam, que dire des NAC, MVV, Fortuna, FC Twente et Go Ahead Eagles³? Dans les petits pays, la lecture géographique relève d'une véritable prouesse car la presse française ne daigne pas traduire spatialement les noms usités localement. Ainsi, le championnat islandais n'est pas localisable sans recherche approfondie car les rencontres opposent KA, FH, FRAM, KR, Valur IA, Thor, Vikingur, St-Jarnan ou IBV. Ces patronymes ésotériques suffisent aux initiés mais reflètent aussi de très faibles différenciations territoriales.

3.1.2 Les références spatiales françaises

Comparées à toutes ces dénominations continentales, les appellations françaises privilégient singulièrement les déterminants géographiques. Pour le vérifier, nous avons classé les clubs de la saison 1995/96 en trois groupes nominaux : les références sportives ; les références géographiques ; les autres références (tab. III.3)⁴.

Le nom des collectivités territoriales

L'influence des collectivités territoriales explique plusieurs références avec la nomination directe ou indirecte du département, de la région. Leur prise de pouvoir s'est accompagnée d'un changement de l'échelle géographique du nom que peut illustrer l'exemple montpelliérain. À l'origine, l'équipe de Montpellier La Paillade Sporting Club résulte de plusieurs fusions opérées en 1974. Le club a ses installations dans la ZUP de la Paillade, quartier auquel il est fortement identifié tant par sa position géographique que par sa mauvaise réputation. Sous

¹L'équipe, fondée en 1877, doit son nom au fait qu'elle a mis dix-huit ans avant de trouver un stade permanent.

²L'origine vient d'un club de cricket dont les joueurs avaient l'habitude de se réunir le mercredi.

³Ces clubs sont respectivement à Breda, Maastricht, Sittard, Enschede et Deventer. Dans la presse française, la lecture est facilitée par l'ajout du nom de la ville, ce qui n'était pas le cas dans les années soixante.

⁴Le nom de la ville ne compte pas car il fait partie d'un patrimoine commun. Le Red-Star (Saint-Ouen) est l'exception qui se réfère à la sensibilité politique de ses fondateurs. Les références sportives s'appliquent aux clubs définis par FC, Stade, AS, Olympique, US, etc., sans qu'il y ait d'autres mentions supplémentaires. Ils représentent une sorte de neutralité sportive commune à de nombreux championnats. En revanche, nous avons considéré comme géographiques, les références aux collectivités territoriales (département, région), aux caractères de géographie physique, aux diverses dénominations spatialisées. La catégorie "références diverses" comprend les clubs qui n'entrent pas dans les catégories précédentes.

l'impulsion d'un dirigeant passionné, il gravit rapidement les échelons qui le séparent de la deuxième division, atteinte finalement en 1978. En 1981/82, l'équipe joue enfin en première et, si l'appellation est toujours officiellement identique, les médias, les supporters mentionnent toujours le nom du quartier populaire devant celui de la ville. La saison suivante, le club est rétrogradé avant une remontée en 1986 et un changement radical : la mairie et le département investissent dans une équipe jugée désormais représentative pour les deux collectivités. Le nom est modifié et la Paillade disparaît au profit d'une combinaison plus vaste : le Montpellier-Hérault Sporting Club. En quinze ans, le simple club de quartier a donc franchi les étapes territoriales et, si la référence originelle a officiellement disparu, elle persiste néanmoins dans l'imaginaire, dans un âge d'or mythique. Quand les résultats sont mauvais, quand les joueurs déçoivent, on fait appel à "l'esprit Paillade" car ce territoire est chargé de significations profondes (combativité, agressivité, etc.) nécessaires pour galvaniser les troupes. Au Mans, à Laval, Louhans, Lorient, Caen ou Saint-Ouen, le département s'est aussi imposé comme un partenaire privilégié. Toutefois, son apparition dans le nom n'est pas une obligation sinon toutes les équipes mentionneraient les collectivités dont elles dépendent. Même dans le cas de clubs récemment transformés en SAOS comme Nantes (1992) ou Nice (1996), l'assise spatiale des nouvelles sociétés anonymes a été élargie par des extensions respectives à "l'Atlantique" et la "Côte d'Azur".

Tab. III.3- Les références sémantiques des clubs (1995/96)

Réf. sportives	Réf. géographiques	Réf. diverses
Sporting Club de Bastia , Association Sportive de Cannes , Football Club de Gueugnon , Le Havre Athletic Club	Girondins de Bordeaux , Montpellier Hérault Sporting Club, Football Club de Nantes Atlantique, Olympique Gymnase Club de Nice Côte d'Azur, Olympique Alès en Cévennes,	Association de la Jeunesse Auxerroise , En Avant Guingamp , Chamois Niortais Football Club, Association Sportive d'Origine Arménienne de Valence .
Football Association, Racing Club de Lens , Lille Olympique Sporting Club, Olympique Lyonnais , Football Club de Martigues , Football Club de Metz , Association Sportive de Monaco	Sporting Club de l'Ouest d' Angers , Stade Malherbe de Caen Calvados Basse-Normandie, la Berrichonne de Châteauroux , Union Sportive du Littoral de Dunkerque , Stade Lavallois Mayenne FC, Le Mans	
Football Professionnel, Paris Saint-Germain Football Club, Stade Rennais Football Club, Association Sportive de Saint-Étienne , Racing Club de Strasbourg , Olympique de Charleville-Mézières , Stade Athlétique Épinal , Olympique de Marseille , Perpignan Football Club, Stade Poitevin , Football Club Sochaux Montbéliard, Toulouse	Union Club 72, Football Club 56 Lorient , CS Louhans-Cuiseaux 71, FC Mulhouse Sud Alsace, Association Sportive Nancy-Lorraine , Red-Star 93.	
Football Club.	16 clubs	
22 clubs		4 clubs

3. Un système ancré dans le territoire

Ces changements d'appellation ne se limitent pas à une évolution récente car la référence spatiale existe depuis les origines. Les Girondins de Bordeaux, la Berrichonne de Châteauroux, le Sporting Club de l'Ouest d'Angers, l'AS Nancy-Lorraine ou l'Olympique d'Alès en Cévennes ne résultent pas d'un processus financier moderne. Enfin, restent les exceptions, à savoir les quatre équipes insensibles à la règle générale de neutralité sportive ou de choix géographique. À Auxerre, le club est directement issu d'un patronage catholique et n'a jamais fusionné avec l'autre équipe, le FC Auxerre. À Guingamp, la dénomination "En Avant" est une originalité bretonne que l'on identifie dans deux autres communes de la région (Saint-Renan et Plénée-Jugon). Là encore, la fusion n'a pas été possible avec l'autre équipe - le Stade *Charles Le Bois* - car la ville a vécu au rythme endiablé des derbies entre les catholiques du Stade et les laïcs de l'En Avant. À Niort, le terme de Chamois est une référence à l'usine de chamoisage, fondatrice du club en 1925. Enfin, les Arméniens de Valence ont résisté à la fusion opérée en 1992 avec le FC Valence lors de l'accession à la deuxième division professionnelle. Quatre exceptions, quatre histoires qui ne correspondent pas au modèle général.

En revanche, les championnats étrangers ne proposent pas une telle présence d'éléments spatialisés et nous n'avons trouvé que trois clubs répondant à ce principe : le Bayern de Munich, la Lazio de Rome et le FC Tyrol Insbruck. La non-intervention économique des collectivités territoriales éclaire sans doute l'absence de ces déterminants. Mais, confirmant la singularité française, l'unicité n'aurait-elle pas rendu l'identification territoriale comme la seule envisageable? N'aurait-elle pas avalisé les dénominations neutres ou géographiques? Les fusions obligatoires ont certainement entraîné ces choix afin d'englober symboliquement le territoire d'influence. Plus qu'une résolution dictée par la géographie, il s'agirait plutôt d'une conception par défaut, par manque d'autres références et, peut être, par tradition ou expérience historique.

Les fusions territoriales du gouvernement de Vichy

Pendant la seconde guerre mondiale, l'État pétainiste s'efforça de nationaliser le football par l'intermédiaire d'équipes à composantes "régionales". En définissant la Charte des Sports en avril 1941 et en imposant la suppression de l'autonomie jusqu'alors accordée à la FFF, le régime a conduit une politique orientée vers la suppression du professionnalisme. Sous l'autorité du colonel Pascot, il édicta plusieurs mesures à caractère géographique. D'une part, le pouvoir instaura une politique générale de fusion des clubs dans les agglomérations accentuant ainsi la prédominance des meilleurs. J.P. Augustin a montré les bénéfices qu'en ont retirés les Girondins de Bordeaux (Augustin, 1990). D'autre part, en supprimant le statut de joueur professionnel et en le remplaçant par celui de joueur-moniteur au service de l'État, le gouvernement s'attaqua à la distribution des clubs sur le territoire car ce changement statutaire entraîna la totale réorganisation du championnat. Des 32 équipes présentes en 1942/43, seulement 16 furent autorisées à participer à la nouvelle compétition 1943/44 où les clubs disparaissaient au profit d'équipes fédérales à consonances régionales (Wahl et Lafranchi, 1995, pp. 101-107).

L'appellation de la ville fut officiellement évincée au profit des provinces, sorte de retour aux dénominations ancestrales. Le championnat national se transformait en une opposition d'espaces régionaux qui permettaient la participation symbolique de tout le territoire. Le football devenait alors inséparable des "*grands courants de redécouverte et de glorification des particularismes régionalistes*"¹. Néanmoins, et malgré la volonté étatique, la presse continua d'accoler le nom de la ville à l'équipe. Apparurent ainsi : Lens-Artois, Lille-Flandre, Paris-Capitale, Paris-Île-de-France, Bordeaux-Guyenne, Toulouse-Pyrénées, Nancy-Lorraine, Nice-Côte d'Azur, Marseille-Provence, Reims-Champagne, Rennes-Bretagne, Rouen-Normandie, Lyon-Lyonnais, Clermont-Auvergne, Montpellier-Languedoc et Grenoble-Dauphiné. Le procédé harmonisait la distribution des clubs. Il installait un maillage provincial régulier et supprimait des équipes dans les régions trop représentées, en ajoutant à l'inverse dans les zones vides. Saint-Étienne, Sochaux, Metz, Le Havre, Cannes, Antibes, Valenciennes ou encore Nîmes étaient évincés des zones Nord et Sud des championnats professionnels de guerre instaurés dès 1939. Des quatre clubs de l'agglomération lilloise présents en 1938/1939 ne restait plus qu'un unique représentant tandis que la Côte d'Azur voyait beaucoup de ses représentants éliminés. Seule la capitale gardait le bénéfice de deux équipes. À l'inverse, certaines furent promues à un rang national qu'elles n'occupaient pas avant la guerre comme Clermont, Bordeaux ou encore Toulouse afin de disperser et d'étendre le football sur le territoire. Cette modification radicale ne dura finalement qu'une saison mais, par sa conception, son idéologie et ses conséquences, favorisa fortement le regroupement des équipes et la notion d'aménagement sportif.

3.2 Territoires et représentations spatiales

Aborder le problème des représentations spatiales développées dans le football est une autre manière d'appréhender la production des territoires. D'une part, comme nous l'avons déjà montré, la médiatisation de l'activité propage, engendre ou favorise des images, des réflexions ou des propriétés de l'espace. Leurs fondements ne sont plus en cause et c'est au contraire leur acceptation générale qui force l'admiration. En affectant à l'espace des caractéristiques tranchées, le football joue ainsi d'antagonismes favorables à son spectacle, les utilise pour sa propre reproduction. D'autre part, la géographie des représentations² suscite des

¹FAURE C. (1986), *Folklore et Révolution nationale : doctrine et action sous Vichy (1940-1944)*, thèse dactylographiée, Lyon II, cité par (Hubscher *et alii*, 1992, p. 193).

²Sur les concepts de la géographie des représentations, voir : (Bailly et Debarbieux, 1995), (Bailly, 1977, 1986), (Lewis et Walmsey, 1984).

3. Un système ancré dans le territoire

interrogations sur la conscience qu'ont les communautés de leurs appartenances territoriales. Elles développent des identités, des images et se reconnaissent dans certaines que l'on nomme alors identités collectives. Comme le précisent M. Bassand et F. Hainard, *"ces images coïncident souvent en une représentation complexe. Elles peuvent être fondées sur les projets du groupe exclusivement, mais aussi sur une combinaison d'éléments relatifs aux ressources, normes valeurs, signes et symboles de la vie du groupe. De plus, l'identité suppose une dialectique, car l'identification de soi passe par le détour de l'autre. Ajoutons encore que l'identité d'un groupe oscille sur une échelle positive-négative, c'est à dire que l'identité du groupe peut être plus ou moins répulsive ou plus ou moins attractive. Plus l'identité du groupe est globale, positive partagée, plus elle contribue à la cohésion du groupe et à la légitimation de ses actions"* (Bassand et Hainard, 1985, p. 6).

Ces identités agissent à toutes les échelles. Des nations aux quartiers, l'espace du football est investi par le regard et les impressions de ses acteurs. Pour un pays ou une région, on évoquera évidemment les ethnotypes et autres stéréotypes qui s'introduisent dans les conceptions du jeu reflétant d'abord la victoire du géographisme sur la géographie (Ferras, 1992, p. 410). L'autre est différent, possède des caractéristiques physiques ou mentales qui l'autorise à pratiquer son propre style. Au sein d'une ville, d'une région, on fera appel à la conscience locale, à l'esprit de clocher pour une différenciation maximale de l'adversaire, d'autant plus forte que la distance entre les deux équipes est faible. Ces images établissent une dialectique permanente entre l'imaginaire d'un discours et une réalité difficilement perceptible. Elles participent à l'élaboration d'identités spatiales fondées par les acteurs de ce même espace mais dérivent aussi de facteurs extérieurs qui donnent à voir selon leurs propres conceptions. S'il existe des assises géographiques à leurs créations, il nous est pourtant impossible de définir le véritable sens de la relation.

Nous prendrons l'exemple d'une dichotomie majeure opérée au sein de l'espace discursif du football : celle d'une géographie des styles et des conceptions de jeux qui oppose la violence au "fair-play", l'agressivité au "beau jeu". Par cet intermédiaire, le football français produit des identités territoriales qu'il affecte à ses clubs, joueurs ou spectateurs. Cette argumentation n'est pas neutre, n'est pas la simple expression d'un besoin discursif ou métaphorique. Elle participe à la création d'antagonismes nécessaires à l'affirmation des identités respectives et contribue au renforcement des enjeux. Cette dialectique ancre constamment le football dans le territoire lui permettant - pour combien de temps encore? - d'esquiver le piège du sport spectacle¹. L'expression et, surtout, la conservation de ces différences, le préservent d'une réduction moderne des disparités spatiales. L'analyse est encore une fois à double échelle car, avant d'aborder le cas français, nous examinerons celui des nations. Nous montrerons ensuite que la France est partagée et tenterons de trouver des éléments géographiques producteurs de cette partition.

¹Nous l'entendons au sens d'un sport américanisé dans lequel l'espace a disparu au profit des franchises reproductibles suivant le contexte économique.

3.2.1 Les contradictions identitaires du football moderne

Le football, une exception culturelle

En détruisant les barrières dressées devant les transferts internationaux, l'arrêt de la Cour européenne de justice du 15 décembre 1995, plus connu sous le nom d'arrêt Bosman, a sonné le glas d'un football qui croyait encore à son exception culturelle. Désormais, un club anglais ou italien peut aligner dans son équipe première onze joueurs espagnols ou danois et reproduire la politique engagée depuis plusieurs années par certains grands clubs européens, sorte de communautés internationales avant la lettre. Cette libre circulation à outrance n'est pas sans attrister et inquiéter grandement : on déplore la perte des vedettes, l'avenir de l'équipe de France, la concurrence du marché du travail et la perte de l'identité du jeu. Dans un récent éditorial de *France-Football*, G. Ernault a dénoncé avec vigueur cette ouverture des frontières, synonyme d'une perte culturelle au profit d'un argent roi dont le football fait sa prédilection : *"Le dialogue des styles et des personnalités, qui est la fonction première des grandes rencontres sportives ou des grands festivals artistiques se conjuguera au passé. Il aura cédé la place à un monologue, une espèce de pensée unique. D'un point à l'autre de l'Europe, le football se résumera à un rapport de force économique-technico-tactique, certes intéressant en soi mais sans enracinement original, sans résonance régionale ou nationale, sans prolongement, sans supplément d'âme."*¹ Ce discours, repris par la presse sportive en général, soulève le problème identitaire du football. L'évolution actuelle du niveau européen, dans lequel l'arrêt Bosman n'est finalement qu'une conclusion judiciaire, ouvre les frontières d'un monde qui jusqu'ici avait fait du cloisonnement son orgueil.

La crainte d'une disparition des styles de jeu des équipes est-elle fondée? Au regard de l'uniformité tactique préconisée lors de l'*Euro 96*², on doute d'une diversification croissante. Défenses renforcées, attaques stériles et batailles au milieu de terrain standardisent les compétitions dans lesquelles les jeux hollandais, allemand, français ou roumain ne marquent guère de disparités. La référence spatiale disparaît au profit de l'économique et ce, quelle que soit l'échelle géographique considérée. Les clubs riches brassent les joueurs internationaux au sein d'un cercle européen constitué d'un quota limité de prétendants. À l'autre extrême, les petites équipes se contentent d'un jeu pauvre, stéréotypé, résultant plus de son manque de moyens que d'un hypothétique style national. Comme le souligne Pierre Milza, *"les grandes batailles sur la pelouse et sur les gradins des stades ne sont plus à l'heure actuelle en Europe, celles qui opposent les joueurs et les supporters des onze nationaux, mais bien davantage celles qui voient s'affronter aussi bien dans les matches de championnat que dans les rencontres de Coupe d'Europe, les grands clubs du Vieux Continent"* (Milza, 1996, p. 95). Les victoires européennes de la Juventus ne sont plus des succès italiens mais ceux du club. Un réseau d'équipes s'arroge le pouvoir à l'échelle européenne en attendant la création future d'un véritable

¹ERNAULT G. (1996), "Le style c'est l'homme", *France-Football*, n° 2631, p. 19.

²Nom commun donné au Championnat d'Europe des Nations qui se déroule tous les quatre ans. L'Angleterre organisait l'édition 1996.

3. Un système ancré dans le territoire

championnat continental. Les plus grandes joueront entre elles, s'échangeront leurs internationaux, constitueront un système de ligue à l'américaine dans lequel la primauté économique l'emportera sur le fait sportif. On peut raisonnablement s'interroger sur le bien fondé d'une telle évolution malheureusement inévitable dans le contexte économique actuel. En dehors de toutes considérations juridiques, l'arrêt Bosman marque la victoire du "football-business" au profit d'une conception plus ancienne mais non dénuée de significations. L'uniformisation générale risque d'entraîner ce sport vers une logique essentiellement consumériste.

Le territoire comme dernier rempart

À travers la recherche des composantes territoriales et de leurs affirmations, une manœuvre est tentée pour empêcher cette évolution. Les partisans d'une exception culturelle sportive ont perdu devant la Cour européenne, ils restent encore gagnants dans l'univers du discours. La cause est juste mais elle n'échappe pas, par essence, à certaines dérives que nous voudrions souligner. Le football, et le sport en général, constitue désormais le réceptacle principal des rhétoriques spatiales et de l'expression des passions. Le sentiment national se dissocie des pouvoirs civiques et de la citoyenneté pour se cristalliser dans les commentaires qui accompagnent les retransmissions sportives. Sentiment de défense face aux changements ou simple continuité d'un discours dont le sport ne peut se dissocier, les "chauvinismes" locaux, régionaux ou nationaux veulent à tout prix conserver l'attachement territorial comme garant de l'identité. Derrière l'intolérance locale se cache la tentation permanente du déterminisme : dis-moi d'où tu es, je te dirai comment tu joues. Les ethnotypes¹ provoquent un certain amusement quand le premier degré n'est pas de rigueur. Leur réalité n'est pas essentielle : c'est leur acceptation en tant que vérité qui induit les plus forts dérapages et qui peut être utilisée par n'importe quel discours. La rhétorique sportive entretient à elle seule tous les préjugés par son manque d'analyse de fond au profit du récit anecdotique et de l'emphase patriotique. L'union syndicale des journalistes sportifs avait dénoncé ce refus de la profession dans un texte luttant contre toutes les formes de chauvinisme : *“Les exagérations de style, l'importance excessive attachée aux résultats sportifs, l'esprit cocardier et donc le chauvinisme favorisé par les écrits, l'absence de recul par rapport à l'événement ou aux hommes, le culte de la vedette, la complaisance envers la violence confondue avec la virilité, les silences sur les déviations du sport, une certaine tolérance de la commercialisation proviennent incontestablement d'une insuffisance d'analyse culturelle ou philosophique du phénomène sportif, d'une incapacité à replacer constamment le sport dans son contexte social, national ou international.”*²

¹Les ethnotypes sont "des caractères stéréotypés construits d'après quelques traits jugés représentatifs d'un peuple, sans considérations des classes sociales, des cultures et tempéraments individuels, des différences locales. [...] Cela fait beaucoup d'idées reçues entre folklore anodin et racisme sournois" (Brunet *et alii*, 1992, p. 186).

²Texte issu d'un essai sur "Les déformations du sport et les responsabilités des journalistes" de l'Union Syndicale des Journalistes Sportifs de France, cité par (Surault, 1981, p. 41).

Le texte est toujours d'actualité pour la référence territoriale. Les clichés spatiaux suppléent à la consommation outrancière qui tente, pour l'instant, une élimination des différences devant laquelle s'insurgent les journalistes sportifs. Les considérations sur les nations et les régions associent à des espaces données des caricatures populaires acceptées et connues de tous. Elles puisent leurs origines dans une histoire et une géographie métaphoriques. La prose sportive magnifie le nom des lieux, accole les événements à un référentiel spatial permanent. Elle "*participe à une fonction d'enracinement, au maintien de la conscience d'appartenance à une communauté et à un lieu*" (Irlinger, 1990, p. 131). Les ethnotypes sont appliqués par une transposition directe à l'équipe qui devient une véritable micro-société de l'espace concerné. Le discours s'attache à confirmer les préjugés les plus usités, ceux acceptés comme des vérités inébranlables par un large public. Cette conception veut à tout prix déterminer des styles de pratiques, s'assurer et revendiquer l'existence d'un jeu national au caractère original sans toutefois n'avoir jamais essayé d'engager les termes de sa définition précise. Le dernier *Euro* a montré combien le style était avant tout européen.

3.2.2 Des espaces et des styles de jeu

Propos sur les nations

Cette distinction s'observe à toutes les échelles : des continents aux villes, des pays aux régions, des aires culturelles aux ensembles climatiques, aucun espace n'est oublié. Les équipes africaines aiment le jeu, le dribble, le spectacle ; elles assimilent mal les schémas tactiques et la discipline ... comme aux temps des colonies. Les joueurs sont encore "*enfantins*", palabrent de longues heures et dansent quand le but est marqué. Le technicien européen constate toujours les mêmes lacunes dans leur jeu, à savoir : un "*manque de concentration*", une "*naïveté tactique*" et une organisation déficiente¹. Seuls les Nigériens étonnent car ils ont intégré les propriétés physiques de l'engagement britannique et peuvent donc, par un savant mélange des styles, remporter le dernier tournoi olympique². L'Amérique du Sud produit à l'image de l'Afrique des joueurs virevoltants, bons techniciens pour lesquels on supprimera les caractères immatures. Le Brésil, détenteur du jeu éponyme, reproduit, depuis la création d'un véritable football populaire, un modèle vif, technique alliant le beau geste à l'exploit (Faguer et Sergio Leite Lopez, 1994). Le joueur doit réaliser des prouesses, des figures novatrices à l'image du symbole, Pelé. Un Brésilien dans le championnat français hausse obligatoirement le niveau, enchante le public et les commentateurs par son talent. Le qualificatif peut même s'appliquer à des joueurs non brésiliens comme

¹MACHENAUD V. (1996), "*Toujours les mêmes lacunes*", *France Football*, n° 2598, 23 janvier 1996, p. 47.

²Victor Ikpeba, attaquant de l'équipe du Nigeria explique : "*Si tu prends la liste de tous nos joueurs, nous sommes presque tous dans des clubs européens. Il est certain que nos progrès sont ici. En Europe on a appris la rigueur, le professionnalisme.*" *France-Football*, n° 2626, 6 août 1996, p. 29.

3. Un système ancré dans le territoire

l'a par exemple montré José Touré. Plus au sud, l'Argentine ajoute la rigueur, culture et immigration européenne obligent. Le jeu est néanmoins plus dur, constamment relevé par l'image de joueurs brutaux, violents, roublards, truqueurs qui portent en prime les cheveux longs¹. À l'image d'un Diego Maradona, *"leur foot est l'apologie de l'injustice que le monde leur fait, de la décadence où ils se vautrent"*². L'Asie, encore peu connue sportivement, véhicule toujours les mêmes clichés. Le football coréen que l'on a pu observer lors de plusieurs Coupes du Monde s'analyse selon les représentations des sociétés asiatiques. Comme les foules de Séoul ou Tokyo, les joueurs se déplacent dans tous les sens, *"sautillent comme au flipper électrique"*³. Les journalistes les regardent encore d'un air amusé - *"Ils sont marrants ces petits Coréens!"*⁴ - mais la peur d'une concurrence rapide suscite déjà des inquiétudes.

En Europe, s'opposent traditionnellement le football nordique et le football latin⁵ sans que la frontière géographique soit strictement définie. Certains n'hésitent pas à déterminer grâce au climat, les origines des deux styles. Les Britanniques, et par analogie les pays Nordiques, auraient ainsi développé un jeu spécifique lié à l'utilisation de terrain gras, un jeu physique fondé sur de longs ballons envoyés dans la surface espérant une tête salvatrice. Un jeu brut, sans fioritures pour contrer la mauvaise qualité des pelouses qui, gorgées d'eau, empêchent la circulation du ballon à terre. Les joueurs latins, s'exprimant au contraire sur des terrains secs, auraient pu créer un jeu technique, fait de passes courtes et de combinaisons multiples. Mais, au-delà de ces déterminismes physiques, deux conceptions s'affrontent sur les styles respectifs. Les nations du Nord sont constituées de joueurs combatifs et courageux qui compensent leurs lacunes techniques par un engagement physique important. Les Islandais sont de *"vaillants guerriers"*, l'Irlandais est *"volontaire et pugnace, il se bat toujours"*, l'Anglais *"ne s'avoue jamais vaincu"*⁶. Quant à l'Allemagne, elle marie l'importance du physique à la discipline de fer que supposent des schémas tactiques respectés à la lettre.

Les pays latins offrent l'image d'un football où les carences physiologiques ont été compensées par la qualité technique, la ruse et la tactique. *"Tout de même, ce joueur, c'est étonnant qu'il ne soit pas plus technique, les Croatiens sont techniques d'habitude!"*⁷ Effectivement, les joueurs de l'ex-Yougoslavie avaient la réputation

¹L'entraîneur de l'équipe d'Argentine avait demandé aux joueurs sélectionnés de ne plus porter les cheveux longs pour changer l'image néfaste colportée depuis la Coupe du Monde 1978, surnommée "Coupe des généraux".

²ASKOLOVITCH C. (1994), "Derrière le foot s'exprime la peuplade", *L'Événement du Jeudi*, 7 juillet 1994, p. 45.

³*Ibid.*

⁴(Roland et Larqué, 1993, art. 108)

⁵La dichotomie s'opère à l'échelle mondiale par les considérations colonisatrices et l'Amérique Latine s'intègre bien évidemment dans ce schéma.

⁶(Roland et Larqué, 1993, art. 121, 106 et 110).

⁷Commentaire de T. Roland à propos d'un joueur d'origine croate évoluant dans l'équipe de Belgique. Cité par ASKOLOVITCH C.(1994), art. cité.

d'être de fins techniciens, les "Brésiliens européens", mais l'on y associait tous les défauts attribués généralement aux méridionaux : la paresse, l'inconstance, la roublardise. Immigrés du football européen, ils pouvaient recevoir les quolibets. Le discours sur les nations est toujours aussi présent, flirte avec le racisme et la xénophobie - "Ils ont tous les deux la peau noire mais ce sont tout de même de très beaux joueurs"¹ - et reproduit les stéréotypes. Acceptés comme des vérités, ils définissent le jeu et les joueurs et peuvent être des caractéristiques premières utilisées par les entraîneurs².

Une France idiographique

Le football français n'échappe pas à ces logiques implacables qui, à force de diffusion et d'appropriation par le milieu sportif, gagnent en respectabilité. L'hypothèse de la multiplicité des styles de jeu, inconnue dans les autres pays, avait d'ailleurs été évoquée par les dirigeants pour tenter d'expliquer la pauvreté des résultats français des années vingt (Wahl, 1989, p. 206). Mais aujourd'hui, le brassage des joueurs, les centres de formation ont imposé une standardisation, une compétitivité accrue, autant de facteurs qui ont entraîné la chute des particularismes locaux et régionaux. Il devient objectivement difficile de qualifier le joueur breton, normand ou languedocien et d'en percevoir sur le terrain une quelconque influence³.

Pourtant, le discours persiste, s'appuie constamment sur l'évocation des déterminismes spatiaux en oubliant souvent la réalité sportive. La lecture de la presse spécialisée frappe par l'importance accordée aux différenciations régionales dans les commentaires, interviews ou articles. Cette distinction, somme toute logique, fonctionne essentiellement sur le mode idiographique : il suffit d'un exemple, d'une image forte pour que ceux-ci soient étendus par contagion aux lieux de proximité. Cette conception du discours fonde les réputations puisque joueurs et équipes sont catalogués selon leurs origines. La géographie du football est ainsi constituée de représentations, de créations sociales ou individuelles, de schémas conventionnels. Elles participent à la production d'espaces non objectifs mais dotés de très fortes significations pour ceux qui les instituent. Envisager le haut niveau sans prendre en compte cette dimension de l'imaginaire, revient à nier les principes qui régissent son rapport à l'espace. La presse, qui véhicule et

¹(Roland et Larqué, 1993, art. 140).

²Dans les notes de Johan Cruyff, avant la rencontre qui allait opposer le PSG au FC Barcelone, la description des joueurs parisiens débute obligatoirement par l'origine ethnique, synonyme d'un style de jeu particulier : Cobos et Bravo deviennent "agressifs" car de sang espagnol, Rai possède la technique du Brésilien et Kombouaré, "l'exotisme" de la Nouvelle-Calédonie. Voir : "Les carnets secrets du Barça", *France-Football*, n° 2555, 28 mars 1995, pp. 49-51.

³En 1955, Fernand Alabert décrivait le joueur breton en ces termes : "De ces phalanges, de ces légions, de toutes ces sociétés sont sortis des joueurs racés, rudes aux chocs, au caractère bien trempé, à la technique souvent très sûre et à l'ambition solidement orientée" tandis que la bordure méditerranéenne produisait "des joueurs de talents, ardents et enthousiastes, amoureux du ballon, parfois forts en gueule mais toujours sincères." *France-Football*, n° 566, 12 février 1955 et n° 567, 19 février 1955.

3. Un système ancré dans le territoire

construit ces représentations, joue un rôle prédominant. Le territoire s'appréhende selon de nouveaux critères, selon un discours qui en effectue le partage. Quand violence et "beau jeu" s'opposent!

3.2.3 Une détermination de la violence

La violence du Sud

Les propos des joueurs et des entraîneurs répètent continuellement ces caractéristiques dont la seule énonciation fonde la vérité. Répondant à une question sur son comportement violent lors du match Lens-Montpellier, le Lensois Frédéric Meyrieu - né à la Seyne-sur-Mer dans le Var et ayant notamment évolué à Toulon et Marseille - s'accorda l'alibi du Sud : *"Je suis du Sud, j'ai donc un tempérament chaud. Entre gars d'en bas, ça peut faire des étincelles. Mais bon, il ne faut pas en rajouter."*¹ Alibi du comportement : les joueurs du Sud sont engagés, que voulez-vous faire? À Bastia, on a le sang chaud et *"on ne doit pas aller à contre-courant de notre mentalité"*² ce qui, en termes clairs, signifie que les coups, les invasions de la pelouse ou les jets d'objets sont naturels. Les arbitres s'unissent au sentiment général comme Gilles Veissière, arbitre international de la Ligue de Méditerranée : *"Dans notre région, nous avons l'habitude des matches engagés, de la contestation. Quand on va en Alsace ou en Bretagne, ça nous semble facile. Et ce n'est sans doute pas un hasard si cinq arbitres internationaux sont originaires de la Méditerranée."*³ Les témoignages se recourent, s'ajoutent, se confirment et produisent une sorte de vérité assénée pour toute explication.

Dans une tentative d'analyse de *L'Équipe* sur l'importance quantitative des joueurs professionnels originaires des bords de la méditerranée, les causes avancées confirment une fois de plus le discours classique (*L'Équipe*, 1991). Bernard Pardo, originaire de Gardanne, évoque "l'esprit de clocher" qui nourrit les rencontres de tous niveaux et la dureté des compétitions de jeunes. Donc, si les joueurs du Sud réussissent à s'imposer dans la carrière professionnelle, c'est à leur violence et à leur combativité qu'ils le doivent. À Reynald Pédro qui vient de signer à Marseille, un journaliste demande s'il n'a pas peur de se retrouver dans une ambiance sensiblement différente de sa région originelle, en l'occurrence le département du Loiret. Ce dernier répond de son attirance marseillaise par ses origines : *"Il ne faut pas oublier ses origines. Les miennes sont assez fortes. Ma famille vient de Valence en Espagne."*⁴ De sang espagnol, il peut donc s'adapter à cet environnement de passions, d'exubérances et subir plusieurs explosions dès le début de la saison. Le problème de l'adaptation est récurrent dans le discours, sorte de caution géographique indispensable pour l'épanouissement du joueur.

¹*L'Équipe*, 29 avril 1996.

²Propos de Frédéric Antonetti, entraîneur de Bastia, *France-Football*, n° 2536, 15 novembre 1994, p. 26.

³*France-Football*, n° 2610, 16 avril 1996, p.21. La France compte seulement dix arbitres internationaux.

⁴*France-Football*, n° 2624, 23 juillet 1996, p. 8.

Au professionnel du Sud, on demandera comment il fait pour jouer dans le Nord, et inversement. Nicolas Ouédéc dans sa période nantaise exprimait ainsi le problème de l'adaptation : *“Si je devais partir un jour il est évident que cela me demanderait un temps d'adaptation. C'est pourquoi je me verrai bien évoluer sur des terres à la mentalité semblable à la mienne. Le Nord, l'Alsace, là où les amitiés sont fortes.”*¹ Ces convictions ne l'ont pas empêché de signer à Barcelone. Comme l'affirme F. Meyrieu, *“Quand on veut réussir sa vie, on doit se foutre de la météo!”*²

Le "beau jeu" de l'Ouest

Sud engagé, matches difficiles et délicats, public intense et prêt aux pires actes envers l'équipe adverse, telles sont les images léguées et énoncées depuis longtemps. Alors, on oppose à cette fureur le calme de l'Ouest français, serein, adepte du “beau jeu”. L'opposition des styles pourrait se résumer par cette sentence de Mama Outarra, entraîneur de l'équipe réserve de Montpellier : *“Les équipes du Sud-Est pratiquent un football de tempérament, celle de l'Ouest un jeu de rêve, plus chatoyant.”*³ Alors, en Bretagne et dans tout l'Ouest, on ressasse l'idée. La notion de “beau jeu” s'intègre à toute conception du football dont l'archétype est certainement le FC Nantes, rare cité française à avoir accolé son nom à un style particulier⁴. Il donne à la ville un esprit du lieu dont elle peut s'enorgueillir (Faure et Suaud, 1994). Le “jeu à la nantaise” résulte d'une production collective, d'une conception générale propre à la politique du club : choix de l'entraîneur, d'un système de jeu, d'une politique de formation interne précoce, le tout en gardant l'esprit d'une culture de club. Le concept de “beau jeu” s'applique à tout l'Ouest par diffusion et analogie selon le principe d'une histoire tactique spécifique. Dans les années soixante, une guerre de tacticiens a opposé les tenants d'un jeu ultra défensif aux partisans de l'attaque à tout prix, camp dans lequel se sont rangés les clubs de l'Ouest français. À Rennes, Nantes, Laval, Angers, on a décidé la pratique d'un football séduisant, collectif, privilégiant l'offensive. Si ces schémas tactiques ont aujourd'hui quasiment disparu, ils ont marqué les techniciens, les joueurs et le public qui, sensible au jeu développé, y a vu une marque spécifique de la région. Ainsi, *“même en ces temps d'uniformisation tactique, l'Ouest reste le pays du beau football, du football construit, du football intelligent. Certains diraient peut-être du football d'autrefois, si un FC Nantes ou un En Avant Guingamp ne venaient, de temps en temps, prouver que c'est heureusement toujours celui d'aujourd'hui.”*⁵ La création du style est un savant mélange entre une volonté du club et, surtout, son appropriation par le public et la presse⁶. C. Bromberger précise que *“l'on doit donc le considérer [le style], non pas comme le simple reflet d'une pratique particulière, mais*

¹France-Football, n° 2536, 15 novembre 1994, p. 9.

²France-Football, n° 2630, 3 septembre 1996, p. 9

³France-Football, n° 2611, 23 avril 1996, p. 44.

⁴Reims, grâce à son fameux “corner à la rémoise”, a participé aussi à l'enrichissement lexical du football français.

⁵VIERNE J.J. (1996), “Ballon, bateau, vélo”, France-Football, n° 2599, p. 8.

⁶Sur les styles de jeu et leur création, voir (Béaud et Noiriel, 1990).

3. Un système ancré dans le territoire

plutôt comme l'image stéréotypée, enracinée dans la durée, qu'une collectivité se donne d'elle-même et qu'elle souhaite donner aux autres" (Bromberger, 1995, p. 124).

Des réputations à entretenir

Ces images contribuent aussi à conserver les réputations dont les clubs sont fiers. Célèbre dans le pays entier, le public lensois fait la joie des médias et des joueurs. Ces derniers l'ont d'ailleurs élu le meilleur public de France et restent médusés par son fair-play et son énergie : "À Lens, nous sommes toujours bien reçus. Les supporters sont chaleureux, y compris quand on prend des points chez eux. C'est bien le seul stade de France où les supporters, bien que déçus du résultat, viennent te remercier, te féliciter à la sortie. Il y en a même qui m'ont embrassé."¹ Situation tellement incroyable dans l'univers du football, qu'un groupe de supporters lensois dissident et fasciste a vu le jour pour ternir cette image de gentillesse et d'esprit sportif². À quelques kilomètres de là, le public lillois renvoie l'image inverse : celle de la tristesse d'un stade vide, d'un club sans réussite depuis l'après-guerre, jaloux de son voisin lensois. Mais, il n'apparaît pas, inconnu, sans image forte donc inexistant. En Bretagne, on découvre des spectateurs qui, en plus de soutenir leurs propres joueurs, applaudissent et encouragent les exploits de leurs voisins, évoquant une appartenance commune. À Sochaux, le style est une constante vantée depuis la création de l'équipe : jeu classique, jeu élégant, technique, parfaitement réglé à l'image de l'entreprise dirigeante (Fridenson, 1989) : "Ce n'est pas le football de combat, impitoyable, ne lésinant pas sur les moyens à la limite (et parfois au-delà) de la virilité agressive" (Baudoin, 1984, p. 26).

Dans le Sud, "pays des extrêmes", le public fait peur, surtout celui de Marseille ou de Bastia quand il gronde contre l'équipe visiteuse. En Languedoc, "les gens aiment les beaux gestes et l'engagement. Ils veulent que les garçons mouillent le maillot. Aucun passe-droit à ce niveau! Ils n'admettent aucune ombre sur leurs porte-drapeaux. On se rapproche un peu du football africain. Une aile de pigeon, un petit pont et tout le monde applaudit."³ Celui de Saint-Étienne est là, toujours vaillant, applaudissant et encourageant ses joueurs dans l'adversité à la manière des grands clubs ouvriers d'outre-Manche. L'image est rappelée comme une référence permanente quand le club perd pied. À Montpellier, on réclame le retour de "l'esprit Paillade", synonyme d'engagement et de combat. La fonction originelle, disparue depuis du nom de l'équipe, reste dans les mentalités comme celle d'une époque héroïque où le déplacement à la Mosson effrayait les adversaires. Le président du club des supporters témoigne de cette période bénie, un brin nostalgique : "On mettait la pression sur les adversaires. Avant les équipes allaient s'échauffer sur le terrain annexe. Mais la plupart du temps l'échauffement ne durait pas plus de deux minutes car nous étions là, plutôt menaçants avec les gitans du coin. Il nous arrivait même de courser

¹Stéphane Collet, joueur de Nice, *France-Football*, n° 2603, 27 février 1995, p. 8.

²Tribune libre du groupe ultra North's Warriors, *Sup Mag*, juillet-août 1995, pp. 86-87.

³Michel Mézy, entraîneur du Montpellier Hérault, *France-Football*, n° 2609, 9 avril 1996, p. 18.

*certain arbitres après les matches. Mais attention, on n'a jamais fait de mal à personne. On avait une réputation de loubards, mais on n'était pas des voyous ..."*¹

3.2.4 Des images à la réalité

L'argumentation développée par le milieu sportif établit un découpage caricatural de l'espace. Mais, peut-on vérifier dans la réalité l'existence de ce partage? Les idées, les conceptions, les représentations ressassées engendrent-elles ou résultent-elles d'un jeu particulier? À la lecture des commentaires et des interviews, quelle part accorder au réel dans l'imaginaire? Quand on lit des déclarations pour lesquelles le caractère sportif se détermine par le lieu de naissance, un doute subsiste quant au véritable sens de la relation. Le discours est pris à la lettre parce qu'il correspond aux attentes du public. Les appels vibrants de Louis Nicollin, président du Montpellier Hérault, pour un retour à "l'esprit Paillade", ne sont-ils pas un moyen de coller à une image acceptée et voulue de tous?

Le fair-play comme indicateur

Nous avons essayé de vérifier, de proposer des éléments de réponses, sur la correspondance spatiale des faits énoncés. La violence étant le thème récurrent des oppositions, nous avons choisi la dureté des matches comme indicateur pour deux raisons principales. D'une part, les données existent par l'intermédiaires des avertissements distribués lors des rencontres. D'autre part, l'effectif est jugé suffisant car tous les matches sont pris en compte. Nous aurions pu raisonner sur les suspensions de terrains, les incidents dans les stades mais ils apparaissent heureusement en trop faibles quantités. Cartons jaunes et rouges, expulsions ponctuent les confrontations et attestent une réalité du jeu, entre "très bon esprit" et "matches durs" où tous les coups sont permis. Les fautes sanctionnées par les petites plaquettes colorées font bien appel au registre de la violence - "tacle dangereux", "jeu dur", "croche-pied", "jeu dangereux", "brutalité", "geste d'énervement" - ou résultent d'une conception contraire à l'esprit sportif ("simulation", "contestation", "antijeu"). Ainsi, nous avons établi sur la saison 1994/1995, un classement du fair-play qui concerne les équipes de première et deuxième divisions en assimilant aussi bien la quantité que la gravité des sanctions². Malgré le caractère réducteur de toute généralisation, on peut estimer que les valeurs élevées correspondent à une violence importante tandis qu'à l'inverse, les faibles corroborent les idées de fair-play et d'esprit sportif. Nous

¹Bernard Soccoro, président fondateur du club central des supporters, cité par (Champel et Sperne, 1994, p. 85).

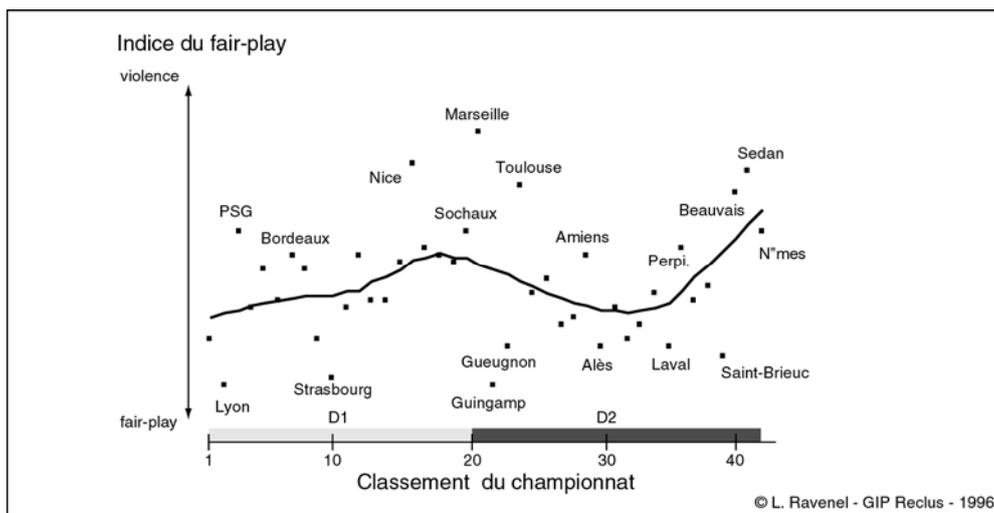
²Ce classement, publié dans l'hebdomadaire *France-Football*, se calcule ainsi pour chaque rencontre : 1 point par avertissement, 5 points pour une expulsion. Si une équipe possède plus de 3 cartons jaunes, un bonus de 3 points s'ajoute au total.

Le classement n'étant réalisé que pour la première division, nous l'avons étendu à la seconde. En raison d'un nombre de rencontres plus élevées en D2, les valeurs obtenues ont été rapportées au nombre de matches disputés par les équipes.

3. Un système ancré dans le territoire

savons cependant par expérience que cet indice subit l'influence directe du classement. En effet, une équipe mal placée, aura la fâcheuse tendance à dissimuler sa faiblesse de jeu par un engagement physique supplémentaire, par des fautes plus nombreuses. L'effet est connu, il ne doit pas masquer l'interprétation des résultats et, pour cela, un filtrage a été effectué à l'aide d'une fonction *smooth*¹ sur l'ensemble des équipes (fig. III.12).

Fig. III.12 - Fonction *smooth* ajustant l'indice de fair-play au classement de l'équipe (1994/95)²



La forme relationnelle dévoilée montre un ajustement qui n'est pas linéaire. En effet, si pour la première division, une augmentation du jeu dur s'observe avec un classement en baisse, une autre logique s'installe en deuxième division. Les premières places, très disputées pour l'accession en D1, engendrent un jeu plus violent. Les dernières places provoquent un phénomène semblable car elles sont synonymes de relégation en National 1. Le filtrage relativise l'indice du fair-play dont la structure devient insensible au classement : un effet conjoncturel important est enlevé.

Les espaces du fair-play

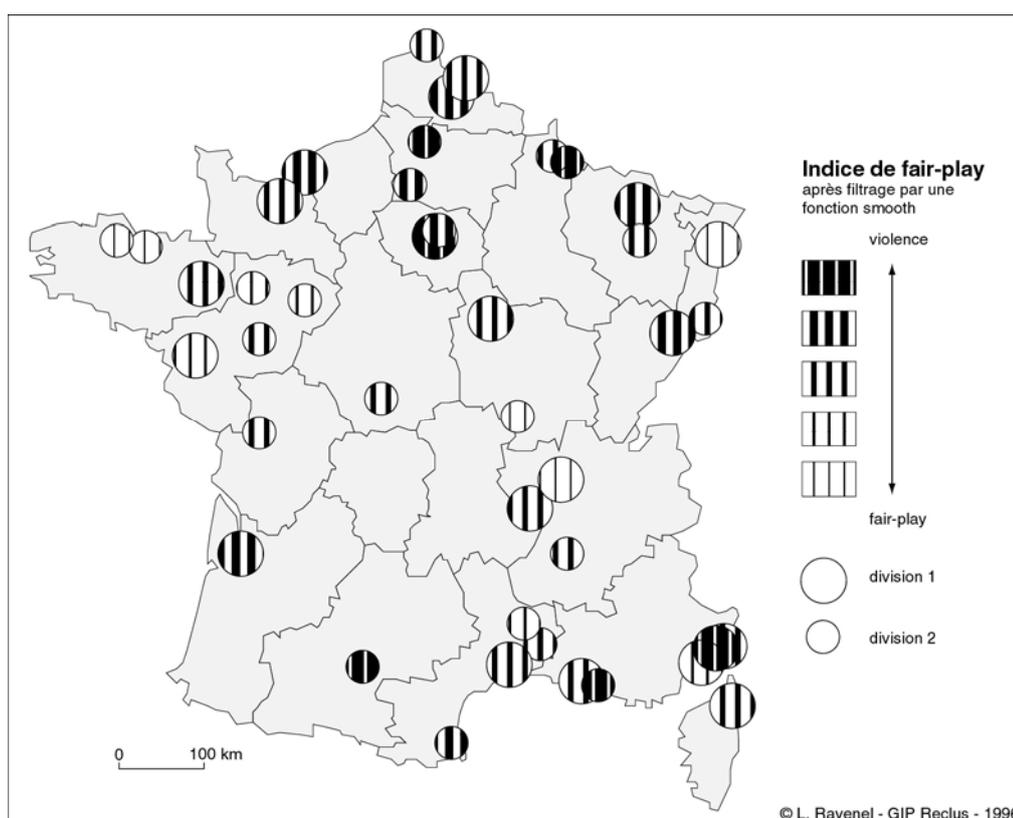
Cependant, la claire organisation des représentations spatiales ne possède pas une réalité aussi simple mais deux niveaux de lectures peuvent être proposés. En premier lieu, la proximité des équipes ne semble pas être un facteur décisif dans la ressemblance. Sur la côte d'Azur, l'OGC Nice, fidèle à son habitude, se distingue

¹Le *smoothing* est un ajustement basé sur la médiane. Il s'adapte à la structure des données sans subir l'influence des individus statistiques extrêmes très nombreux dans ce type d'analyse sportive. Pour des précisions techniques sur cet ajustement, voir : (Waniez, 1991), (Hoaling et alii, 1983), (Hartwig et Dearing, 1982).

²Nous avons volontairement masqué les valeurs de l'indice du fair-play car elles ne sont d'aucune indication dans l'absolu. Les individus se définissent exclusivement par leurs positions relatives.

par ses mauvaises conditions de jeu. Les Aiglons niçois sont entourés de Cannes et de Monaco où l'inverse s'observe. Il en est de même pour Marseille isolée par sa forte valeur, synonyme d'une violence bien souvent médiatisée. Strasbourg confirme un fair-play exceptionnel tout comme Lyon alors que les autres équipes en proximité restent dans la moyenne. Cette constatation consacre d'une certaine manière le discours idiographique. Il suffit d'un jeu violent à Marseille, équipe hypermédiatisée, pour que la notion s'applique à son voisinage immédiat alors que la plupart des clubs du Sud ont de scores médians.

Carte III.7 - L'indice de fair-play (D1-D2, 1994/95)¹



Toutefois, le calcul a été effectué sur une seule année et se révèle sensible à la conjoncture événementielle². Pour Cannes et Bastia, les valeurs relevées pour la saison 1994/95 sont faibles en comparaison du nombre de cartons récoltés les autres années. Le club corse, qui subit parallèlement des suspensions fréquentes, avait en 1994 un total de 73 cartons jaunes et 8 rouges. La saison suivante, il recueille 84 jaunes et 9 rouges pour une place au classement identique. Les variations existent, elles sont parfois fortes d'une saison sur l'autre mais les réputations restent. Un club comme Bastia, qualifié de violent autant par l'assimilation corse que par la réalité du terrain, gardera sa réputation malgré une

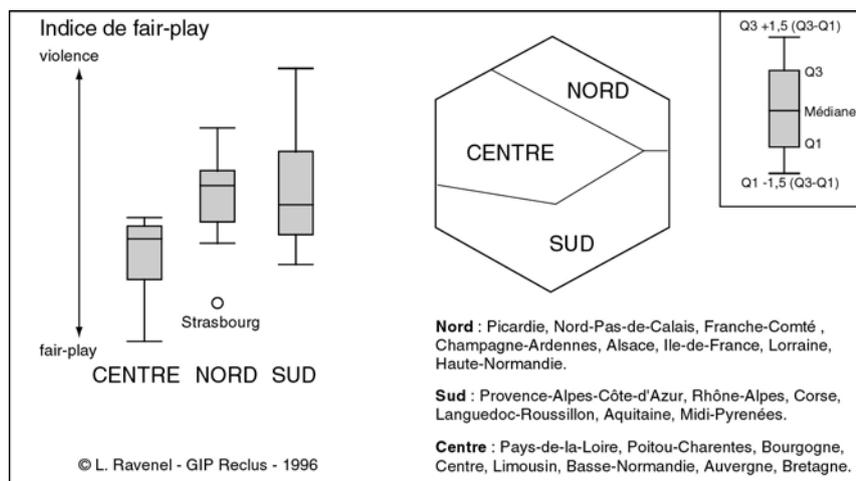
¹Les résidus obtenus ont été discrétisés en cinq classes selon la moyenne et l'écart-type.

²Un regard diachronique serait très intéressant mais il nécessite un travail d'archive considérable qui nécessite l'obtention de tous les comptes rendus des matches.

3. Un système ancré dans le territoire

quantité réduite de cartons. Le jeu dur et l'incident sont médiatiques. Martigues, par sa position géographique, souffre des mêmes maux, vérifiés toutefois par les cartons engrangés. Quand un journaliste précise à l'entraîneur martégal que son équipe se trouve dernière au classement du fair-play, celui-ci répond : *"Cette situation et cette idée reçue que Martigues développe un jeu dur m'irritent profondément. Nous pâtissons de je ne sais quelle image auprès des arbitres. Je dis stop! Sur les sept expulsions, une seule était, à mon avis, justifiée. [...] Martigues n'est pas une formation de voyous! Nous mettons simplement du cœur à l'ouvrage."*¹ En revanche, à Strasbourg, Gueugnon ou Guingamp², la rigueur du fair-play se vérifie sur plusieurs années.

Fig. III.13 - Variations régionales du fair-play (1994/95)



En second lieu, une lecture générale laisse entrevoir une spatialisation du fair-play. En effet, les plus fortes valeurs associées aux deux premières classes se localisent uniquement au nord d'une ligne le Havre-Sochaux et au sud d'une autre reliant Bordeaux à Monaco. Le grand Ouest et le centre du pays ne connaissent à l'inverse aucune valeur élevée. On retrouverait donc nationalement la partition géographique du discours. Le Nord rattraperait cependant le Sud bien qu'il n'ait pas la même réputation de violence ou de méchanceté. On ne trouve jamais cet alibi comme une justification de la violence même si l'engagement est l'une des vertus premières comme le précise Robert Budzinsky : *"Quand je suis arrivé de Lens j'enviais ce jeu nantais mais le Nordiste que j'étais au fond de mon cœur était mentalement costaud. Là-haut, c'est notre première exigence. J'aurais été honteux de savoir que d'un coup d'épaule un adversaire pouvait me mettre à trois mètres. Pas ici. À Nantes, on dit : "Tu as vu ce mec, il est passé parce qu'il m'a balancé à trois mètres!". Pour être plus fort, il faut les deux."*³ La figure III.13 présente à l'aide de diagrammes de distribution, la répartition des valeurs à l'intérieur de ces ensembles géographiques. Le Centre

¹Patrick Parizon, *France-Football*, n° 2642, 26 novembre 1996, p. 26.

²Ces deux derniers clubs obtiennent des valeurs minimales d'autant plus importantes qu'ils réussissaient cette année là leur accession à l'élite. Parallèlement, Toulouse et Marseille s'envolaient vers les sommets cartonnés.

³*France-Football*, n° 2604, 5 mars 1996, p. 10.

s'individualise nettement des deux autres groupes par sa faible médiane et par une distribution orientée vers le bas. Les deux autres contiennent les plus forts indices et expriment leurs différences par une hétérogénéité plus importante dans l'ensemble Sud.

Cette organisation géographique se rapproche sensiblement d'un découpage spatial classique du football représentant les deux grandes étapes de la diffusion du professionnalisme. Si la carte du fair-play nous renvoie une organisation spatiale connue par ailleurs, peut-on établir directement le lien entre les deux notions? Les clubs d'une France urbaine avec une tradition ancienne du haut niveau seraient-ils plus "violents" que leurs homologues d'une France plus rurale? On retrouverait alors une conception géographique de la violence qui oppose, à l'échelle nationale, les zones urbanisées aux espaces ruraux de la France profonde¹. Toutefois, il serait délicat d'attribuer ces différences à une origine des joueurs tant les transferts, les recrutements nationaux et internationaux ont rendu caduques les identités régionales des équipes. Il faudrait plutôt y voir une véritable référence forgée par l'équipe elle-même, une identité, un esprit qu'elle cherche à donner et à partager avec le public en proposant deux grandes conceptions du football. L'hypothèse d'une structure duale rurale/urbaine mérite l'attention mais se valide difficilement à l'échelle nationale tant les images et le discours interviennent dans sa propre création. Le changement de niveau géographique s'envisage alors en complémentarité afin de préciser certaines notions abordées jusqu'ici.

Une dualité rurale/urbaine

Nous pouvons tenter d'apporter des éléments de réponse sur cette dualité à travers une étude locale menée dans le département du Doubs². Nous disposons en effet, pour la saison 1993-1994, de la liste exhaustive des sanctions infligées aux joueurs par le District de football Doubs-Sud et Haut-Doubs³. Son domaine de compétence s'étend à la moitié sud du département, autour de Besançon et Pontarlier. Sa gestion ne s'étend qu'aux quatre divisions hiérarchiquement les plus basses, le niveau supérieur étant le domaine de la Ligue de Franche-Comté. Nous concevons toutefois qu'il est difficile de prolonger la réflexion engagée au niveau de l'élite française. D'une part, nous nous situons à l'autre extrême de la hiérarchie sportive et les notions envisagées précédemment, fondées sur des arguments discursifs et

Tab. III.4 - Sanctions des équipes en fonction du type de commune (1993/94)

	Equipes	Sanctions	Sanctions par Equipe
villes	51	856	16,8
campagne	175	2 071	11,8
<i>total</i>	<i>226</i>	<i>2 927</i>	<i>13</i>

¹Cette analyse spatiale des actes de violence est clairement présentée par (Camilléri et Lazergues, 1992).

²Nous remercions Jean Praicheux, professeur à l'Université de Besançon, pour sa collaboration.

³Nous avons ici simplement fait la somme de la totalité des cartons (rouges ou jaunes) distribués à l'équipe lors de la saison.

3. Un système ancré dans le territoire

spectaculaires, perdent ici une certaine validité¹. D'autre part, la faible ampleur de l'espace couvert interdit toute interprétation portant sur une différenciation des comportements régionaux. Près de 230 équipes en catégorie "senior" sont concernées et ce nombre rend crédible une explication géographique.

La première hypothèse consiste à opposer deux qualités spatiales, l'urbain et le rural, auxquelles on prête traditionnellement des valeurs sociales encore divergentes (tab. III.4). L'opposition apparaît en effet nettement, les notions de ville et de campagne étant envisagées dans leur acception la plus étroite. Il faut noter que sur les 51 équipes recensées dans les communes urbaines, 34 le sont à Besançon. Si l'écart entre les valeurs n'est pas écrasant, il est toutefois réel. Le football urbain est plus violent (ou plus sanctionné, mais dans ce cas pourquoi ?) que le football rural. Un certain nombre de clichés, compte tenu de l'origine sociale généralement modeste des joueurs, viennent immédiatement à l'esprit : quartiers sensibles, difficultés de relations avec certaines minorités, etc. Nous avons donc tenté, sur la ville de Besançon, d'apprécier d'éventuelles différences de comportements entre les équipes qui affichent des appartenances ethniques ou de nationalités étrangères et l'ensemble des autres (tab. III.5).

Tab. III.5 - Sanctions des équipes bisontines selon le caractère communautaire (1993/94)

	Equipes	Sanctions	Sanctions par équipe
Equipes ethniques ou à dominante étrangère	9	146	16,2
autres équipes	25	414	16,6

L'effectif est certes un peu mince mais on se doit de relever le remarquable équilibre entre les deux groupes. Le taux moyen élevé de sanctions affectant les équipes urbaines résulte sans doute davantage d'une uniformité d'attitude que d'une moyenne résultant de comportements sociaux contrastés.

Peut-on alors parler dans ce cas d'une "culture urbaine". L'analyse des communes de la périphérie bisontine peut apporter des éléments de réponse. Précisons que les banlieues bisontines regroupent une clientèle de statut social moyen ou supérieur, que leurs populations apparaissent comme globalement plus aisées que celles de la ville-centre. Nous avons fixé cette zone périurbaine dans le cadre du district urbain ; ce sont environ 60 communes qui sont concernées (tab. III.6).

Tab. III.6 - Sanctions des équipes bisontines selon un découpage centre/périphérie (1993/94)

	Equipes	Sanctions	Sanctions par équipe
Besançon-centre	34	560	16,5
Besançon-périphérie	59	1 023	17,3

On constate que dans des communes périphériques souvent de petite taille, la situation face à la violence sur les terrains est identique à celle que l'on trouve dans la ville-centre, alors que le milieu est sensiblement différent sous des aspects sociologiques et physiologiques (Mathieu et Praicheux, 1984, 1985). Le contraste entre mondes ru-

¹On pourrait toutefois discuter de la pertinence des représentations au niveau local tant certaines équipes entretiennent et préservent des réputations.

ral et urbain est ainsi beaucoup plus fort qu'il n'apparaissait au départ (tab. III.7).

Dans l'état de nos connaissances, il est difficile d'aller au-delà du simple constat. On peut s'interroger sur la pertinence spatiale de cette différence. Notre zone d'observation, au demeurant restreinte, témoigne-t-elle vraiment d'un phénomène général? Seules d'autres études permettraient de confirmer ces hypothèses. On peut néanmoins affirmer qu'un passage

Tab. III.7 - Sanctions des équipes bisontines selon un découpage urbain/rural (1993/94)

	Equipes	Sanctions	<i>Sanctions par équipe</i>
milieu urbain	110	1 879	17,1
milieu rural hors périphérie bisontine	121	941	7,8

direct entre les deux échelles est difficilement réalisable. Si la différenciation de la violence peut s'observer selon un principe dual, on ne peut directement y attribuer des causes semblables. Les hypothèses suggérées en fonction d'un niveau géographique ne s'appliquent pas automatiquement à une autre échelle sans une réflexion préalable. En l'état actuel de nos recherches, nous devons considérer l'indicateur du fair-play comme un révélateur des comportements soumis lui-même à de nombreux facteurs explicatifs. Nous avons spécifié l'importance des représentations qui se perpétuent au niveau national, aussi bien dans la quantification que dans la justification de la violence. Le sens de la relation qui unit le discours et la réalité n'est pas déterminé. À tout moment, la rhétorique sportive affirme les principes identitaires pour conserver des images indispensables à la chronique du jeu. À l'inverse, il existe sans doute une réalité géographique de la violence sportive qu'il est difficile de préciser davantage. Elle pourrait nationalement opposer des zones de tradition footballistique ancienne à une aire de développement plus récente du haut niveau. L'espace est-il inducteur de ces comportements ou faut-il y percevoir une volonté de démarquage, d'identité propre de la part des clubs? Les fortes hétérogénéités constatées à l'intérieur de ces ensembles géographiques nous inciteraient à accepter plus facilement cette seconde hypothèse.

3.3 L'avantage à domicile : le football dans la problématique territoriale

Dans tous les sports collectifs, on peut observer une constante spatio-temporelle qui s'intègre à la structure même de la compétition et qui pourrait se définir ainsi : dans un système de championnat, la part des résultats positifs pour une équipe est toujours supérieure à domicile qu'à l'extérieur. En clair, la probabilité de gagner un match est toujours plus forte quand on joue dans son stade et devant ses

spectateurs. La notion est essentielle car elle différencie fortement les lieux et adjuge à l'espace un rôle dans la détermination des résultats. L'avantage à domicile, loin d'être un avatar statistique supplémentaire, obéit à la structure profonde des compétitions. Il est le résultat de processus internes au milieu sportif (psychologie des joueurs et des équipes, niveau de la compétition), de constituants géographiques (localisation des équipes) et de situations politiques (passions nationalistes, identités régionales). Il démontre que le sport ne produit pas un simple espace-support sur lequel se distribuent les équipes mais que cette différenciation est à la source même de la compétition. Ainsi, l'avantage à domicile pourrait être le résultat d'antagonismes spatiaux que la création d'images et de représentations collectives perpétuent dans le discours.

Le football se prête remarquablement bien à ce type d'analyse. Outre les nombreuses statistiques qui facilitent les regards rétrospectifs, l'universalité des passions déchaînées le place sous les projections idéologiques et territoriales, l'expose aux fanatismes exacerbés tant dénoncés par J.M. Brohm (Brohm, 1993 ; *Quel Corps?*, 1995). Nous essaierons de définir cet avantage, d'en comprendre les mécanismes et, surtout, d'envisager son explication. Comme pour tout phénomène complexe, celle-ci ne se limite point à un unique facteur et nous tenterons, par l'intermédiaire d'hypothèses et de vérifications, d'en déduire les principaux. La distance et la territorialité participent pleinement à cette construction.

3.3.1 L'avantage à domicile : une constante universelle

L'avantage se vérifie dans les sports collectifs

Sur un match, la victoire à l'extérieur est une possibilité dont la probabilité de réussite varie suivant les valeurs respectives des équipes. À l'échelle d'une saison, le nombre de ces victoires reste constamment inférieur aux parties gagnées sur son propre terrain. Dans une étude rétrospective sur le championnat anglais (1888-1984), R. Pollard a montré la constance du phénomène et remarqué, dès les premières saisons de la ligue, que les équipes visiteuses partaient défaites près de trois fois sur quatre (Pollard, 1986). En France, sur les 17 816 matches disputés en première division depuis 1945¹, nous avons comptabilisé 9 680 victoires, 4 616 matches nuls et 3 517 défaites pour le club accueillant. Ainsi, quand une équipe se déplace, elle a 54% de chances de perdre, 26% de bénéficier du partage des points et 20% de s'imposer. Une étude statistique réalisée sur un échantillon de 6 000 matches disputés dans trois pays européens a spécifié, qu'en moyenne, "jouer à la maison" procurait un bénéfice de 0,47 but par match². Une logique similaire a été observée pour le basketball, le hockey sur glace, le baseball, le football américain³. Cette constatation modère fortement les tentatives d'explication par les structures

¹Les résultats, saisons par saisons, sont dans l'annexe III.2.

²STEFANI M. (1985), "Observed Betting Tendencies and Suggested Betting Strategies for European Football Pools", *the Statistician*, pp. 319-329, cité par (Bale, 1989).

³SCHWARTZ B, BARSKY S (1977), "The Home Advantage", *Social Forces*, 55, p. 641-661, cité par (Bale, 1989).

matérielles puisque le football possède des conditions de jeu variables d'un stade à l'autre qui impliquent aussi bien la dimension du terrain, l'architecture, la qualité de la pelouse ou la disposition des éclairages. Contrairement aux joueurs locaux, habitués à ces configurations, les visiteurs doivent rapidement s'adapter à un environnement inconnu. À l'opposé, les conditions de jeu des sports en salle se reproduisent quasiment à l'identique d'un lieu à l'autre. Une explication recevable pour le football l'est donc difficilement pour les autres sports.

Tous les niveaux sont concernés

L'effet du domicile n'est pas non plus l'apanage du sport de haut niveau. À tous les échelons hiérarchiques, des divisions nationales aux championnats de districts, le gain du match sur le terrain adverse nécessite toujours un effort supplémentaire¹. Toutefois, les facteurs explicatifs ne sont pas toujours identiques. Ainsi, dans les compétitions départementales, l'arbitrage est bien souvent confié à un dirigeant de l'équipe locale. Son impartialité théorique se heurte vite aux injonctions des spectateurs. Malgré des enjeux réduits, ces rencontres exercent sur les arbitres une pression importante, d'autant plus forte qu'aucune limite physique ne les sépare des spectateurs les plus virulents. Comment compter sur leur impartialité? Les incidents reviennent toutes les semaines : un but ou une victoire pour l'équipe adverse déclenche chez certains "supporters" des comportements absurdes, ineptes. La peur joue alors sur la décision. Dans une quatrième division de district de l'Hérault, une équipe située dans un quartier difficile a ainsi été boycottée par ses adversaires. Il devenait impossible de jouer sur leur terrain, encore moins de gagner, sans échapper aux injures ou jets de pierres. Dans une étude sur le club d'un bourg rural de moins de mille habitants, J.M. Faure a insisté sur la pression constante et les injonctions auxquelles sont soumis les hommes en noir. Dans ces conditions, *"diriger une rencontre de district n'est pas de tout repos. Si l'intensité du jeu est moindre et les chocs moins rugueux qu'au niveau supérieur, l'autorité du maître d'œuvre rencontre davantage d'opposition"* (Faure, 1989, p. 72). À l'inverse, et malgré des enjeux sportifs beaucoup plus importants, les rencontres de haut niveau subissent relativement moins les effets avantageux de l'arbitrage. Compétences des arbitres et conditions de sécurité conjuguent leurs effets.

L'avantage à domicile est aussi une constante interne à la compétition sportive, entretenue en permanence par les propos de ses acteurs. Quand une équipe gagne à l'extérieur, le fait devient une performance, voire un exploit. Le match nul s'affirme comme un bon résultat, la défaite est somme toute logique. Pour les joueurs et les entraîneurs, l'avantage s'intègre aux schémas tactiques, à l'esprit du jeu. L'équipe visiteuse pense d'abord à défendre, à ne pas prendre de but et à jouer le contre pour limiter les risques. D'où la sempiternelle et caricaturale question des journalistes sportifs : *"Êtes vous venus pour gagner?"* Le soin de l'offensive et du

¹Nous avons calculé l'avantage pour les différentes divisions nationales (D1, D2, N1, N2, et N3) sur plusieurs périodes. Son existence est effective mais nous n'avons remarqué aucune relation avec le niveau de la compétition.

3. Un système ancré dans le territoire

beau jeu est laissé aux locaux, logique d'un système dans lequel l'équipe recevante doit plaire à son public. Celui-ci vient applaudir des exploits, non des échecs et, pour le fidéliser, la victoire est la panacée. Tous les clubs ont intégré cette logique à la structure du sport spectacle. Si les victoires à domicile disparaissaient aux profits de succès externes, les tribunes vides constitueraient le décor principal des stades.

Toutefois, et suivant les espaces géographiques, les époques ou le niveau, l'avantage à domicile exprime des nuances que ces explications, au demeurant indispensables, ne peuvent entièrement justifier. Dans un premier temps, nous insisterons sur la valeur explicative de la distance qui s'examine selon deux directions complémentaires : la distance exprimée en tant que trajet à parcourir par l'une des deux équipes ; la distance comme critère de distinction des sentiments de l'appartenance territoriale.

3.3.2 Le transport influe-t-il sur l'avantage?

Imputer la fatigue et l'échec éventuel à la longueur du voyage est une explication qui a le bénéfice de la simplicité : l'équipe, affaiblie par le déplacement, est handicapée sur le terrain. L'argument frappe les esprits par sa logique implacable que chacun d'entre nous a pu expérimenter.

L'évolution des moyens de transport

Depuis le début des grandes compétitions nationales, la contraction espace-temps s'est accélérée en modifiant la perception et la réalité des distances grâce à des moyens de transport de plus en plus rapides et performants¹. À titre d'exemple, lors du premier championnat professionnel en 1932, les joueurs d'Antibes ont effectué 15 204 km en train. Pour bénéficier d'un abonnement et de la réduction de tarif correspondante, les joueurs voyageaient en troisième classe et ne profitaient pas des trains rapides. Les voyages, interminables, se déroulaient dans des conditions déplorable. L'équipe partait l'avant-veille du match pour un trajet de vingt heures accompli sur des banquettes en bois. Elle s'en retournait le soir même de la rencontre pour une nouvelle journée ferroviaire (Wahl et Lafranchi, 1995, pp. 91-92).

L'usage du train disparut progressivement. Mal adapté aux liaisons transversales, sans souplesse horaire, il est remplacé par le bus, symbole mémorable de l'équipe en déplacement. L'autocar du club voyage de nuit comme de jour, aux quatre coins du pays comme le confirme Guy Roux se remémorant l'époque révolue d'Auxerre en seconde division : "*Tous les déplacements se faisaient en autocar. Nous allions à Dunkerque, Boulogne, Valenciennes ; dans l'Ouest aussi, jusqu'à Lorient, Quimper et Brest (sept cents kilomètres!) où Hallet marqua un jour un but direct du bord de la touche, avec l'aide du vent. Nous rentrions tout de suite après le match, traversant la France en pleine nuit. On dînait d'un panier repas, on installait des*

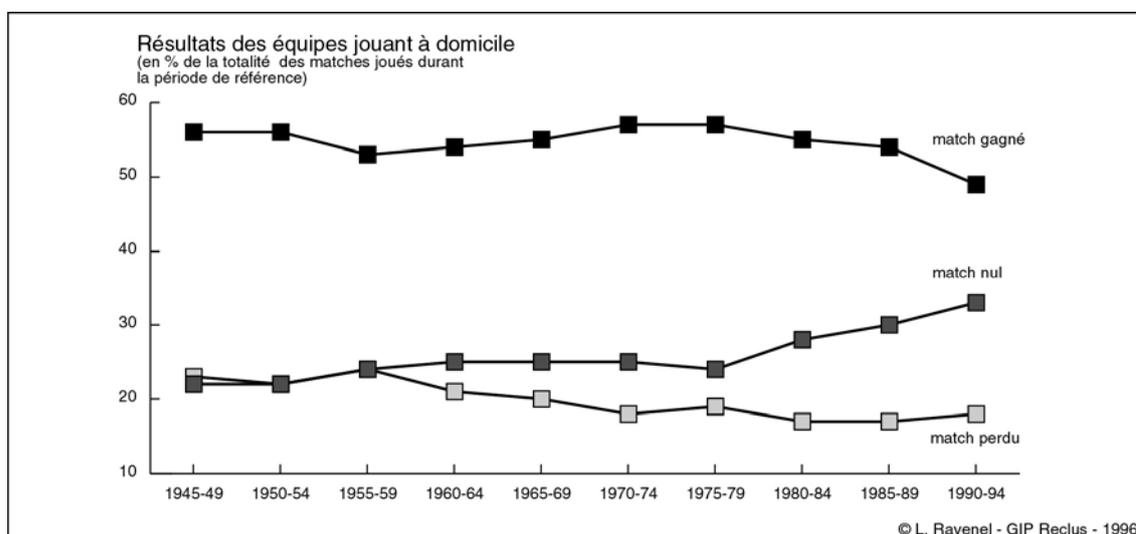
¹Voir par exemple (Study, 1995), (Pumain et Saint-Julien, 1990).

couchettes. [...] On essayait de dormir. Cela n'était pas toujours facile, car les routes à virages et à cahots ne nous ménageaient guère" (Roux, 1993, p. 43). Aujourd'hui, les bus résistent toujours à l'avion lors de courts déplacements ou pour des clubs aux moyens financiers limités. Le transport aérien est devenu occasionnel dès les années soixante avec les premiers matches européens avant de s'étendre définitivement au championnat de France à partir des années quatre-vingt. Le départ s'effectue désormais en début d'après midi et le retour suit immédiatement le match.

La fatigue du transport : une hypothèse à rejeter

Cette digression historique propose une piste permettant de vérifier l'effet du trajet dans le calcul de l'avantage. Nous pouvons convenablement envisager que les joueurs arrivent moins fatigués sur les lieux des rencontres grâce à la contraction espace-temps. Si une relation existait, l'évolution progressive des moyens de transport devrait conduire à une baisse continue de l'indice. Pour cela, nous avons regroupé les résultats des matches de D1 depuis 1945 par période de cinq ans. Ce choix divisionnaire s'impose car, aujourd'hui encore, les deux composantes hiérarchiques manifestent leurs différences : si tous les clubs de D1 bénéficient de l'avion, la D2 limite son utilisation en raison de finances réduites. À Gueugnon, par exemple, "les longues heures passées sur la route font partie de l'existence hebdomadaire. La seule entorse au régime : les trajets vers la Bretagne et Perpignan pour lesquels, distance oblige, l'avion s'est substitué au bus."¹

Fig. III.14 - L'avantage à domicile dans le championnat de France de Division 1 (1945-1995)



Mais, contrairement à l'hypothèse proposée, aucune tendance ne se précise dans le sens attendu (fig. III.14). La part des victoires est comprise entre 50 et 60% à

¹SIMON Joël (1995), "Gueugnon, le jardin extraordinaire", *France-Football*, n° 2559, 25 avril 1995, p. 26. Gueugnon était encore en D2 cette saison-là.

3. Un système ancré dans le territoire

l'exception de la dernière période quinquennale où le taux tombe à 49%. "*On ne sait plus recevoir!*" titrait un graphique de *l'Équipe* en montrant la diminution constante du nombre de victoires à domicile depuis 1987¹. Cette baisse s'observe sensiblement depuis 1990, année où le taux est descendu pour la première fois de manière significative au-dessous des 50%². La courbe des victoires ne laisse toutefois paraître aucune manifestation négative au milieu des années soixante suite à l'introduction progressive de l'avion. En revanche, le rapport entre matches nuls et défaites se modifie : les équipes perdent moins à domicile et remplacent ces revers par des résultats paritaires. Cette dynamique traduit davantage l'évolution des tactiques et l'importance croissante des enjeux plutôt qu'une hypothétique influence des moyens de transport. Depuis les années soixante, les défenses se sont constamment renforcées, les attaques ont été réduites à leur plus simple expression. La quantité de buts a fortement diminué et les dernières années n'ont fait qu'accentuer le phénomène, notamment par l'uniformisation des styles le jeu. De 1980 à 1986, les joueurs marquaient encore 2,6 buts en moyenne dans les rencontres de première division ; de 1987 à 1994, le chiffre descendait à 2,2. À cela, s'ajoute certainement une plus forte homogénéité des équipes. La montée en puissance des clubs français depuis le milieu des années quatre-vingt a, d'une part, accru la qualité des meilleurs clubs et, d'autre part, renforcé l'ensemble des participants. La dimension tactique a pris une importance considérable faisant bien souvent ressembler les rencontres à des parties d'échecs dont les rencontres sans vainqueur sont la traduction.

Par conséquent, nous pensons que la fatigue provoquée par le transport ne joue pas globalement. Elle peut intervenir occasionnellement, à la suite d'un trajet mouvementé, d'aléas aériens ou routiers. Son rôle apparaît alors anecdotique car il n'est pas confirmé par une baisse de niveau significative. R. Pollard le constatait déjà dans son étude sur le championnat anglais car il déterminait aussi un taux constant de victoires entre 1888 et 1984 (Pollard, 1986).

3.3.3 La distance détermine les derbies

Le derby est une rencontre de proximité

La distance joue pourtant un rôle mais l'avantage à domicile suppose qu'on l'analyse selon une conception binaire, duale et non selon le modèle linéaire traditionnel. Les clubs, regroupés deux à deux, se rangent dans deux catégories distinctes (proches ou éloignés) et les effets résultants peuvent être facilement appréhendés par la notion de derby. Originellement définie comme une rencontre opposant deux équipes de la même ville, elle a été étendue et confondue en France à la proximité, "*concept éminemment relatif*" (Brunet et alii, 1992, p. 367). On parle faussement de "*derbies régionaux*" (Bromberger et Mariottini, 1994) en évoquant les

¹*L'Équipe*, samedi 7 - dimanche 8 décembre 1996, p. 3. Les taux sont calculés après seulement 20 journées de championnat.

²En 1962/63, la part des victoires à domicile atteint 48% mais n'a été confirmée ni par les années précédentes, ni par les suivantes.

matches Nîmes-Montpellier, Metz-Strasbourg, Nice-Monaco, Lens-Lille ou encore Rennes-Nantes. La valeur de la distance indique l'appartenance ou non à une communauté spatiale, d'échelle variable et dont le nom s'accroche à l'événement : derby de l'Est, du Languedoc, de la Côte d'Azur, du Nord, de l'Ouest pour reprendre les exemples cités précédemment¹. Contrairement aux autres pays européens, l'unicité française ne favorise pas leur existence. Par conséquent, la distance nulle est remplacée par la proximité.

Tab. III.8 - Victoires de l'équipe visiteuse en fonction des distances

1990-1994	Victoires à l'extérieur	Matches	% de victoires à l'extérieur
<i>Equipes visiteuses localisées</i>			
à moins de 150 km	32	120	26,7
entre 150 et 400 km	98	620	15,8
entre 400 et 800 km	184	984	18,7
à plus de 800 km	30	176	17
1945-1994			
<i>Equipes visiteuses localisées</i>			
à moins de 150 km	365	1 456	25,1
entre 150 et 400 km	1 131	5 512	20,5
entre 400 et 800 km	1 803	9 484	19
à plus de 800 km	218	1 364	16

© L. Ravenel - GIP Reclus - 1996

Afin de vérifier l'influence possible du derby sur l'avantage à domicile, nous avons affecté chaque match à une catégorie de distance et choisi la part des victoires à l'extérieur comme indice de quantification car, utilisé par les auteurs déjà cités, il offre un moyen de comparaison. Pour les distances, nous avons défini, dans un premier temps, les limites à 150, 400 et 800 km. La première borne peut sembler importante mais permet d'intégrer les rencontres qualifiées de derbies régionaux. À l'inverse, en l'abaissant, les matches sélectionnés se limiteraient à quelques cas particuliers, toujours identiques desquels on ne saurait distinguer les effets généraux. Ainsi, pour la saison 1994/95, la classe distingue 18 oppositions : Caen - Le Havre, Cannes - Nice, Lens - Lille, Lyon - Saint-Étienne, Martigues - Montpellier, Metz - Strasbourg, Nantes - Rennes et Sochaux - Strasbourg². On pourra toujours critiquer l'intrusion de Martigues - Montpellier dans les derbies,

¹Ces dénominations spatiales sont extraites de la presse sportive.

²Les matches se disputant chez chacun des deux adversaires, on obtient bien un total de 18 rencontres.

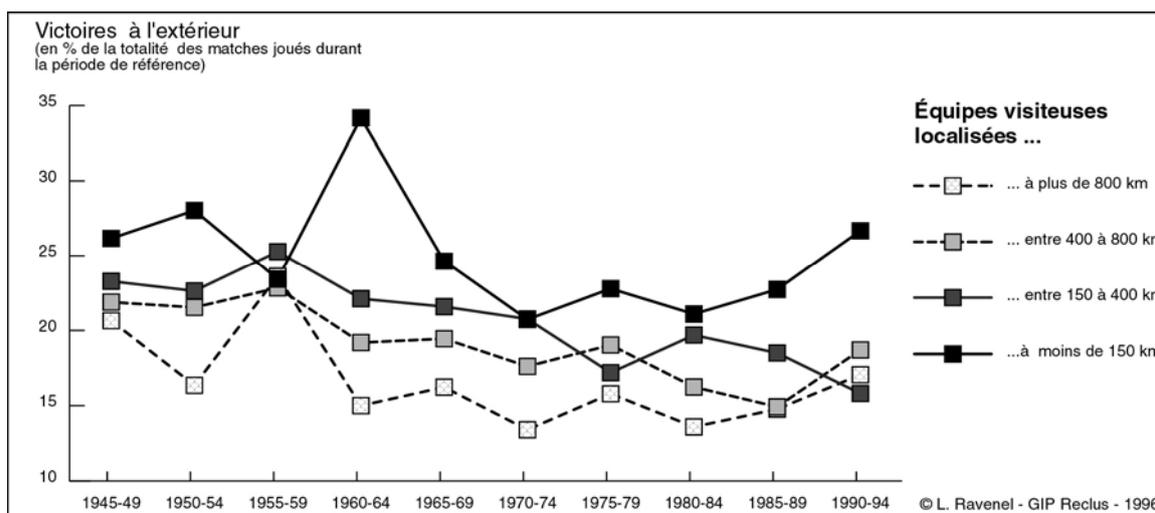
3. Un système ancré dans le territoire

ce match n'ayant jamais eu cette appellation. Toutefois, la proximité permet aux supporters des deux équipes un déplacement facilité¹.

Un avantage spatialement différencié

Le tableau III.8 confirme l'existence d'un "effet derby" : de 1990 à 1994, 26,2% des matches joués à moins de 150 km se soldent par une victoire de l'équipe visiteuse et cette classe de proximité géographique se différencie nettement des suivantes pour lesquelles la relation s'arrête. Sur le plus long terme, la distance confirme son caractère discriminant avec un effet supplémentaire au-delà de 800 km. Néanmoins, si l'évolution apporte confirmation de l'ordre général, elle nous laisse perplexe devant l'interprétation possible (fig. III. 15). Entre 1955 et 1959, les valeurs sont quasiment identiques mais il nous est impossible de trouver une explication logique sans faire appel à l'aléa sportif. La dynamique des résultats peut être animée de changements, de sursauts dont les clés, si elles existent, nous sont étrangères.

Fig. III.15 - Évolution des victoires à l'extérieur en fonction de nouvelles distances (1945-1994)



Cependant, l'explication globale réside dans le caractère régional des rencontres qui accroît les enjeux : le match devient celui de la suprématie territoriale et chacune des deux équipes entre sur la pelouse "pour gagner". Les supporters des deux camps se déplacent en masse pour soutenir et encourager leurs favoris. Les stades se remplissent, les records d'affluence sont bien souvent battus lors de ces confrontations au sommet. À Sedan, par exemple, le record absolu reste détenu par le derby champenois Sedan-Reims qui, un jour de mars 1958, attira 17 303 spectateurs dans l'enceinte ardennaise. Ni les venues de Marseille, du Matra Racing ou de Monaco, n'ont atteint cette barre fatidique, témoignage d'une

¹Nous avons utilisé les distances à vol d'oiseau. Critiquables, elles permettent néanmoins un calcul valide dans le temps et, surtout, l'automatisation indispensable d'un mode opératoire long et fastidieux.

époque aujourd'hui révolue¹. Par la même, l'avantage lié au soutien majoritaire disparaît devant les encouragements multiples et les deux équipes ont chacune le sentiment de jouer à domicile. De fait, le derby ne ressemble à aucun autre match. Une compétition régionale se substitue à la nationale, supprimant les échelles de valeurs et les classements respectifs.

Afin de préciser la limite des derbies, nous avons modifié les bornes précédentes. Ainsi, les matches qui changent de catégories affectent la nature de ces classes extrêmes car ils ne représentent plus le même enjeu, ne répondent plus à la logique du derby (tab III.9).

Tab. III.9 - Victoires de l'équipe visiteuse en fonction de nouvelles distances

1990-1994	Victoires à l'extérieur	Matches	% de victoires à l'extérieur
<i>Equipes visiteuses localisées</i>			
^à moins de 200 km	49	210	23,3
entre 200 et 400 km	81	530	15,3
entre 400 et 600 km	100	556	18
^à plus de 600 km	114	604	18,9
1945-1994			
<i>Equipes visiteuses localisées</i>			
^à moins de 200 km	576	2 464	23,4
entre 200 et 400 km	920	4 505	20,4
entre 400 et 600 km	1 000	5 238	19,1
^à plus de 600 km	1 021	5 610	18,1

© L. Ravenel - GIP Reclus - 1996

Les chiffres indiquent aussi une légère déficience des victoires à l'extérieur au-delà d'une distance de 800 km car les rencontres comprises entre 600 et 800 km font automatiquement augmenter le taux. Autant la notion de derby valorise et explique fondamentalement les variations observées dans la première classe, autant ce résultat nous laisse dans l'expectative. Il faudrait alors envisager une sorte d'appréhension linéaire de la distance, un désavantage de l'éloignement. Cinquante rencontres entrent dans cette catégorie² et opposent essentiellement les clubs méditerranéens aux formations du Nord et de l'Ouest. On pourrait songer à la différence de climat, de température créant des conditions inhabituelles pour les joueurs. L'hypothèse invite alors à soutenir les méthodes d'entraînement vantée par Pierre Flamion pour lequel Guy Roux prodiguait son admiration : "J'ai beaucoup profité de l'exemple donné par un entraîneur comme Pierre Flamion³. Entraîneur de cœur, à la passion folle, novateur inépuisable. Il pensait à tout pour préparer

¹France-Football, n° 2540, 13 décembre 1994.

²Sur 5 ans, elles définissent 176 matches.

³Entraîneur du FC Limoges dans les années soixante.

3. Un système ancré dans le territoire

un match. Avant d'aller jouer à Nice en plein été, il imposait des séances en plein midi et en pleine chaleur. Au contraire, s'il fallait affronter Lille ou Strasbourg en plein hiver, l'entraînement était prévu à sept heures du matin, avec des exercices dans la neige, ce qui n'amusait pas du tout un Africain comme Ossey!" (Roux, 1993, p. 35).

Plus sérieusement, nous pourrions faire intervenir les représentations mentales affectées aux territoires du football. L'image, la réputation et la réalité des clubs méditerranéens pourraient influencer sur le comportement de l'adversaire. L'éloignement susciterait une peur qui, si elle n'est pas clairement énoncée, imprégnerait les esprits. La distance ajouterait une opposition supplémentaire qui pourrait accroître l'inquiétude. L'hypothèse est séduisante car elle confirmerait, avec un soupçon statistique, l'idée précédemment élaborée sur les représentations. En revanche, la fatigue du transport ne nous paraît toujours pas une explication convaincante. D'une part, lors d'un voyage aérien, le trajet additionnel occasionné est parfaitement négligeable. D'autre part, même une équipe aux moyens financiers limités utilisera la voie des airs pour ces déplacements éloignés et les joueurs auront bien souvent de meilleures conditions qu'à l'habitude. Enfin, depuis 1945, ces matches ne montrent aucune évolution positive pouvant accréditer cette hypothèse.

3.3.4 Du derby à l'identité territoriale : haines et passions

Par l'intermédiaire du derby, la territorialité s'affirme comme un facteur primordial dans la détermination de l'avantage. Partagée entre les deux équipes à cette occasion, elle diminue d'autant la force du domicile car les adversaires jouent sur et pour un même territoire. Si Pollard présente plusieurs hypothèses, c'est en définitive la "*défense du territoire*" qui est invoquée en dernier recours (Pollard, 1986). Pour d'autres auteurs, le concept s'inscrit au centre des explications. J. Edwards évoque la notion de territorialité¹, E. Snyder et D. Purdy perçoivent le match comme un rituel de la communauté de locale². L'importance du soutien accordée à l'équipe, la faveur des encouragements et la force identitaire la pousserait à gagner préférentiellement les matches chez elle. Les plus fortes valeurs de l'avantage ont été constatées pour le basket et le hockey sur glace³, une observation qui amplifie l'importance des conditions sociales qui entourent l'équipe. La supériorité se renforce indubitablement avec l'existence d'une communion entre le public et son club. Malheureusement, l'ostentation identitaire dépasse fréquemment le simple encouragement et se rapproche des manifestations virulentes des combats politiques, nationalistes accentués par un délire populaire poussé à l'absurde. Quand morts et blessés accompagnent un résultat exacerbé par la haine.

¹EDWARDS J. (1979), "The home field advantage" in GOLDSTEIN J.H., *Sports, Games and Play*, Lea & Febiger, cité par (Bale, 1989).

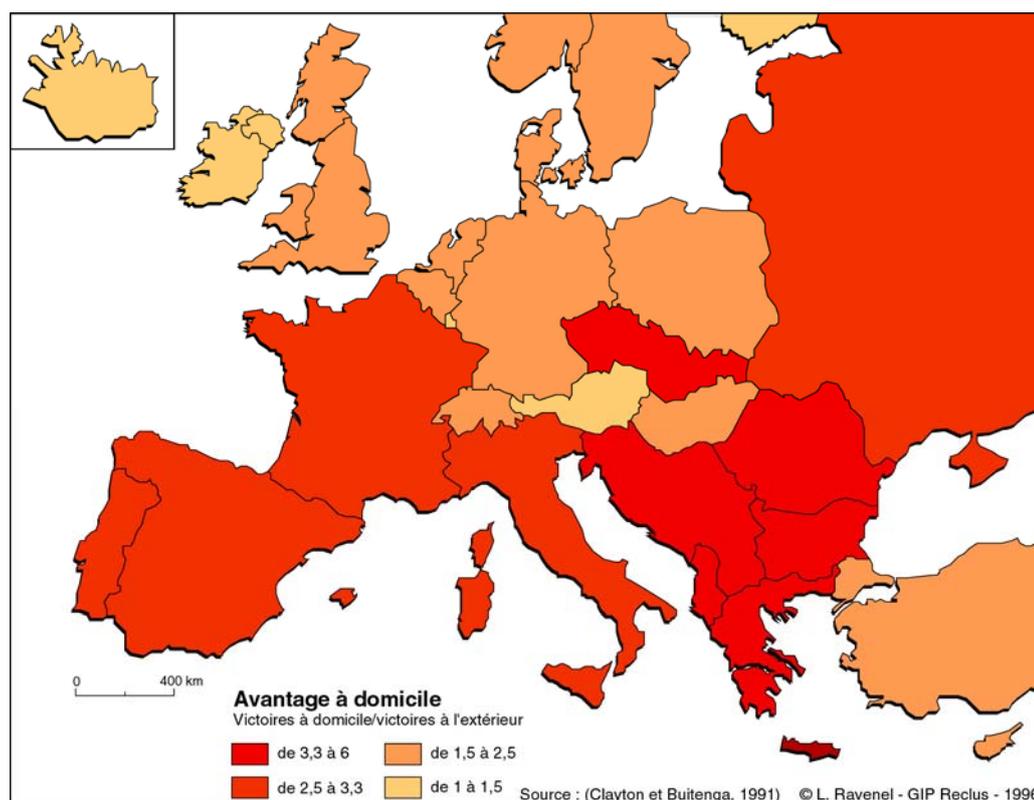
²SNYDER E., PURDY D. (1985), "The Home Advantage in Collegiate Basketball", *Sociology of Sport Journal*, 2, pp. 352-358, cité par (Chapuis et Thomas, 1988).

³SCHWARTZ B, BARSKY S (1977), art. cité.

L'avantage à domicile en Europe

Pour vérifier cette conception et inscrire définitivement le football dans ses territoires, nous devons changer d'échelle. L'avantage à domicile ne peut se calculer pour un ou plusieurs clubs car il dépendrait alors exclusivement de sa valeur sportive et non d'une qualité supposée de la rencontre. Sa détermination doit s'effectuer sur la totalité de la compétition ou, du moins, sur une partie des matches sans que le caractère particulier de l'équipe puisse apparaître. Cette nécessité empêche toute partition du territoire national, rend illusoire la recherche d'identités territoriales à cette échelle tant elles seraient masquées par les déterminants sportifs. En passant au niveau européen, le changement de référent spatial élimine cette influence car il introduit une comparaison entre les championnats. Nous avons ainsi calculé les avantages produits lors de la saison 1990/91¹. Chaque pays est donc caractérisé par les valeurs internes de sa propre compétition et non par des rencontres avec d'autres clubs ou nations. La carte résultante confirme l'hypothèse d'un mécanisme guidé par la passion et la pression exercées (carte III.8).

Carte III.8 - L'avantage à domicile en Europe (1990/91)



¹L'indice a été calculé grâce au tableau des rencontres fourni par (Clayton et Buitenga, 1991). Le choix de la saison 1990-91 n'est pas neutre car elle est la dernière avant l'éclatement de l'Europe de l'Est.

3. Un système ancré dans le territoire

D'une manière étonnante, voire terrifiante, le groupe des pays balkaniques se distingue par ses très fortes valeurs. Compte tenu de la situation politique passée et présente, l'indice statistique effraie par l'ampleur des haines suscitées et exprimées dans le football. Les équipes se proclament emblèmes de territoires auxquels sont liées des identités communautaires comme celles exprimées par les anciennes républiques yougoslaves. Les Étoile Rouge de Belgrade, Dynamo de Zagreb¹, FK Sarajevo, Olympia Ljubljana, Vardar Skoplje étaient tous soutenus par leurs provinces respectives et s'engageaient dans des combats prémonitoires. À titre exemplaire, le 13 mai 1990, le match au sommet opposant le Dynamo de Zagreb et l'Étoile Rouge engendra de très violents heurts entre Serbes et Croates (61 blessés). La récente victoire du parti nationaliste croate n'était pas étrangère à ces provocations (Ramonet, 1996). En Tchécoslovaquie, les clubs tchèques bravaient les équipes slovaques sur fond d'antagonismes nationaux. Si l'Albanie, la Grèce, la Roumanie ou la Bulgarie n'ont pas suscité les mêmes dérives nationalistes, leurs championnats restent toujours difficiles pour les équipes en déplacement parce que les incidents nombreux (joueurs agressés, arbitres molestés, foules envahissant les terrains) entretiennent un climat général d'insécurité. L'indice est d'autant plus fort que les capitales abritent une multiplicité de clubs² mais comme la lutte s'inscrit aussi selon la dichotomie capitale/province, l'effet derby est atténué. La réputation des clubs grecs est exemplaire car les autres nations redoutent toujours ces déplacements qui les opposent à des joueurs survoltés, enflammés par leur public. La faible attractivité et qualité du football grec s'en ressentent comme le remarque l'entraîneur du Panathinaïkos : *“Vous savez les étrangers de très haut niveau, les seuls qui pourraient réellement nous intéresser, ne souhaitent pas, en général, venir chez nous. Le football grec a une image trop négative, et notre club en pâtit également. Panathinaïkos a aujourd'hui 20 ans d'avance sur les autres clubs grecs. Mais peu importe finalement, car la Grèce produit de très bons footballeurs.”*³

Avec des valeurs moindres, les grands pays du football latin apparaissent : la France, l'Espagne, le Portugal et l'Italie. Hormis la France, ces championnats se déroulent dans des stades comblés, devant un public passionné qui vit le football comme une fête. En deçà, l'Europe du Nord s'individualise, du Royaume-Uni à la Pologne. À l'exception de l'Allemagne et de l'Angleterre, les passions sont plus mesurées dans les compétitions danoise, belge, suisse ou polonaise d'un niveau inférieur et rarement accompagnées de manifestations régionalistes d'envergure. Les petites dimensions des espaces nationaux rapprochent ainsi les équipes, facilitant les déplacements et multipliant les occasions de derbies. Dès lors, l'avantage à domicile s'en trouve directement amoindri. Enfin, les taux les plus faibles se trouvent dans les petits pays (Islande, Luxembourg, Autriche, Finlande⁴, Irlande). Les oppositions territoriales atténuées par les distances, le faible

¹Nationalisme oblige, le club s'appelle aujourd'hui le Croatia Zagreb.

²On comptait 3 équipes à Tirana, 9 à Athènes, 4 à Sofia, 3 à Bucarest.

³France-Football, n° 2609, 9 avril 1996, p. 51.

⁴La “surface utile” du championnat se réduit à l'extrême sud du pays.

engouement populaire pour les championnats et le nombre important de derbies réduisent considérablement le gain du domicile¹.

Avantage à domicile et conscience territoriale

Il nous a semblé impossible et illusoire de quantifier précisément la part des différents facteurs contribuant à l'avantage. Les effets se conjuguent, diffèrent selon les matches, les lieux, le niveau de l'analyse. L'environnement matériel du jeu, l'arbitrage partial sont de nature conjoncturelle et il serait délicat de les transposer à l'échelle d'un championnat. Certains auteurs ont d'ailleurs avancé l'hypothèse d'un désavantage à domicile car une trop forte pression paralyseraient les joueurs sur leur terrain². Cette situation s'observe fréquemment quand une équipe panique à la simple idée d'une défaite devant son public. La peur la rend d'autant plus vulnérable et entraîne le cercle vicieux de la relégation. La notion est encore difficilement transposable à l'ensemble des rencontres car elle reflète des caractères trop particuliers pour être généralisée.

En revanche, la logique propre à la compétition, l'influence de la distance, la pression du public s'inscrivent dans des schémas généraux applicables à des niveaux géographiques nationaux. La territorialité englobe ces explications car elle invoque à la fois le sentiment d'appartenance et d'appropriation de l'espace, tout en définissant son corollaire, l'éviction des autres. Associées au concept, les équipes prennent une autre dimension. L'exacerbation du territoire vers laquelle tendent les attachements fanatiques, ne se traduit pas automatiquement par une augmentation de l'avantage à domicile. La distance intervient, non pour canaliser haines et passions, mais pour placer les deux protagonistes à égalité dans une sorte de compétition locale inscrite dans le même territoire. Le niveau sportif s'estompe devant une lutte sans merci qui change l'échelle géographique de la rencontre. Le gain du terrain n'est plus un avantage prégnant car il est dépassé par les enjeux de la suprématie locale.

3.4 Le territoire des supporters

Plus que tout autre groupe, les supporters manifestent le lien profond envers le territoire, leur territoire. Si tout spectateur est un supporter éventuel, la limite se

¹Le cas de l'Ulster peut sembler paradoxal tant les problèmes religieux divisent la région. Toutefois, la très grande majorité des clubs du championnat sont protestants, les équipes catholiques préférant intégrer la compétition de la république d'Irlande.

²BAUMEISTER R., STEINHILBER A. (1984), "Some paradoxical effects of supportive audiences on performance under pressure: the home field disadvantage in sports championships, *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 1, pp. 85-93, cité par (Bale, 1989).

3. Un système ancré dans le territoire

fonde sur l'enthousiasme, le militantisme, le temps passé et l'argent dépensé pour son équipe favorite. Du simple spectateur assistant occasionnellement à la rencontre au supporter militant suivant et poursuivant ses protégés dans tous leurs déplacements, une multitude de situations intermédiaires se présentent. C. Bromberger a analysé ces comportements passionnés exprimés à travers deux grands courants, celui des associations officielles et des groupes ultras (Bromberger, 1995, 229-59). À l'instar d'autres études, ce sont ces comportements, les origines sociales, la rhétorique ou la psychologie des membres qui ont été privilégiés, problématiques éloignées mais complémentaires de notre approche. Nous n'envisageons pas une géographie des supporters, il s'agit plutôt de pistes que nous désirons ouvrir et proposer car, dans l'état actuel de notre connaissance, les informations, les données et les enquêtes manquent cruellement.

Ces hypothèses s'appuient sur l'examen des résultats de l'avantage à domicile car la comparaison européenne place la France devant ses partenaires (tab. III.10). Cet ordre intrigue puisqu'en raison des faibles passions françaises, on pourrait s'attendre à une inversion des rôles. Outre les minima de spectateurs, la singularité se retrouve aussi dans le nombre d'abonnés ou la faiblesse du secteur des produits dérivés¹. Quand l'Espagne en compte 531 000 et l'Italie 368 485, la France est loin derrière avec ses 70 333 fidèles². Quand le PSG retire 4 millions de francs avec ses produits dérivés, il domine, surpasse toutes les autres formations françaises mais, comparé aux 60 millions gagnés par Manchester United et la plupart des autres grandes équipes européennes, ce résultat est somme toute dérisoire³. Cette première position ne reflète pas un sentiment passionnel envers le football mais pourrait être la marque, le signe d'un supportérisme fortement ancré dans le territoire à défaut de tout autre sentiment d'identification. La spatialisation des supporters apparaît comme une manifestation du phénomène qu'il faut relier tant à des conceptions idéologiques que géographiques. En France, on soutient d'abord l'équipe de sa ville, par habitude, tradition et par absence d'autres repères comme l'existence pérenne de grands clubs. Nous examinerons ces facteurs et montrerons

¹Par ce terme, on entend généralement les divers objets qui portent l'empreinte du club et qui sont diffusés dans le commerce. Ces produits englobent les accessoires vestimentaires mais aussi les livres, sacs, briquets et autres gadgets à l'effigie de l'équipe.

²Chiffres pour la première division, saison 1995/96, *France Football*, n° 2603, 27 février 1995, p. 7. Comparés aux 80 000 abonnés du FC Barcelone, les clubs français montrent à nouveau leurs quantités minimales de spectateurs. En 1993/94, le PSG comptait 11 264 souscripteurs suivi par Caen (9 554) et Lyon (8 884). Marseille avait, trois ans plus tôt, établi le record français avec plus de 16 000 spectateurs permanents. À Nice, on ne compte que 500 abonnés pour des tarifs les plus bas de France. De l'autre côté de la frontière, les abonnés de la première division italienne démontrent l'existence d'un autre football. Ils sont 48 234 au Milan AC, 39 087 à la Roma, 35 306 à la Juventus. Seules 4 équipes en ont moins de 10 000.

³LACOMBE R. (1995), "PSG fonce vers l'an 2000", *France Football*, n° 2590, 28 novembre 1995, p. 8. Le PSG n'a vendu que 30 000 maillots contre 250 000 pour Manchester United, 150 000 pour Arsenal ou 100 000 pour le Celtic de Glasgow. La Ligue Nationale de Football voit néanmoins une potentialité importante à développer dans les prochaines années afin d'augmenter les recettes des clubs. Malgré tous les efforts de communication entrepris, ce projet nous semble pour l'instant illusoire car les ventes traduisent d'abord un sentiment collectif général envers le football.

qu'ils retardent la structuration en réseau des supporters, une évolution qui marque peut être la fin des territoires sportifs.

Tab. III.10 - L'avantage à domicile dans plusieurs championnats européens (1990/91 et 1994/95)

1990 et 1994	MATCHES			Gagnés/perdus
	Gagnés	Nuls	Perdus	
Allemagne	268	194	150	1,8
Angleterre	391	243	208	1,9
Pays-Bas	291	171	150	1,9
Belgique	294	170	148	2
Italie	298	189	125	2
Espagne	378	229	153	2,4
France	383	245	132	2,9

© L. Ravenel - GIP Reclus - 1996

3.4.1 Le soutien des supporters français

L'unicité implique l'attachement territorial

C. Bromberger insiste sur le caractère non automatique du choix d'un club par les supporters à travers les exemples italiens et marseillais mais isole sensiblement la France dans ses conclusions : *“Si les préférences partisans classent les uns et les autres, elles ne reflètent pas mécaniquement les insertions sociales ou professionnelles ; autrement dit, on ne soutient pas nécessairement le club de sa ville de naissance ou de résidence, de l'entreprise ou l'on travaille. Ces décalages sont moins fréquents en France qu'en Italie où la préférence pour un club est un élément de l'identité sociale, au même titre que la profession, l'appartenance politique ou religieuse”* (Bromberger, 1995, p. 106). Si on reprend cette argumentation, le soutien français a quasiment éliminé la composante sociale pour s'inscrire uniquement dans la territorialité et l'on retrouve cette détermination dans les noms, les principes de financements et les localisations géographiques résultantes. L'avantage à domicile serait-il le révélateur de la situation?

L'absence d'une multiplicité urbaine au plus haut niveau a permis d'unifier la ville dans son soutien et de dévoiler, en première instance, cette appartenance géographique, cette confusion entre équipe et cité. Néanmoins, à l'intérieur de cette même ville, les plus fervents suivent le club de leur quartier ou entreprise sans que cela affecte les sentiments éprouvés à l'égard de la formation emblématique. Les deux domaines se complètent, n'entrent pas en concurrence car la représentativité est unique. Ces choix partisans disparaissent aussi quand joue l'équipe nationale officiellement soutenue par le pays tout entier. En revanche, la concurrence directe (même compétition, proximité) encourage tous les

3. Un système ancré dans le territoire

débordements. L'échelle locale l'emporte alors sur un sentiment d'appartenance élargi car la réussite du voisin ne signifie nullement un report du soutien sportif. Au contraire, la haine est inversement proportionnelle à la distance car la suprématie régionale exacerbe l'inimitié. Quand l'OM fut éliminé par Benfica en demi-finale de Coupe d'Europe 1990, on pouvait lire à Toulon des inscriptions remerciant le club lisboète (Bromberger, 1995, p. 109). À Montpellier, les descentes et les relégations successives de Nîmes (1993-95) ont chaque fois été saluées par des banderoles victorieuses. Mais, l'adversaire le plus proche éliminé, la compétition perdait ses rencontres événements. À trop dominer le rival, on finit par détruire le spectacle.

Le cas parisien présente une alternative notable qui renforce paradoxalement notre conception territoriale. Nous avons maintes fois souligné les faibles quantité et qualité du public de la capitale qui sont attestées à toutes les époques. Celui-ci se déplace lors de grandes occasions délaissant le stade dans les moments difficiles ou pour des matches jugés secondaires. Parmi les hypothèses avancées, cette déficience pourrait résulter d'une faible identification au club de la capitale en raison d'un campanilisme persistant. Nombreux sont les Parisiens aux origines provinciales, migrants économiques intérieurs pour qui le soutien sportif pose un cruel dilemme : doivent-ils supporter l'équipe de leur ville d'origine ou prendre parti localement et affirmer une nouvelle identité consensuelle? Les chiffres semblent accréditer la première proposition car bon nombre de spectateurs potentiels suivent les résultats de leurs équipes provinciales, quitte à l'encourager une fois l'an au *Parc des Princes* sous le regard incrédule des vrais supporters parisiens. Le campanilisme s'exprimerait ainsi, d'une manière symbolique, par la préservation des liens envers la ville ou la région quittée. Hypothèse séduisante qui peut trouver une confirmation dans l'une des premières campagnes publicitaires du PSG, époque Canal Plus. Repreneurs du club, les dirigeants de la chaîne cryptée avaient le sentiment qu'une identification à leur équipe était beaucoup plus délicate qu'en province. Ce raisonnement a produit une opération promotionnelle autour du slogan : "*Ayons l'esprit de clocher, soutenons le PSG.*" Il est symptomatique que l'argument utilisé fasse appel au symbole de l'attachement territorial.

Les supporters ne migrent pas

Le soutien local est complété par une absence quasi générale des migrations sportives. À l'extérieur, l'équipe est laissée seule face au public adverse car les supporters déplacés sont très peu nombreux. Nous avons essayé de représenter le phénomène en travaillant à partir de données fragmentaires publiées par une revue spécialisée¹. Nous avons établi une grille de lecture dégagant certaines

¹*Sup Mag : supporters magazine*, juillet-août 1995. Il s'agit d'un numéro spécial dans lequel 52 groupes de supporters représentant 33 équipes ont obtenu une libre parole afin d'établir un bilan de leurs actions. La liste dressée, non exhaustive, regroupe essentiellement des sections ultras, non reconnues officiellement par les clubs. Comme nous le verrons, ils possèdent une spatialisation différente des groupes officiels.

indications comme le nombre de membres, les participations aux déplacements, l'existence et la localisation de sections extérieures. Nous nous sommes vite heurté à l'hétérogénéité, l'incohérence des renseignements et avons abandonné l'idée d'une quantification générale au profit de plusieurs indications spatiales guidant ces voyages sportifs.

La plupart des groupes se plaignent des difficultés pour les organiser et motiver leurs adhérents. Les réussites sont l'apanage des plus importantes formations, souvent les plus anciennes. Les Magics Fans de Saint-Étienne se vantent d'avoir "bâché partout en France, y compris sur l'île de Beauté"¹. Le Kop of Lens a visité tous les stades de l'hexagone à l'exception des enceintes toulousaine, martégale et bastiaise. À la décharge de toutes ces organisations, le calendrier entrave bien des déplacements car, lors de la saison 1994/95, sur les 38 journées de championnat, 15 se sont déroulées en semaine². Comment prévoir un voyage de plusieurs heures en alliant vie professionnelle et soutien à l'équipe? *A contrario*, en Italie, le dimanche après-midi est réservé au *calcio*, quel que soit le programme des Coupes d'Europe ou de l'équipe nationale. Outre la disponibilité du week-end, cette régularité crée une sorte de tradition, de repère permanent dans la vie sportive.

Les distances à franchir amplifient le blocage car, pour les supporters du Nord ou du Sud, passer d'une zone géographique à l'autre demande du temps et de l'argent. Les 32 supporters montpelliérains se rendant à Guingamp ont ainsi passé près de 24 heures dans un car pour le trajet aller-retour³. Comparés aux parcours des passionnés belges, hollandais, anglais, allemands ou italiens, les longueurs françaises découragent les migrations. À l'inverse, effet bénéfique, la France échappe au hooliganisme fortement implanté dans les pays du Nord et en Italie. Si la distance n'est pas à l'origine du phénomène, elle provoque en revanche son extension ou sa contraction. En Angleterre, les groupes se déplacent massivement entre les villes par le réseau de chemin de fer et certains sont même baptisés selon cette terminologie comme les *West Ham Inter City Firm*. En Belgique, 20 à 40% des matches ont des problèmes liés au hooliganisme. Ils sont amplifiés et facilités par la rapidité des liaisons entre les villes d'autant plus que les manifestations velléitaires se renforcent à l'extérieur, les groupes allogènes n'étant pas connus des forces de police locales (Goavert et Comeron, 1995).

3.4.2 Un réseau de supporters

Un manque de grands clubs

Complétant cette situation, la France ne possède pas sur le long terme des clubs capables de fidéliser leurs supporters en dehors de leurs bases spatiales traditionnelles. Seules deux équipes ont accédé à cette consécration leur permettant de développer un réseau complexe de soutiens sur l'ensemble du

¹*Sup Mag*, rev. citée, p. 90.

²3 le samedi, 8 le vendredi, 5 le mercredi et 2 le mardi.

³*France-Football*, n° 2580, 19 septembre 1995, p. 23.

3. Un système ancré dans le territoire

territoire. Dans les années soixante-dix, la campagne européenne de Saint-Étienne, relayée par une télévision en voie de démocratisation, a séduit les amateurs de football par l'émotion suscitée et les exploits accomplis. L'impact médiatique a fondé un réseau de clubs de supporters qui se sont particulièrement bien implantés dans les régions Ile-de-France et Rhône-Alpes. Outre ces sections, l'origine des spectateurs de *Geoffroy-Guichard* montre que seulement 44% d'entre eux proviennent de la Loire, chiffre exceptionnellement bas pour un club français (Charroin, 1989, 1994)¹.

Mais, la légende a subi de plein fouet la concurrence marseillaise dès la fin des années quatre-vingt. Ainsi, nous pensons que le sud de la région Rhône-Alpes, avec les départements de l'Ardèche et la Drôme, s'est détourné progressivement de Saint-Étienne pour s'attacher à l'Olympique de Marseille² car, si une partie de ses supporters proviennent de la région marseillaise, sa popularité, ses résultats lui permettent un soutien massif de toute la France. Alors que l'OM jouait en deuxième division, plus de 1 000 supporters olympiens ont ainsi investi le stade de Sedan : 150 venaient directement de la cité phocéenne, 850 des différents sections du Nord-Est de la France³. L'équipe marseillaise reproduit le modèle des grands clubs étrangers à qui la popularité procure une influence dépassant de beaucoup les limites régionales habituelles et, sur ce plan, l'exemple italien est particulièrement démonstratif.

En effet, la Juventus de Turin, le Milan AC et l'Inter de Milan bénéficient d'un réseau de fidèles qui s'étend de la péninsule au monde entier. Il prend la forme d'une nébuleuse de clubs et de sections rattachés à un siège central. Leurs membres, plus ou moins nombreux, suivent les exploits de leur équipe favorite et, quand ils le peuvent, la soutiennent à domicile ou à l'extérieur. La Juventus compte 968 clubs de supporters, l'Inter 783 et le Milan AC 1403 (carte III.9)⁴. La répartition spatiale frappe par son homogénéité. Hormis le Piémont et la Lombardie, l'ensemble des régions reflète davantage un poids démographique qu'une régionalisation sportive. Aucune entité n'échappe à l'une des trois grandes équipes nordistes qui ne sont pas perturbées par la présence de concurrents. À Rome, le Juventus Club regroupe 1 000 membres et, malgré le profond antagonisme Nord/Sud, la Calabre, les Pouilles, la Campanie - fief du Napoli - regroupent chacune plus de 150 clubs de supporters aux passions septentrionales. Le Milan AC domine fortement en Lombardie avec 452 groupements contre 273

¹En 1971 (avant l'épopée), 80% venaient du département.

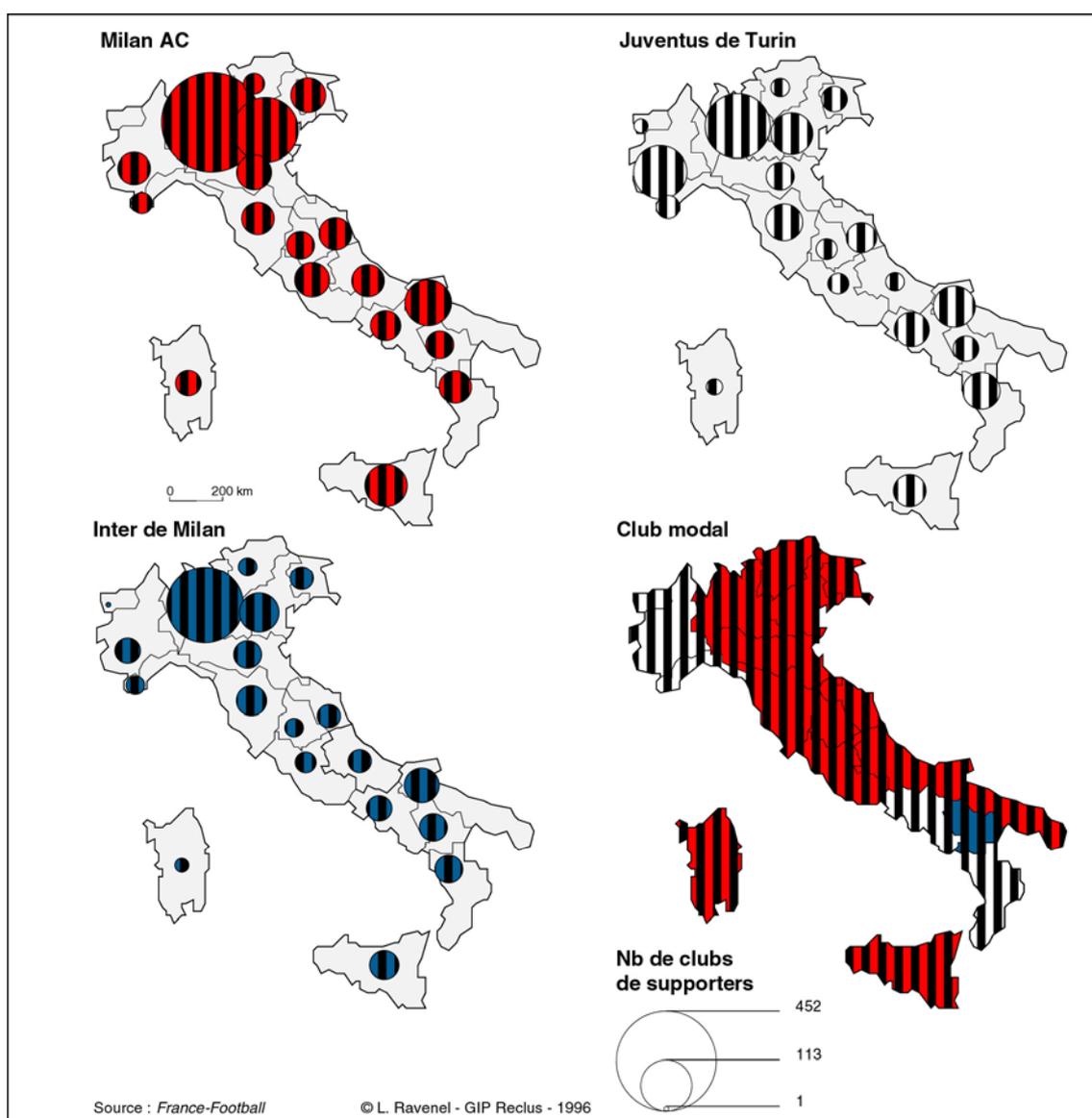
²Ce sentiment mériterait une étude complémentaire spécifique menée à l'échelle régionale. Il est basé sur notre perception des signes ostentatoires tels que les autocollants, les fanions affichés dans l'espace public. Cette vérification nécessiterait un travail d'enquête important d'autant plus que se greffe l'importance croissante de Montpellier qui attire de plus en plus en raison de la proximité avec les départements concernés.

³*France Football*, n° 2537, 22 novembre 1994, p. 24. Dans les années soixante-dix, Saint-Étienne, alors à son apogée, avait connu un phénomène identique. En 1989, 17% des spectateurs disent encore se déplacer à l'extérieur (Charroin, 1989, p. 11).

⁴D'après *France-Football*, n° 2560, 2 mai 1995, p. 11. Pour la Juventus, un club officiel doit comporter un minimum de 50 adhérents.

pour l'Inter et 192 pour la Juventus. Son influence est encore forte en Vénétie (195) mais limitée dans le Piémont où la Juventus devient majoritaire mais c'est paradoxalement en Lombardie que celle-ci obtient ses meilleurs scores de popularité. Cette spatialisation traduit le caractère international de l'équipe, sa dimension transfrontalière car les Juventus Club sont implantés dans le monde entier, en Allemagne, Belgique, France, Grande-Bretagne, Suisse, Canada, Afrique du Sud, Malte, Nigeria et Thaïlande. Ils résultent souvent d'une présence italienne qui, par cette création, entretient le lien avec la communauté originelle comme le montrent les implantations françaises à Nice, Paris, Amneville, Échirolles, Bandol, Marseille, Saint-Jean-de-Maurienne et Saint-Michel-sur-Orge¹.

Carte III.9 - Le réseau de supporters de la Juventus, du Milan AC et de l'Inter (1994/95)



¹NOTARIANNI R. (1997), "Quand la Juve tisse sa toile", *France-Football*, 14 janvier 1997, pp. 6-7.

3. Un système ancré dans le territoire

Ce phénomène d'extension spatiale existe pour toutes les grandes équipes. Le réseau officiel du Liverpool FC s'étend à 18 pays en dehors de l'Angleterre. De la Belgique au Canada, les branches de l'*Official Liverpool Football Club International Supporter's Club* ont essaimé dans le monde entier¹. Le Bayern de Munich possède des succursales au Japon et au Venezuela, l'Ajax en Australie et l'Olympique de Marseille à New York.

Un réseau français embryonnaire

En France, même aux temps des splendeurs marseillaise et stéphanoise, jamais un tel développement n'a été atteint. Toutefois, à un niveau moindre, un réseau minimal se construit et peut être illustré par l'exemple des Girondins de Bordeaux. La carte III.10 présente les déplacements réalisés par trois groupes de supporters basés respectivement à Metz, Montpellier et Bordeaux. Si le "Kop of Metz" ou la "Butte Paillade" résistent difficilement à la distance, les Bordelais sont quantitativement présents pour la quasi-totalité des matches du championnat. Cette participation active aux voyages résulte d'un réseau développé volontairement à cause d'une situation géographique jugée défavorable. À partir d'une analyse sommaire mais pragmatique, un maillage national a été instauré afin de transformer le désavantage spatial en atout. Le constat est simple : *"Cette réussite en déplacement est due en grande partie à nos sections du CVS qui ont permis d'augmenter les effectifs en provenance de Bordeaux² pour chaque déplacement. Nous ne cesserons d'expliquer le désavantage que connaissent les ultras bordelais par rapport aux autres ultras français, à se déplacer en raison de la situation géographique défavorable de la ville. En effet, l'équipe de Division 1 la plus proche de Bordeaux est à 220 km et c'est ... le Real Sociedad de San-Sebastien. Cette année, en raison de la descente de Toulouse, notre déplacement le plus proche fut Nantes (450 km). Ceci explique sans doute la difficulté des ultras bordelais à se déplacer les années précédentes, mais grâce à la décentralisation du CVS à travers les sections, ce handicap est en train de disparaître."*³ Ainsi une trentaine de sections ont été créées et leurs 400 membres participent activement aux venues bordelaises dans leurs régions. Cette politique volontariste préfigure une évolution probable pour des clubs à devenir européen mais reste quantitativement limitée⁴.

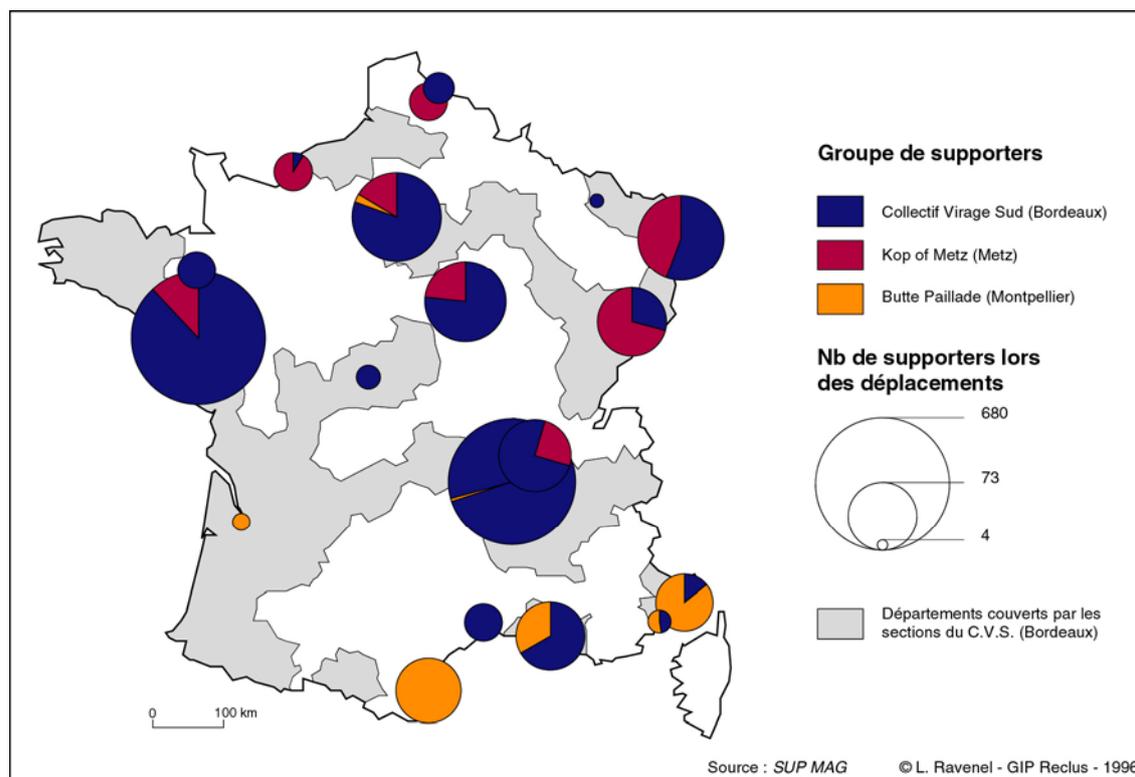
¹L'ISC est représenté en Belgique, Canada, Danemark, Finlande, Allemagne, Gibraltar, Grèce, Islande, Japon, Malaisie, Nouvelle-Zélande, Irlande du Nord, Norvège, Irlande, Écosse, Afrique du Sud, Suisse, États-Unis et Pays de Galles. D'après le serveur officiel du Liverpool FC: "The mighty Reds" (www.anfield.merseyworld.com).

²Au sens de supporters de l'équipe.

³Collectif Virage Sud, *Sup Mag*, juillet-août 1995, p. 123.

⁴La plus importante section CVS (Île-de-France) ne compte que 73 membres.

Carte III.10 - Le déplacement des supporters :
les exemples de Montpellier, Metz et Bordeaux (1994/95)



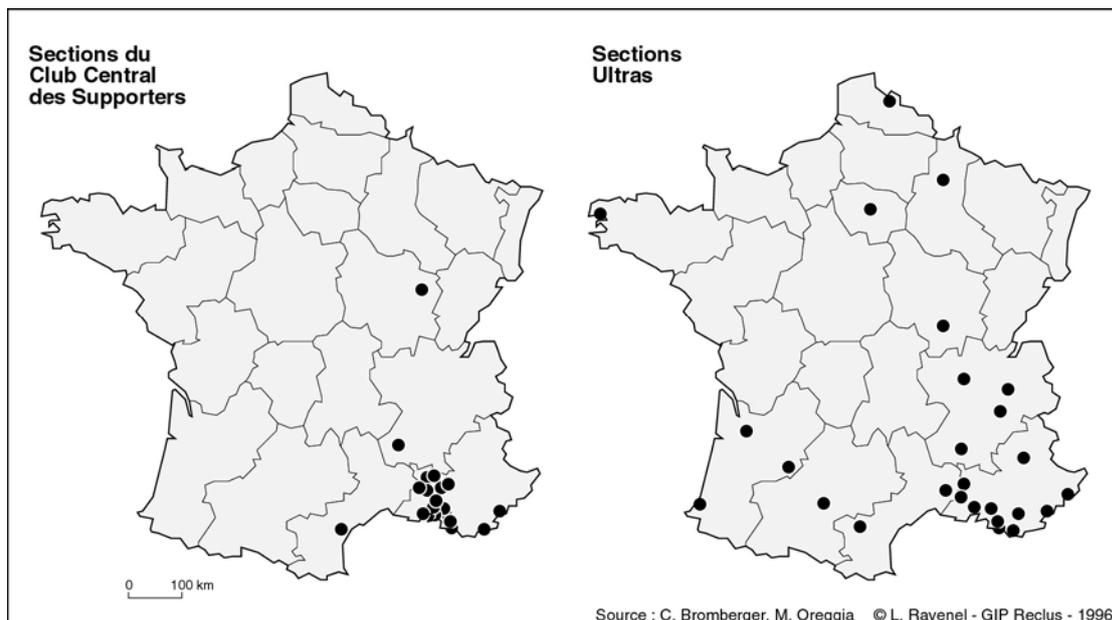
Le changement est sensible au regard des meilleurs clubs et transparait à travers le développement rapide du phénomène ultra¹. L'opposition entre "ultras" et "officiels" n'est pas seulement un antagonisme sportif² car elle propose deux formes d'organisation spatiale que l'Olympique de Marseille illustre parfaitement (carte III.11)³.

¹Dans le courant des années soixante-dix sont apparus les premiers groupes baptisés "ultras" qui se singularisaient des supporters officiels par leur jeunesse, leurs démonstrations turbulentes voire extrémistes et leur volonté d'indépendance aux structures désormais classiques du supportérisme. Pour plus de précisions sur l'aspect ethnographique des supporters, voir : (Bromberger, 1995), (Goavert et Comeron, 1995), (Charroin, 1990, 1994), (Deshaie, 1987).

²D'une manière générale, les "officiels" reprochent aux "ultras" leurs comportements excessifs, ces derniers s'insurgeant contre l'apathie des "officiels".

³Pour les officiels, il s'agit des différentes sections du Club Central des Supporters. Pour les ultras, elles représentent les groupes "Commandos Ultras", "Yankees". Les recensements proviennent de (Bromberger, 1995, pp. 229-259) et de plusieurs serveurs internet : www.mit.edu (Yankees), www.webstore.fr/webabonnes/oreggia/sections.html (Commandos Ultras). Ces données ne sont pas exhaustives, ont une durée de vie limitée mais présentent des organisations spatiales distinctes.

Carte III.11 - Supporters officiels et ultras de l'Olympique de Marseille :
deux spatialisations distinctes



Le Club Central des Supporters possède une extension géographique essentiellement délimitée par la Provence. Les sections éloignées témoignent de l'engouement suscité par l'OM mais restent modestes par rapport à l'ensemble de l'effectif. Les principales sont implantées dans les quartiers populaires ainsi que dans les communes ouvrières périphériques. Elles se concentrent dans les Bouches-du-Rhône avec quelques extensions vers le Vaucluse, le Gard et le Var (Bromberger, 1995, p. 249). La distribution des sections "ultras" préserve la forme concentrique et, à l'inverse des exemples italiens, la composante régionale se manifeste toujours. Les implantations dépassent les limites officielles et certaines sections extérieures comptent une quantité non négligeable de membres. Le groupe "Paris" dénombre plus de 150 adhérents qui participent aux rencontres dans tout le Nord de la France. L'espace occupé est beaucoup plus vaste car il correspond à la démarche ultra qui revendique les déplacements et le soutien à l'extérieur. L'organisation en réseau témoigne de cette conception car elle autorise un maximum de représentations, démonstrations et manifestations festives. Elle est relayée par une presse nationale, des fanzines internes et des serveurs internet. Bien qu'isolée en France, cette extension témoigne d'une évolution possible qui couperait le supportérisme de ses racines territoriales. Il y a dans cette dynamique la perspective du changement d'échelle européen, de l'internationalisation poussée des grandes équipes qui constitueraient un nouveau niveau de référence en s'affranchissant des territoires sportifs et culturels initiaux.

3.4.3 Des compétitions en dehors des territoires

Aujourd'hui, les plus grands clubs s'éloignent progressivement d'une référence spatialisée. À terme, la compétition pourrait se développer en dehors de ces espaces traditionnels et l'exemple italien propose une réalité envisageable à l'échelle européenne. Cette conception nous paraît encore utopique, impensable tant le club français se conçoit difficilement hors de son environnement local. Mais tout est une question de niveau sportif, d'accroissement des aires d'influences et de changements d'échelle. Dans une compétition européenne, relayée en permanence par les télévisions, ne pourrait-on pas envisager une disparition des soutiens spatialisés au profit d'affinités sportives, politiques, sociales, soit toute une panoplie de critères encore peu développés?

Un marketing de localisation

Beaucoup de disciplines ont adopté un mode de compétition sans référence territoriale, sans aucune notion d'avantage à domicile. Si dans le football et les autres sports collectifs, les spectateurs vont à la rencontre des équipes, l'inverse est aussi réalisable : la discipline se déplace alors vers son public, vers ses lieux de sa consommation. J. Bale a appelé "*marketing périodique de localisation*" cette forme d'organisation qui institue une migration du spectacle sportif (Bale, 1989, pp. 85-87). Le Tour de France cycliste opère sur ce mode car, chaque année, un nouveau parcours est dessiné avec des villes d'arrivée répondant partiellement à des objectifs commerciaux. À ce titre, la multiplication des étapes hors des frontières signale le besoin de toucher un nouveau public (Boury, 1996). Les tournois de tennis, les grands prix de formule 1, les coupes du monde de football ou les jeux olympiques, à leurs échelles temporelles et spatiales respectives, répondent aux mêmes logiques (Mathieu et Praicheux, 1989) (Leblanc et Fates, 1989).

Dans le football, cette conception s'observe pour les matches de l'équipe nationale, les rencontres amicales ou les tournois en dehors des compétitions officielles. Ainsi, pour l'équipe de France, la logique voudrait que toutes les grandes villes du pays puissent un jour bénéficier de sa présence mais, sur les 272 matches à domicile des bleus¹, 45 seulement se sont déroulés en province et leur histoire montre une délocalisation graduelle. La première rencontre hors de la capitale se déroule en 1914 à Lille, contre la Belgique et, jusqu'à la seconde guerre mondiale, l'équipe nationale se déplace quatre autres fois afin de diminuer les distances pour son adversaire. Elle reçoit ainsi l'Espagne à Bordeaux, le Portugal à Toulouse, l'Angleterre à Rouen, l'Italie à Marseille. Par la suite, la construction des stades parisiens l'encourage à renforcer sa présence dans la capitale en raison des commodités d'organisation et la présence d'un public. L'équipe continue néanmoins de se produire en province afin de valoriser son image, d'accroître

¹Comptabilité arrêtée en février 1996, voir VIERNE J.J. (1996), "Nîmes, la dix-huitième", *France-Football*, n° 2602, 20 février 1996, p. 12.

3. Un système ancré dans le territoire

occasionnellement la fréquentation¹ ou de se détacher d'un public parisien peu enthousiaste. Au cours des années quatre-vingt-dix, la décentralisation des matches prend plus d'ampleur car les stades provinciaux, à la suite du Championnat d'Europe des Nations 1984, sont désormais conformes aux normes internationales et l'équipe de France y découvre la passion populaire d'une assistance avide d'événements. Ainsi, entre 1945 et 1964, 98,4% des matches se sont déroulés à Paris ; ils n'étaient plus que 76,4% entre 1975 et 1984² et 69,3% entre 1985 et 1996. Néanmoins, malgré les stades pleins, les spectateurs comblés, la délocalisation a grevé les finances de la fédération car les places sont moins chères et les frais d'organisation plus élevés. En 1996, la FFF a pris la décision d'un retour dans la capitale que viendra certainement pérenniser la rentabilisation du *Stade de France*.

Un championnat délocalisé

La délocalisation de l'équipe nationale pourrait être adaptée à une compétition régulière sous la forme d'un championnat délocalisé dont l'organisation serait identique aux tournées musicales et autres spectacles ambulants. La référence spatiale des soutiens territoriaux disparaîtrait au profit de sentiments d'allégeances envers de nouveaux thèmes d'identification. Cette conception s'appliquerait parfaitement dans un championnat continental opposant des grands clubs italiens, allemands, anglais, espagnols ou français, constitués de joueurs sans référence nationale, conception avalisée par l'arrêt Bosman et le public³. Le choix de ce schéma engendre deux ouvertures prospectives : une solution intermédiaire gardant un semblant d'identité spatiale ; une solution radicale éliminant toute référence au territoire.

Dans l'hypothèse d'un championnat d'Europe des clubs, une migration d'échelle régionale pourrait s'envisager, du moins pour les clubs français. Le besoin de grandes équipes nécessiterait un soutien important de la part des collectivités locales et ne pourrait s'obtenir qu'au sein d'une vaste entité spatiale. Par exemple, un grand club du Sud de la France bénéficierait du financement de plusieurs régions ou départements méditerranéens, mais, en contrepartie, il devrait se déplacer alternativement dans chacun des grands stades régionaux : une fois à Marseille, une autre à Nice ou Montpellier, etc. La synergie permettrait la constitution de pôles sportifs capables de rivaliser à l'échelle européenne tout en rentabilisant les équipements construits à l'occasion de la Coupe du Monde 1998. L'idée n'est qu'un projet théorique car elle se heurte fortement à toutes les susceptibilités locales des dirigeants, élus ou spectateurs. Néanmoins, la création de grands clubs par cet intermédiaire permettrait de dépasser les conflits au profit

¹Par exemple, les Français jouent contre les Allemands à Strasbourg le 18 avril 1984 et réunissent 39 978 spectateurs.

²Entre 1967 et 1972, la reconstruction du *Parc des Princes* augmente les migrations vers la province.

³Un sondage révèle que 71% des français interrogés soutiendraient avec la même ferveur leur équipe actuelle si elle était composée majoritairement d'étrangers. La star, c'est d'abord le club et les hommes ne sont plus que de passage. Le basket a depuis longtemps donné l'exemple, *L'Équipe Magazine*, n° 733, 6 avril 1996, p. 53.

d'un consensus sur l'attrait du spectacle. Le territoire changerait simplement d'échelle et nécessiterait une nouvelle définition de ses limites.

La deuxième solution consiste en une rupture totale des liens territoriaux. À l'exemple du Matra Racing, ne pourrait-on pas imaginer un football européen de firme sans véritable localisation des équipes? Comme pour le cyclisme, de grandes marques posséderaient leurs propres représentants qui joueraient sans affectation spatiale fixe. Regroupés au sein de ligues professionnelles, ils se déplaceraient au gré des rencontres, touchant à chaque fois un nouveau public. Les grandes agglomérations verraient alors chaque semaine se produire une nouvelle représentation qui opposerait deux entreprises. Les supporters des équipes engagées seraient, à l'exemple italien, répartis sur l'ensemble de l'espace touché par la compétition. Ils se rendraient au stade quand leurs favoris joueraient en proximité. Cette construction continentale nécessiterait un nombre réduit de très bons clubs afin de fédérer un maximum de spectateurs dans des stades d'envergure. Compétitions résolument privées, elles seraient retransmises à la télévision, chaque passionné pouvant suivre tous les matches de ses favoris constamment à l'extérieur. En France, le système du *pay per view*¹ vient d'être instauré. Il correspond parfaitement à cette logique permettant de s'affranchir des contraintes spatiales et enlève, d'une certaine manière, le football de son territoire.

Projets irréalisables, utopiques? Nous l'espérons! Malheureusement, toutes les nouvelles réformes conduisent à une perte, voire une négation des identités. À travers le discours, les amoureux du football essaient de préserver ces différences mais les pouvoirs économiques à l'œuvre engagent un mouvement contraire. Le derby, source de tant d'affrontements ou de passions, est redouté, évincé car il est une source éventuelle de nuisances. En dégageant l'équipe de son environnement local ne supprime-t-on pas l'essence même de la discipline et son intérêt?

Ouvrages et articles cités dans la troisième partie

A.M.G.V. (Association des Maires des Grandes Villes de France) (1990), *Ville et Foot : journées d'études sur les relations entre les villes et les clubs sportifs de haut niveau*, Mulhouse, 24 avril 1990, compte rendu des débats.

ANDREFF W. (1981), "Prix du spectacle sportif et comportement du spectateur" in Centre de Droit et d'Économie du Sport (1981), *Le Spectacle sportif : actes du Colloque de Limoges du 12 au 14 mai 1980*, Paris, PUF, Coll. "Publications de la Faculté de droit et des sciences économiques de l'Université de Limoges", pp. 60-83.

¹L'abonné choisit le match qu'il désire regarder et le paye à la séance.

3. Un système ancré dans le territoire

- ANDREFF W., BOURG J.F., HALBA B., NYS J.F. (1995), *Les Enjeux économiques du sport en Europe : financement et impact économique*, Paris, Dalloz, coll. "Droit et économie du sport".
- ARCHER R., BORDES C., SAUVIAT A. (1989), "La règle du jeu : à propos des subventions versées aux clubs sportifs" in ANDREFF W. (dir.), *Économie politique du sport*, Paris, Dalloz, pp. 109-123.
- AUGUSTIN J.P., BERGÈS M. (1981), "Sport et société locale : le rugby à Bordeaux" in AUGUSTIN J.P. (1987), *Espaces urbains et pratiques sociales*, Bordeaux, Presses Universitaires de Bordeaux, pp. 41-55.
- AUGUSTIN J.P., BODIS J.P. (1994), *Rugby en Aquitaine, histoire d'une rencontre*, Bordeaux, Auberon et CLRA.
- AUGUSTIN J.P., GARRIGOU A. (1985), *Le Rugby démêlé : essai sur les associations sportives, le pouvoir et les notables*, Bordeaux, Le Mascaret.
- AUGUSTIN J.P. (1990), "La percée du football en terre de rugby : l'exemple du Sud-Ouest Français et de l'agglomération bordelaise", *Vingtième Siècle*, n° 26, pp. 97-109.
- AUGUSTIN J.P. (1995), *Sport, Géographie et Aménagement*, Paris, Nathan.
- BAILLY A. (1977), *La Perception de l'espace urbain*, Paris, Centre de recherche d'Urbanisme.
- BAILLY A. (1986), "Espace et représentations mentales" in AURIAC F., BRUNET R. (dir), *Espaces, Jeux et Enjeux*, Paris, Fondation Diderot/Arthème Fayard, pp. 159-172.
- BAILLY A., DEBARBIEUX B. (1995), "Géographie et représentations spatiales" in BAILLY A. (dir), *Les Concepts de la géographie humaine*, Paris, Masson, 3ème ed., pp. 157-164.
- BAILLY A., FERRIER J.P. (1986), "Savoir lire le territoire : plaidoyer pour une géographie régionale attentive à la vie quotidienne", *L'Espace géographique*, n° 4, pp. 259-264.
- BALE J. (1978), "Geographical Diffusion and the Adoption of Professionalism in Football in England and Wales", *Geography*, 63, pp. 188-197.
- BALE J. (1980), "The Adoption of Football in Europe : a Historical-Geographic Perspective", *Canadian Journal of History of Sport and Physical Education*, vol. 11, n° 2, pp. 56-66.
- BALE J. (1989), *Sports Geography*, London, Spon.
- BALE J. (1990), "In the Shadow of the Stadium : Football Ground as Urban Nuisances", *Geography*, n° 75 (4), pp. 324-334.
- BALE J. (1993), *Sports, Space and the City*, London, Routledge.
- BASSAND M., HAINARD F. (1985), *Dynamique socioculturelle régionale*, Lausanne, Presses Polytechniques Romandes.

- BAUDOIN G. (1984), *Histoire du FC Sochaux*, Roanne, Horvath.
- BÉAUD S., NOIRIEL G. (1990), "L'immigration dans le football", *Vingtième Siècle*, n° 26, pp. 83-96.
- BERTIN J. (1990), "Les Français ne connaissent pas la géographie! Rassurez-vous. D'autres la connaissent encore moins", *Mappemonde*, n° 3, p. 14.
- BERRY W., FELDMAN S. (1985), *Multiple Regression in Practice*, Beverly Hills/London, Sage University Paper series on Quantitative Applications in the Social Sciences, n° 50, Sage Publications.
- BOSC G., THOMAS R. (1990), *Le Basketball*, Paris, PUF, coll. "Que sais-je?".
- BOURDIEU P. (1984), "Espace social et genèse des classes", *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, n° 52, pp. 3-15.
- BOURG J.F. (1986), *Football-Business*, Paris, Olivier Orban.
- BOURY P. (1996), *Le Tour de France : un espace sportif à géographie variable*, Thèse de doctorat de géographie, Université de Saint-Étienne.
- QUEL CORPS ? (1995), *Critique de la modernité sportive*, Paris, Éditions de la Passion.
- BROHM J.M. (1976), *Sociologie politique du sport*, Paris, J.P. Delage.
- BROHM J.M. (1993), *Les Meutes sportives : critique de la domination*, Paris, L'Harmattan.
- BROMBERGER C. (1989), "Le stade de football : une carte de la ville en réduction", *Mappemonde*, n° 2, pp. 37-40.
- BROMBERGER C., MARIOTTINI S. (1994), "Le rouge et le noir : le derby turinois", *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, n° 103, pp. 79-89.
- BROMBERGER C. (1995), *Le Match de football : ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*, Paris, Maison des Sciences de l'Homme.
- BRUNET R., FERRAS R. et THÉRY H. (1992), *Les Mots de la géographie : dictionnaire critique*, Montpellier/Paris, Reclus/La Documentation Française.
- CAILLAT M. (1989), *L'Idéologie du sport en France*, Paris, Éditions de la passion.
- CAILLAT M. (1996), *Sport et Civilisation : histoire et critique d'un phénomène social de masse*, Paris, L'Harmattan, coll. "Espaces et Temps du Sport".
- CAMILLERI G., LAZERGUES C. (1992), *Atlas de la criminalité en France*, Montpellier/Paris, Reclus/La Documentation Française.
- CARDONA J., LACROIX C. (1996), *Chiffres clés 1995 : statistiques de la culture*, Paris, La Documentation Française.
- CHAMOND D., LE SAMÉDY G. et QUANTIN J. (1986), *Les Relations entre les villes et les clubs professionnels de football*, Centre de formation des personnels communaux, École nationale d'applications des cadres territoriaux d'Angers, Mémoire de recherche non publié.
- CHAMOND D., LE SAMÉDY G. et QUANTIN J. (1990), *Villes et Foot*, Paris, Association des Maires des Grandes Villes de France.
- CHAPUIS R., THOMAS R. (1988), *L'Équipe sportive*, Paris, PUF, coll. "Pratiques corporelles".
- CHARROIN P. (1989), "Le public de Geoffroy-Guichard : une forme de mobilisation affectivo-commémorative" in *Le Football et ses publics*, Colloquium papers, Villa Schifanoia, 19-21 octobre 1989, Florence, European University Institute.

- CHARROIN P. (1990), "Attention danger! Football extrême : contribution à une sociologie des supporters Ultras", *Staps*, n° 23, novembre 1990, pp. 19-27.
- CHARROIN P. (1994), *Allez les verts! de l'épopée au mythe : la mobilisation du public de l'Association Sportive de Saint-Étienne*, Thèse de doctorat, Université de Lyon 1.
- CHAZEAUD P. (1989), *Le Sport dans la commune, le département et la région*, Paris, Berger-Levrault, coll. "Administration locale".
- CHIFFLET P. (1995), "Associations de sportifs ou entreprises du sport" in LORET A. (dir.), *Sport et Management : de l'éthique à la pratique*, Paris, Revue EPS, pp. 30-54.
- CLAYTON D., BUITENGA J. (1991), *Football in Europe 1990-91 : a Complete Record of the 1990/91 Season in Europe*, Cleethorpes, Soccer Book Publishing.
- CLÉMENT J.P., DEFRANCE J., POCIELLO C. (1994), *Sport et Pouvoir au XXème siècle : enjeux culturels, sociaux et politiques, des éducations physiques, des sports et des loisirs dans les sociétés industrielles (années 20 - années 90)*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, coll. "Sport en question".
- DESHAIE J.L. (1987), *Football, Spectacle et Violence*, Paris, Chiron.
- DEWAILLY J.M. (1985), *Tourisme et Loisirs dans le Nord-Pas-de-Calais : approche géographique de la récréation dans une région urbaine et industrielle de l'Europe du Nord-Ouest*, thèse de doctorat d'État de géographie, Université de Lille III.
- D1 MÉO G., CASTAINGTS J.P., DUCOURNAU C. (1993), "Territoire, patrimoine et formation socio-spatiale : exemples gascons", *Annales de Géographie*, n° 573, pp. 472-502.
- DUDOGNON C. (1996), "Les structures juridiques des clubs sportifs", *Fiches pratiques sportives*, n° 1, novembre 1996, coll. "Sports et Territoires".
- DURAND C. (1995), "Dysfonctionnement et crise des clubs sportifs professionnels : le système ou les acteurs" in LORET A. (dir.), *Sport et Management : de l'éthique à la pratique*, Paris, Revue EPS, pp. 513-544.
- FAGUER J.P., SERGIO LEITE LOPEZ J. (1994), "L'invention du style brésilien", *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, n° 103, pp. 27-35.
- FAURE J.M. (1989), "Les fouteux de Voutré", *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, n° 80, pp. 68-73.
- FAURE J.M., SUAUD C. (1994), "Un professionnalisme inachevé : deux états du champ du football professionnel en France, 1963-1993", *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, n° 103, pp. 7-25.
- FERRAS R. (1992), "Niveaux géographiques, échelles spatiales" in BAILLY A., FERRAS R., PUMAIN D. (dir.), *Encyclopédie de la géographie*, Paris, Économica, pp. 403-421.
- FRIDENSON P. (1989), "Les ouvriers de l'automobile et le sport", *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, n° 79, pp. 50-62.
- GASPAR J. et alii (1982), "Transformações recentes na geografia do futebol em Portugal", *Finisterra*, XVII, 34, pp. 301-324.
- GAULT M. (1989), *Villes intermédiaires pour l'Europe?*, Paris, Syros-Alternatives.
- GOAVERT S., COMERON M. (1995), *Foot and Violence. Politique, Stades et Hooligans : Heysel 85*, Bruxelles, De Boeck-Université, coll. "Pol-His".
- GUILLOU J.M. (1994), *En finir avec les scandales du football*, Paris, Première Ligne.
- GUILLOUX A., SCHERR Y. (1993), *Les Quatre Vérités du foot français : mystifications au Brest Armorique*, Paris, Spengler.

- HART R., HUTTON J., SHAROT T. (1975), "A Statistical Analysis of Association Football Attendances", *Applied Statistics*, vol. 24, pp. 17-27.
- HARTWIG F., DEARING B. (1982), *Exploratory Data Analysis*, Beverly Hills/London, Sage University Paper series on Quantitative Applications in the Social Sciences, n° 16, Sage Publications.
- HOALING D., MOSTELLER F., TUKEY J. (dir.) (1983), *Understanding Robust and Exploratory Analysis*, New York, John Wiley & Sons.
- HOLT R. (1989), *Sport and the British : a Modern History*, Oxford, Clarendon Press.
- HUBSCHER R., DURY J., JEU B. (1992), *L'Histoire en mouvement : le sport dans la société française (XIX-XXème siècle)*, Paris, Armand Colin.
- HUMPHREYS D.C., MASON C.M., PINCH S.P. (1983), "The Externality Fields of Football Grounds : a Case Study of the Dell, Southampton", *Geoforum*, vol. 14, n° 4, pp. 401-411.
- INSEE (1989), "Les pratiques de loisirs 1987-1988", *INSEE Résultats*, n° 3, Consommations et modes de vie, n°1.
- IRLINGER P. (1995), "La demande de sport en France : essai de détermination d'un profil de marché" in LORET A. (dir.), *Sport et Management : de l'éthique à la pratique*, Paris, Revue EPS, pp. 185-201.
- IRLINGER P., LOUVETEAU C., METOUDI M. (1987), *Les Pratiques sportives des Français*, Paris, INSEP.
- JENNETT N. (1984), "Attendances, Uncertainty of Outcome and Policy in Scottish League Football", *Scottish Journal of Political Economy*, vol. 31, pp. 176-198.
- KORR C. (1981), "Angleterre : le foot, l'ouvrier et le bourgeois", *L'Histoire*, 38, pp. 44-51.
- LE BERRE M. (1992), "Territoires" in BAILLY A., FERRAS R., PUMAIN D. (dir), *Encyclopédie de la géographie*, Paris, Économica, pp. 617-638.
- LE GOULVEN F. (1984), *Sélection football 84-85*, Paris, PAC, coll. "Sport".
- LEBLANC P., FATES Y. (1989), "Jeux et enjeux olympiques", *Mappemonde*, n° 2, pp. 19-21.
- LEWIS G., WALMSLEY D. (1984), *Human Geography : Behavioural Approaches*, London/New York, Longman.
- LNF (Ligue Nationale de Football) (1994), *Annuaire officiel 1994/1995*, Paris, Fédération Française de Football.
- LNF (Ligue Nationale de Football) (1995), *Annuaire officiel 1995/1996*, Paris, Fédération Française de Football.
- MARCY P. (1989), *Le Sport dans l'Aude*, mémoire de maîtrise de géographie, Montpellier III.
- MARSEILLE J. (1990), "Une histoire économique du football en France est-elle possible?", *Vingtième Siècle*, n° 26, pp. 67-72.
- MASON T. (1980), *Association Football and English Society 1863-1915*, Brighton, Harvester Press.
- MATHIEU D., PRAICHEUX J. (1985), "Le football dans la région bisontine", *Cahiers de Géographie de Besançon : aspect du sport en Franche-Comté*, n° 3, pp. 33-96.
- MATHIEU D., PRAICHEUX J. (1987), *Sports en France*, Montpellier/Paris, Reclus/Fayard.
- MATHIEU D., PRAICHEUX J. (1989), "L'espace des grandes manifestations sportives internationales", *Mappemonde*, n° 2, pp. 7-13.

- MIÈGE C. (1993), *Les Institutions sportives*, Paris, PUF, coll. "Que sais-je?"
- MILZA P. (1990), "Le football italien à l'échelle du siècle", *Vingtième Siècle*, n° 26, pp. 49-58.
- MILZA P. (1996), "Guerre dans les stades", *L'Histoire*, juillet-août 1996, p. 95.
- NOLL R. (1974), "Attendance and Price Setting" in NOLL R. (dir.), *Government and Sports Business*, Washington DC, Brooking Institute, pp. 115-157.
- NYS J. F. (1983), *Analyse des subventions municipales aux clubs sportifs : le cas du football en France*, Limoges/Paris, Centre de Droit et d'Économie du Sport de Limoges/Fédération Française de Football.
- PAILLOU N. (1986), *Les Trois Enjeux du sport français*, Paris, Dalloz, coll. "Droit et économie du sport".
- PASTOUREAU M. (1990), "Les couleurs du stade", *Vingtième Siècle*, n° 26, pp. 11-17.
- POCIELLO C. (1981), "La force, l'énergie, la grâce : le jeu complexe des dispositions culturelles et sportives" in POCIELLO C. (dir.), *Sports et Société : approche socioculturelle des pratiques*, Paris, Vigot, pp. 171-237.
- POLLARD R. (1986), "Home Advantage in Soccer : a Restropective Analysis", *Journal of Sport Science*, 4, pp. 237-248.
- PUMAIN D., SAINT-JULIEN T. (1990), "La France" in BRUNET R. (dir.), *Géographie Universelle, Vol. 2 France, Europe du Sud*, Paris/Montpellier, Hachette/Reclus, pp. 8-214.
- QUANTIN J. (1995), "Optimiser l'attribution des aides publiques aux clubs sportifs" in LORET A. (dir.), *Sport et Management : de l'éthique à la pratique*, Paris, Revue EPS, pp. 388-396.
- QUEL CORPS ? (1995), *Critique de la modernité sportive*, Paris, Éditions de la Passion.
- RAMONET I. (1996), "Passions Nationales" in LE MONDE DIPLOMATIQUE, *Manière de voir* n° 30, Ivry-sur-Seine, Le Monde, pp. 30-33.
- ROLAND T., LARQUÉ J.M. (1993), *Tout à fait Jean-Michel : fragments d'un discours sur le football*, Paris, Seuil.
- ROLLAN F., RENEAUD M. (1995), *Tennis : pratiques et société*, Bordeaux, Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine.
- ROUX G. (1993), *Fou de foot*, Paris, Robert Laffont.
- STUDENY C. (1995), *L'Invention de la vitesse : France, XVIII-XXème siècle*, Paris, Gallimard, coll. "Bibliothèque des histoires".
- SUAUD C. (1989), "Espace des sports, espace social et effets d'âge : la diffusion du tennis du squash et du golf dans l'agglomération nantaise", *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, n° 79, pp. 2-20.
- SURAULT P. (1989), "Essai de démographie sportive" in ANDREFF W. (dir.), *Économie politique du sport*, Paris, Dalloz.
- THOMAS R., HAUMONT A., LEVET J.L. (1987), *Sociologie du sport*, Paris, PUF.
- TRÈVES C. (1989), *Les Relations entre les municipalités et les clubs de football professionnel*, Mémoire de maîtrise IEP, Université d'Aix-Marseille III.
- WAHL A. (1989), *Les Archives du football : sport et société en France (1880-1880)*, Paris, Gallimard/Julliard, coll. "Archives".

WAHL A., LAFRANCHI P. (1995), *Les Footballeurs professionnels des années trente à nos jours*, Paris, Hachette, coll. "La vie quotidienne".

WALKER B. (1986), "The Demand for Professional League Football and the Success of Football League Teams : Some City Size Effects", *Urban Studies*, n° 23, pp. 209-219.

WANIEZ P. (1991), *Analyse exploratoire des données*, Montpellier, Reclus, Coll. "Reclus Modes d'emploi", n° 17.