



HAL
open science

Impacts territoriaux des événements sportifs parisiens (2013-2016) : l'approche par les dynamiques locales

Hugo Bourbillères

► **To cite this version:**

Hugo Bourbillères. Impacts territoriaux des événements sportifs parisiens (2013-2016) : l'approche par les dynamiques locales. Gestion et management. Université Paris Saclay (COMUE), 2017. Français. NNT : 2017SACLS329 . tel-01652104

HAL Id: tel-01652104

<https://theses.hal.science/tel-01652104>

Submitted on 29 Nov 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

NNT : 2017SACLS329

THESE DE DOCTORAT
DE
L'UNIVERSITE PARIS-SACLAY
PREPAREE A
L'UFR STAPS

ECOLE DOCTORALE N° 566

Sciences du sport, de la motricité et du mouvement humain (SSMMH)

Sciences du Sport et du Mouvement Humain

Par

M. Hugo Bourbillères

**Impacts territoriaux des événements sportifs parisiens (2013-2016) :
l'approche par les dynamiques locales**

Thèse présentée et soutenue à Orsay, le 26 Septembre 2017

Composition du Jury :

M. Tribou Gary	Professeur des Universités, Université de Strasbourg	Président
Mme Honta Marina	Professeur des Universités, Université de Bordeaux	Rapporteur
M. Bessy Olivier	Professeur des Universités, Université de Pau et des Pays de l'Adour	Rapporteur
M. Herida Karim	Directeur adjoint du projet Olympique et Paralympique, Ville de Paris	Examineur
M. Charrier Dominique	Maitre de Conférences HDR, Université Paris Sud	Directeur de thèse
Mme Evrard Barbara	Maitre de Conférences, Université de Rouen, Normandie	Co-directrice de thèse

Titre : Impacts territoriaux des événements sportifs parisiens (2013-2016) : l'approche par les dynamiques locales

Mots clés : événement sportif – impact – territoire – réseau – dynamique locale - Paris

Résumé : Depuis les années 1990, l'essentiel des travaux scientifiques sur l'impact des événements sportifs s'est focalisé sur les impacts économiques. Mais, depuis, quelques années, les effets immatériels relatifs à la dimension sociale sont de plus en plus étudiés. Dans ce contexte, la thèse porte sur la compréhension des impacts des événements sportifs récurrents sur le territoire parisien. À partir d'un recensement extensif, ce travail analyse 9 études de cas représentatives de la diversité observée des événements sportifs parisiens. La collecte de données s'appuie sur des séquences d'observation in situ (11), des entretiens semi-directifs (41) et de l'analyse documentaire. Fondée sur la théorie ancrée, posture qui part du terrain pour générer un cadre théorique, l'analyse montre que la compréhension des enjeux locaux ne peut se faire que par une contextualisation précise des situations locales et des volontés politiques.

Ce cheminement inductif ouvre sur deux volets analytiques. Le premier construit une analyse des jeux d'acteurs qui révèle la centralité de l'acteur public dans les processus de mise en réseau. Le second éclaire la relation immatérielle qui s'organise entre l'événement et son territoire hôte, à travers la notion d'ancrage territorial. Ces développements conduisent à la proposition d'un « modèle des dynamiques locales », qui ambitionne d'appréhender tout ce qui se joue autour de l'événement sportif : ce qui lui permet d'émerger, autant que ce qu'il génère. En conclusion, considérant la fonction déterminante de l'acteur public dans l'événementiel sportif parisien, une approche plus globale est envisagée où l'agrégation des dynamiques locales pourrait se muer en une dynamique territoriale, initiée par un portefeuille d'événements sportifs complémentaires.

Title: Territorial impacts of sports event in Paris (2013-2016): a local dynamics approach.

Keywords: sports events – impact – territory – network – local dynamics – Paris

Abstract: Since the 90s, scientific works on the impact of sports events has been mainly focusing on economics. However, for some years now, intangible effects related to social dimension of these events are increasingly studied. In this context, this work aims to understand the impacts of recurring sports events based in Paris. Started from an extensive census, this work analyzes 9 case studies representative of the observed diversity of sporting events in Paris. Data collection is based on in situ observations (11), semi-directives interviews (41), and documentary analyses. Based on grounded theory which uses a fieldwork approach to yield a theoretical framework, the analysis demonstrates that the understanding of local stakes can only be achieved through a precise contextualization of local situations and political willingness.

This inductive pathway launches two analytical determinations: (1) to build a way to analyze interplays of actors that reveal the centrality of the public entity in the networking process (2) to highlight the intangible relationship between the event and its host territory, through the concept of "territorial anchorage." These developments lead to the proposal of a "model of the local dynamics". This model aim to apprehend all that revolves around the sporting event: from what allows it to emerge to what it generates. In conclusion, regarding the decisive role of the public entity within Parisian's sporting events, a more global approach is envisaged where the aggregation of local dynamics could evolve into a territorial dynamic, beginning with a portfolio of complementary sports events.

« Dans le sport nous devons choisir entre deux conceptions. La première se résume dans le sport spectacle et la pratique restreinte à un nombre relativement petit de privilégiés. Selon la seconde conception, tout en ne négligeant pas le côté spectacle et création de champions, c'est du côté des masses qu'il faut porter le plus grand effort. Nous voulons que l'ouvrier, le paysan et le chômeur trouvent dans le loisir, la joie de vivre et le sens de leur dignité. »

Léo Lagrange, 1936.

Remerciements

Je tiens à remercier, en premier lieu, mes **directeurs de thèse** qui m'ont tant apporté ces dernières années, autant sur le plan professionnel que personnel.

Dominique Charrier, merci pour ta bienveillance, ton écoute et ta disponibilité. J'espère être à la hauteur de la confiance que tu m'as témoignée.

Barbara Evrard, merci pour ton enthousiasme et tes compétences qui m'ont tellement apporté dans la construction de ce manuscrit.

Merci aux membres du jury, les rapporteurs **Marina Honta** et **Olivier Bessy**, l'examineur **Karim Hérída**, et le président **Gary Tribou**, pour avoir accepté d'apporter votre attention et votre expertise à mon travail.

Jean Jourdan, merci pour nos riches discussions. L'opportunité de travailler à tes côtés est une source d'épanouissement. « *Vivre, c'est jouer* ».

Merci à tous les **enseignants chercheurs** que j'ai rencontré lors de colloques internationaux. Nos échanges m'ont aidé à avancer dans mon projet.

Merci à **tous les professionnels** rencontrés en entretiens, pour votre temps et votre contribution à ces travaux.

Merci à **Frank, Anna, Iréné, Stéphane, Mickael, Yu-Fang, Maxime, Guillaume, Nicolas** et à **tous les doctorants**, d'avoir égayé mes journées au bureau.

Merci **Servane, Manon, Anne, Laure** d'avoir été là quand il s'agissait de nous épancher sur nos difficultés du moment, y compris et surtout celles qui ne sont pas professionnelles.

Merci **Mathieu**, tu as été un peu mon « grand frère » de thèse. J'espère sincèrement continuer à travailler avec toi dans les années qui viennent.

Merci **Thomas** pour tes blagues récurrentes sur les girondins, **Caroline** pour ta relecture de dernière minute, **Cécile** pour ta disponibilité, **Yann, Pia** et **Gilles** pour votre défense d'une certaine idée du métier dans laquelle je me reconnais... et merci à tous **les membres du laboratoire**, de **l'école doctorale** ainsi qu'à l'ensemble du **personnel administratif** avec lequel j'ai eu plaisir à échanger et à travailler ces quatre dernières années.

Mes amis, **Julien, Arnaud, Pierre**, merci de m'avoir permis de « sanctuariser » le samedi soir...vous avez largement contribué à mon équilibre et mon bien-être durant ces années de thèse.

Merci **Maëlle** pour tout. Ce bien-être qui fut le mien durant cette thèse, je te le dois aussi en grande partie.

Merci à l'ensemble de ma **famille** qui me témoigne une confiance et un soutien sans faille depuis tant d'années. Merci à **Charles, Nono, Annie, Eric**, le **Saulnier, Raymond**, et bien évidemment **Lucette**, pour tout, simplement.

Enfin, mes derniers remerciements et pas les moindres, iront à **mes parents** qui m'ont également toujours soutenu dans cette aventure, comme dans toutes les autres. Je vous dois une très large part de ce manuscrit. Pour votre travail dans l'ombre, **MERCI**.

Et bien sûr merci à tous ceux qui ont aussi, indirectement, aidé à la rédaction de cet écrit, Anton, Quinn, Nathan, WW, Calvacanti, Ronit, Chiara, Saul, mon chirurgien, Christophe, Santtu, Matthew et vous autres que je ne peux citer par crainte de dépasser la barre fatidique des 600 pages.

Très souvent, on associe un travail de thèse à une forme de solitude. Grâce à vous tous, j'ai eu la chance de vivre une aventure totalement différente qui m'a permis de grandir, plus que je ne l'aurais imaginé.

Bonne lecture.

Sommaire

INTRODUCTION GENERALE.....	11
L'ACTION PUBLIQUE COMME CADRE D'ANALYSE.....	11
LES IMPACTS DES EVENEMENTS SPORTIFS : DE LA QUESTION GRAND PUBLIC A L'INTERET SCIENTIFIQUE.....	13
UNE METHODOLOGIE DE RECHERCHE EN MUTATION ; L'APPROCHE QUALITATIVE PAR LE CONTEXTE.....	14
PROCESSUS METHODOLOGIQUE.....	16
STRUCTURE DE LA THESE.....	20
PARTIE 1 : CHEMINEMENT INDUCTIF DE LA THESE	
CHAPITRE 1 : UNE ENTREE PAR LE TERRAIN : LA THEORIE ANCREE.....	25
1.1 LES APPROCHES DE THEORISATION INDUCTIVE.....	25
1.2 LA POSITION EPISTEMOLOGIQUE.....	36
1.3 LE RECOURS A LA SUBJECTIVITE : UN MOYEN ET NON UNE LIMITE.....	38
1.4 L'ETUDE DE CAS MULTIPLES.....	40
1.5 LES OUTILS DE COLLECTE.....	43
1.5.1 L'ANALYSE DOCUMENTAIRE.....	43
1.5.3 L'OBSERVATION PARTICIPANTE.....	47
1.6 RECONSTRUCTION DU PROCESSUS ET VALIDITE DU CAS :.....	50
1.7 CONSTRUCTION DU VEHICULE ANALYTIQUE.....	52
1.8 LE CHOIX DES ETUDES DE CAS : UN ELOGE DE LA DIVERSITE.....	81
SYNTHESE DU CHAPITRE 1.....	89
CHAPITRE 2 : LES EVENEMENTS SPORTIFS PAR LA DESCRIPTION VECUE DU QUOTIDIEN.....	90
2.1 SPORT FINALITE.....	91
2.2 SPORT OUTIL.....	130
2.3 MALGRE LA DIVERSITE UN DENOMINATEUR COMMUN : LE CARACTERE ECLAIRANT DE LA « VITRINE EVENEMENTIELLE ».....	191
CONCLUSION DE LA PARTIE 1.....	195
PARTIE 2 : ANALYSE DES DYMANIQUES LOCALES PAR LES JEUX D'ACTEURS	
CHAPITRE 3 : LES MISES EN RESEAU « VERTUEUSES » : LES SYNERGIES CONSTRUCTIVES ET PERENNANTES.....	200
3.1 LA SYNERGIE « CONSTRUCTIVE ».....	200
SYNTHESE DE LA SYNERGIE CONSTRUCTIVE.....	226
3.2 LA SYNERGIE PERENNANTE.....	229
SYNTHESE DE LA SYNERGIE PERENNANTE.....	240
CHAPITRE 4 : LES MISES EN RESEAU « RESTREINTES » : DE LA SYNERGIE LIMITEE A L'AUTONOMIE REVENDIQUEE.....	242
4.1 LA SYNERGIE LIMITEE/SPORADIQUE.....	242
SYNTHESE DE LA SYNERGIE SPORADIQUE/LIMITEE.....	262
4.2 LA DECONNEXION.....	264
SYNTHESE DE LA DECONNEXION.....	278
4.3 L'AUTONOMIE REVENDIQUEE.....	281
SYNTHESE DE L'AUTONOMIE REVENDIQUEE.....	301
CHAPITRE 5 : LA FONCTION « CENTRALE » DE L'ACTEUR PUBLIC DANS LE SYSTEME SPORTIF PARISIEN.....	303
5.1 LE ROLE DETERMINANT DE L'ACTEUR PUBLIC DANS LA MISE EN RESEAU.....	305
5.2 UNE CENTRALITE HISTORIQUEMENT SITUEE.....	312
5.3 LES FONCTIONS SOCIALES DES EVENEMENTS SPORTIFS : VERS UN « CONTINUUM » DE VOLONTES PREMIERES.....	315
5.4 LA FORMALISATION DU <i>CONTINUUM</i> : L'ACTION CONCERTEE.....	321
5.5 DES MODELES D'ORGANISATION DU SPORT EN DEBAT : LE CHOIX POLITIQUE.....	335
5.6 LES FONCTIONS DANS LE SYSTEME SPORTIF PARISIEN : VERS UNE THEORISATION DE LA MISE EN RESEAU.....	340
CONCLUSION DE LA PARTIE 2.....	347

PARTIE 3 : ANALYSE DES DYMANIQUES LOCALES PAR L'ANCRAGE TERRITORIAL

CHAPITRE 6 : LA DYNAMIQUE SOCIALE	352
6.1 LE PROCESSUS DE MISE EN RESEAU	354
6.2 DES COMMUNAUTES EPHEMERES A LA STRUCTURATION D'UNE APPARTENANCE LOCALE	355
6.3 LA FORMATION DE CAPITAL HUMAIN	382
6.4 L'IMPACT SUR LA PRATIQUE SPORTIVE LOCALE	390
6.5 EMERGENCE DE PROJETS AFFECTES	405
SYNTHESE DE LA DYNAMIQUE SOCIALE	413
CHAPITRE 7 : LA DYNAMIQUE ECONOMIQUE LOCALE	415
7.1 L'IMPACT DIRECT	420
7.2 L'IMPACT ECONOMIQUE INDIRECT	427
SYNTHESE DE LA DYNAMIQUE ECONOMIQUE LOCALE	436
CHAPITRE 8 : LA DYNAMIQUE SPATIALE	438
8.1 LE MARQUAGE URBAIN, LA DIMENSION VISIBLE DE L'EVENEMENT	441
8.2 LE DIFFICILE EXERCICE DE LA DEMARCATION DANS L'ESPACE URBAIN	459
SYNTHESE DE LA DYNAMIQUE SPATIALE	468
CHAPITRE 9 : LA DYNAMIQUE PATRIMONIALE	470
9.1 QUAND L'EVENEMENT DOIT RELANCER L'EQUIPEMENT	473
9.2 QUAND L'EQUIPEMENT RELANCE L'EVENEMENT	479
9.3 LE PATRIMOINE URBAIN COMME TERRAIN DE JEUX	482
9.4 EFFET DE PATRIMONIALISATION	489
9.5 LE TERREAU DU 14 ^E ARRONDISSEMENT	494
SYNTHESE DE LA DYNAMIQUE PATRIMONIALE	500
CHAPITRE 10 : DES DYNAMIQUES A L'ANCRAGE, QUAND L'EVENEMENT FAIT TERRITOIRE	503
10.1 UN ÉVÉNEMENT SPORTIF : QUATRE DYNAMIQUES POUR UN TERRITOIRE	503
10.2 LE CIMENT DE L'ANCRAGE TERRITORIAL : L'IDENTITE	505
10.3 LA DEFINITION DE L'ANCRAGE TERRITORIAL	507
10.4 LES FORMES D'ANCRAGE DES EVENEMENTS PARISIENS	516
10.5 LE « PARIS SPORTIF »	524
10.6 POUR UNE MEILLEURE COMPREHENSION DES DYNAMIQUES LOCALES PAR L'ANCRAGE TERRITORIAL	526
CONCLUSION DE LA PARTIE 3	529
CONCLUSION GENERALE	531
DE L'ELOGE DE LA COMPLEXITE A L'ELOGE DE LA COMPLEMENTARITE	531
LA RICHE ET NEBULEUSE THEORIE ANCREE	532
LES LIMITES DE LA THESE	534
LA CENTRALITE DE L'ACTEUR PUBLIC DANS LA MISE EN RESEAU	536
LA CENTRALITE DE L'ACTEUR PUBLIC DANS L'ANCRAGE TERRITORIAL	538
LES PRODUCTIONS DE L'ALLIAGE « TERRITOIRE – EVENEMENTS »	540
LE MODELE DES DYNAMIQUES LOCALES APPLIQUE A L'EVENEMENTIEL SPORTIF	543
IMPLICATIONS ET PERSPECTIVES DU MODELE	548
LE POTENTIEL DU PORTEFEUILLE D'EVENEMENTS SPORTIFS	550
L'ANALYSE DES IMPACTS, UN MOYEN ET NON UNE FINALITE	556
DES DYNAMIQUES LOCALES A LA DYNAMIQUE TERRITORIALE	558
EPILOGUE	560

Index des figures

FIGURE 1 : STRUCTURE DE LA THESE	22
FIGURE 2 : APPROCHES ET HORIZONS DE LA METHODE EN SCIENCES HUMAINES D'APRES JUAN (1999) ET ADAPTE DE CHALMERS (1987)	37
FIGURE 3 : LES TERRAINS DE GRANDS JEUX A PARIS ET PROCHE BANLIEUE	57
FIGURE 4 : LES EQUIPEMENTS SPORTIFS DE PLUS DE 2000 PLACES A PARIS ET PROCHE BANLIEUE	57
FIGURE 5 : TYPOLOGIE DES EVENEMENTS SPORTIFS PAR GRESSER ET BESSY (1999)	66
FIGURE 6 : TYPOLOGIE DES EVENEMENTS SPORTIFS PAR FERRAND ET CHAPPELET (2015)	68
FIGURE 7 : LES SEPT DIMENSIONS DISCRIMINANTES D'UN EVENEMENT SPORTIF PAR FERRAND ET CHANAVAT (2006)	70
FIGURE 8 : LES AFFICHES 2006 ET 2014 DE « CHARLETY SUR NEIGE » ILLUSTRANT LA LINEARITE DU PROJET	131
FIGURE 9 : LE PROGRAMME DE L'EVENTEMENT « COURIR ENSEMBLE », LE 10 MAI 2015	161
FIGURE 10 : LE LOGO DE « LA PARISIENNE »	178
FIGURE 11 : FRISE HISTORIQUE SYNTHETIQUE DE « COURIR ENSEMBLE »	201
FIGURE 12 : FRISE HISTORIQUE SYNTHETIQUE DE « LA PARISIENNE »	212
FIGURE 13 : LE PROCESSUS DE MISE EN RESEAU SE TRADUISANT PAR UNE SYNERGIE CONSTRUCTIVE	228
FIGURE 14 : SCHEMA DE LA GOUVERNANCE DE CHARLETY SUR NEIGE	229
FIGURE 15 : SCHEMA DE GOUVERNANCE ET FINANCEMENT DE LA COURSE CYCLISTE DU 14 ^E ARRONDISSEMENT	232
FIGURE 16 : LE PROCESSUS DE MISE EN RESEAU SE TRADUISANT PAR UNE SYNERGIE PERENNANTE	241
FIGURE 17 : LE SCHEMA ORGANISATIONNEL DU FAMILLATHLON	243
FIGURE 18 : FRISE HISTORIQUE SYNTHETIQUE DU « FAMILLATHLON »	244
FIGURE 19 : SCHEMA ORGANISATIONNEL DE « FEMMES EN SPORT » VERSION 2009/2010	254
FIGURE 20 : SCHEMA ORGANISATIONNEL DE « FEMMES EN SPORT » DE 2011 A 2013	255
FIGURE 21 : SCHEMA ORGANISATIONNEL DE « FEMMES EN SPORT »	256
FIGURE 22 : FRISE HISTORIQUE SYNTHETIQUE DE « FEMMES EN SPORT »	258
FIGURE 23 : LE PROCESSUS DE MISE EN RESEAU SE TRADUISANT PAR UNE SYNERGIE LIMITEE (SPORADIQUE)	263
FIGURE 24 : LE PROCESSUS DE MISE EN RESEAU SE TRADUISANT PAR UNE SITUATION DE DECONNEXION ENTRE LES ACTEURS	280
FIGURE 25 : FRISE HISTORIQUE SYNTHETIQUE DU « LNB ALL STAR GAME »	282
FIGURE 26 : SCHEMA ORGANISATIONNEL DU « LNB ALL STAR GAME »	283
FIGURE 27 : FRISE HISTORIQUE SYNTHETIQUE DE ROLAND GARROS	290
FIGURE 28 : ORGANIGRAMME SYNTHETIQUE DE LA FFT AUTOUR DU PRESIDENT JEAN GACHASSIN EN 2013	291
FIGURE 29 : LE PROCESSUS DE MISE EN RESEAU SE TRADUISANT PAR UNE AUTONOMIE REVENDIQUEE	302
FIGURE 30 : LE PERIMETRE DE L'ACTION PUBLIQUE TERRITORIALE SPORTIVE PAR CARLES (1998)	316
FIGURE 31 : LE PROCESSUS DETAILLE CARACTERISANT LA MISE EN RESEAU DES EVENEMENTS PARISIENS	344
FIGURE 32 : SYNTHESE DES MISES EN RESEAU OBSERVEES ET DES VOLONTES PREMIERES IDENTIFIEES	345
FIGURE 33 : LA STRATEGIE DE MISE EN VENTE DES PLACES DE ROLAND GARROS	363
FIGURE 34 : SCHEMA DU DISPOSITIF DES « BERGES DE SEINE »	447
FIGURE 35 : UNE OFFRE SPORTIVE PUBLIQUE EN REponse A DIVERS ENJEUX DE POLITIQUES PUBLIQUES	475
FIGURE 36 : PROCESSUS DE L'ANCRAGE TERRITORIAL D'UN EVENEMENT SPORTIF	510
FIGURE 37 : DYNAMIQUES GENEREES PAR L'EVENTEMENT SUR LE TERRITOIRE, ADAPTE DE LA DEFINITION DU TERRITOIRE DE DI MEIO (1991, 1993)	512
FIGURE 38 : ANCRAGE TERRITORIAL DE ROLAND GARROS	517
FIGURE 39 : ANCRAGE TERRITORIAL DE « LA PARISIENNE »	517
FIGURE 40 : ANCRAGE TERRITORIAL DE « CHARLETY SUR NEIGE »	519
FIGURE 41 : ANCRAGE TERRITORIAL DE « FEMMES EN SPORT »	519
FIGURE 42 : ANCRAGE TERRITORIAL DES EVENEMENTS SPORTIFS ORGANISES DANS LE CADRE DU DISPOSITIF DES « BERGES DE SEINE »	520
FIGURE 43 : ANCRAGE TERRITORIAL DU « FAMILLATHLON »	521
FIGURE 44 : ANCRAGE TERRITORIAL DE « COURIR ENSEMBLE »	521
FIGURE 45 : ANCRAGE TERRITORIAL DE LA COURSE CYCLISTE DU 14 ^E ARRONDISSEMENT	522
FIGURE 46 : ANCRAGE TERRITORIAL DU « LNB ALL STAR GAME »	523
FIGURE 47 : ECONOMIE GENERALE DE LA THESE	539
FIGURE 48 : CHEMINEMENT INDUCTIF DE LA THESE CONDUISANT AU MODELE DES DYNAMIQUES LOCALES	542
FIGURE 49 : LE MODELE DES DYNAMIQUES LOCALES APPLIQUE A L'EVENEMENTIEL SPORTIF	544

Index des tableaux

TABLEAU 1 : LES DIFFERENTES APPROCHES DE THEORISATION INDUCTIVE	27
TABLEAU 2 : LES INEGALITES DE NIVEAU DE VIE EN REGION PARISIENNE	54
TABLEAU 3 : EXTRAIT DU TABLEAU DE RECENSEMENT EXTENSIF DES EVENEMENTS SPORTIFS PARISIENS RECURRENTS.	64
TABLEAU 4 : TYPOLOGIE DES EVENEMENTS SPORTIFS PAR, INSTITUT DU TOURISME DE LUCERNE : 2008	67
TABLEAU 5 : TYPOLOGIE DES EVENEMENTS SPORTIFS PAR WILSON (2006) ADAPTEE DE GRATTON ET TAYLOR (2000)	69
TABLEAU 6 : TRADUCTION FRANÇAISE ADAPTEE DE LA TYPOLOGIE DES EVENEMENTS DE GETZ (1997)	69
TABLEAU 7 : ESSAI DE CATEGORISATION DES FORMES D'EVENTEMENTS SPORTIFS PAR BESSY ET SUCHET (2016).....	70
TABLEAU 8 : LES DEFINITIONS EXPLORATOIRES DES VOLONTES PREMIERES DES EVENEMENTS SPORTIFS PARISIENS	74
TABLEAU 9 : TYPOLOGIE DES EVENEMENTS SPORTIFS PAR LES VOLONTES PREMIERES.....	77
TABLEAU 10 : NOMBRE D'EVENTEMENTS SPORTIFS RECENSES SELON LA FINALITE SOCIALE	77
TABLEAU 11 : NOMBRE D'EVENTEMENTS SPORTIFS RECURRENTS PARISIENS RECENSES PAR STATUT JURIDIQUE DU PORTEUR	78
TABLEAU 12 : NOMBRE D'EVENTEMENTS SPORTIFS RECURRENTS PARISIENS RECENSES SELON LA FINALITE SPORTIVE LE RAYONNEMENT PARTICIPATIF ...	78
TABLEAU 13 : NOMBRE D'EVENTEMENTS SPORTIFS RECURRENTS PARISIENS RECENSES PAR STATUT JURIDIQUE DU PORTEUR ET FINALITE SPORTIVE	79
TABLEAU 14 : NOMBRE D'EVENTEMENTS SPORTIFS RECENSES PAR ARRONDISSEMENT	79
TABLEAU 15 : LES EVENEMENTS SPORTIFS SELECTIONNES POUR LA THESE ET INSCRITS DANS LA TYPOLOGIE DES VOLONTES PREMIERES.....	81
TABLEAU 16 : RESUME DES CRITERES DE SELECTION DES EVENEMENTS SPORTIFS POUR LES ETUDES DE CAS DE LA THESE	87
TABLEAU 17 : LES VOLONTES PREMIERES DE ROLAND GARROS	92
TABLEAU 18 : LES VOLONTES PREMIERES DE « FEMMES EN SPORT »	114
TABLEAU 19 : LES VOLONTES PREMIERES DE LA COURSE CYCLISTE DU 14 ^E ARRONDISSEMENT	122
TABLEAU 20 : LES VOLONTES PREMIERES DE « CHARLETY SUR NEIGE »	131
TABLEAU 21 : LES VOLONTES PREMIERES DES EVENEMENTS SPORTIFS ORGANISES DANS LE CADRE DU DISPOSITIF DES BERGES DE SEINE	141
TABLEAU 22 : LES VOLONTES PREMIERES DU « FAMILLATHLON ».....	151
TABLEAU 23 : LES VOLONTES PREMIERES DE « COURIR ENSEMBLE »	161
TABLEAU 24 : LES VOLONTES PREMIERES DU « LNB ALL STAR GAME »	169
TABLEAU 25 : LES VOLONTES PREMIERES DE « LA PARISIENNE ».....	178
TABLEAU 26 : INDICATEURS COMPARATIFS DES EVENEMENTS SELECTIONNES POUR LES ETUDES DE CAS	192
TABLEAU 27 : LES FONCTIONS DES DIFFERENTS ACTEURS DANS LA MISE EN RESEAU CONSTRUCTIVE INITIEE PAR L'EVENTEMENT « COURIR ENSEMBLE	210
TABLEAU 28 : LES FONCTIONS DES DIFFERENTS ACTEURS DANS LA MISE EN RESEAU CONSTRUCTIVE INITIEE PAR L'EVENTEMENT « LA PARISIENNE »...	225
TABLEAU 29 : LES FONCTIONS DES DIFFERENTS ACTEURS DANS LA MISE EN RESEAU PERENNANTE, INITIEE PAR LA COURSE CYCLISTE DU 14 ^E	239
TABLEAU 30 : LES FONCTIONS DES DIFFERENTS ACTEURS DANS LA SYNERGIE LIMITEE, INITIEE PAR LE « FAMILLATHLON »	251
TABLEAU 31 : LES FONCTIONS DES DIFFERENTS ACTEURS DANS LA MISE EN RESEAU INITIEE PAR « FEMMES EN SPORT »	261
TABLEAU 32 : LES FONCTIONS DES DIFFERENTS ACTEURS DANS LA SITUATION DE « DECONNEXION » OBSERVEE DANS LE CAS DES EVENEMENTS ORGANISES DANS LE DISPOSITIF DES « BERGES DE SEINE ».....	277
TABLEAU 33 : LES FONCTIONS DES DIFFERENTS ACTEURS AU SEIN DE LA SITUATION D'AUTONOMIE REVENDIQUEE DU « LNB ALL STAR GAME ».....	287
TABLEAU 34 : LES FONCTIONS DES DIFFERENTS ACTEURS DANS LA SITUATION D'AUTONOMIE REVENDIQUEE OBSERVEE SUR ROLAND GARROS	300
TABLEAU 35 : SYNTHESE DES PROCESSUS CONDUISANT AUX MISES EN RESEAU OBSERVEES	307
TABLEAU 36 : COMPORTEMENT DE LA MAIRIE DE PARIS A L'EGARD DES EVENEMENTS SPORTIFS ANALYSES.....	309
TABLEAU 37 : STABILITE DES PROJETS EVENEMENTIELS SPORTIFS EN FONCTION DES TEMPORALITES POLITIQUES.....	310
TABLEAU 38 : NOMBRE DE LICENCES PAR TYPE DE FEDERATIONS EN 2011 ET EN 2016	337
TABLEAU 39 : RESUME DES TYPES DE MISE EN RESEAU OBSERVEE	354
TABLEAU 40 : ANALYSE DES EVENEMENTS PAR LE PRISME DE LA COHESION SOCIALE	356
TABLEAU 41 : ANALYSE DES EVENEMENTS SPORTIFS PAR LE PRISME DE LA FORMATION DE CAPITAL HUMAIN	383
TABLEAU 42 : ANALYSE DES EVENEMENTS SPORTIFS PARISIENS PAR LE PRISME DE L'IMPACT SUR LA PRATIQUE SPORTIVE LOCALE	391
TABLEAU 43 : NOMBRE DE CLUBS ET LICENCIES FFBB PAR ANNEE DEPUIS 2011	393
TABLEAU 44 : NOMBRE DE CLUBS ET LICENCIES PAR ANNEE DEPUIS 2011 (SOURCE STATISTIQUES FFT).....	396
TABLEAU 45 : ANALYSE DES EVENEMENTS SPORTIFS PAR LE PRISME DE L'EMERGENCE DES PROJETS AFFERENTS.....	406
TABLEAU 46 : LES RECETTES GENEREES PAR LA JOURNEE DES ENFANTS EN MARGE DE ROLAND GARROS DE 2010 A 2015.....	408
TABLEAU 47 : RECENSEMENT DES PROJETS A DIMENSION SOCIALE AUTOUR DE ROLAND GARROS.....	409

TABLEAU 48 : ANALYSE DES EVENEMENTS SPORTIFS PAR LE PRISME DE L'IMPACT ECONOMIQUE DIRECT	418
TABLEAU 49 : DETAIL DU COUT DE L'EDITION 2014/2015 DE « CHARLETY SUR NEIGE » PAR OPERATEURS	426
TABLEAU 50 : ANALYSE DES EVENEMENTS SPORTIFS PAR LE PRISME DE L'IMPACT ECONOMIQUE INDIRECT	428
TABLEAU 51 : ANALYSE DES EVENEMENTS SPORTIFS PAR LE PRISME DU MARQUAGE URBAIN	440
TABLEAU 52 : SYNTHESE DES TYPES DE MARQUAGE URBAIN OBSERVES SUR LES EVENEMENTS PARISIENS ETUDIES	457
TABLEAU 53 : ANALYSE DES EVENEMENTS SPORTIFS PAR LE PRISME DE LA DYNAMIQUE PATRIMONIALE	471
TABLEAU 54 : ATOUTS ET CONTRAINTES DES COURSES CYCLISTES A PARIS	498
TABLEAU 55 : OP. CITE. COMPORTEMENTS DE LA MAIRIE DE PARIS PAR RAPPORT A L'EVENEMENTIEL SPORTIF PARISIEN.....	536

Introduction Générale

Le sport est un domaine profondément ancré dans la manière dont nous envisageons nos communautés (Stone, 1981), construisons nos hiérarchies sociales (Struna, 1988) et même dont nous conceptualisons la socialisation (McCormack, Chalip, 1988). C'est un « fait social total » (Mauss, 1924 ; Pociello, 1995 ; Defrance, 2012). L'événement sportif qui en est une émanation, ponctue, rythme même lorsqu'il est récurrent, la vie sociale. C'est un point d'interaction à plusieurs niveaux. Il génère des interactions en amont : c'est un point de congruence entre plusieurs acteurs qui ne se seraient peut-être pas rencontrés autrement. Il produit des interactions pendant l'événement : des personnes vont se côtoyer, se fréquenter, peut-être même se mesurer les unes aux autres. Enfin, il induit des interactions après par la construction ou le renforcement de la cohésion sociale locale, par de nouveaux partenariats entre acteurs. L'événement sportif est un fait social (Piquet, 1985) intégré à la vie de la cité. En ce sens, c'est un temps politique. Il est à la croisée des volontés, des intérêts et parfois même des attentes. À cet égard, il génère des effets divers qu'il convient d'analyser précisément tant les implications semblent être nombreuses.

Le rôle vertueux du « sport » au sens large (activité physique et sportive, loisir, spectacle, compétition) a été mis en débat notamment par Callède (1991), Walo, Bull et Breen (1996), Charrier (1997), Bourg et Gougnet (1998), Gibson (1998) ou encore Weed (2001). Ce rôle vertueux a même été formalisé au niveau politique par la Commission Européenne (1989) entraînant dans son sillage une forme de consensus autour de son utilité. Cette reconnaissance politique concrétise l'utilisation du sport comme vecteur des politiques publiques. En France, l'intervention de l'État est légitimée par une mission d'intérêt général (« Loi Mazeaud » de 1975 et « Loi Avice » de 1984). Les événements sportifs, comme toute autre émanation du secteur des activités physiques et sportives sont structurellement organisés par la sphère privée non marchande (mouvement sportif) et la sphère publique.

L'action publique comme cadre d'analyse

Le modèle sportif français est la résultante d'une combinaison de convictions mêlant philosophie politique, héritages historiques et expérience culturelle (Callède, 2002). Si de nombreuses analyses ont montré l'originalité de cette organisation, elles insistent en général aussi sur sa complexité (Clément, Defrance, Pociello, 1994 ; Bayeux, 1996 ; Honta, 2002 ; Loret, 2004 ; Charrier, Durand, 2005).

Le soutien public, qu'il soit matériel ou financier, reste déterminant dans les organisations des plus grands événements sportifs (Charrier, 2012) : Jeux Olympiques, Coupe du Monde de football, Tour de France, etc. Les missions des fédérations, reconnues par l'État d'intérêt général sont pour un certain nombre, investies d'une délégation de service public. À cet égard elles participent à l'organisation de la pratique sportive en soutenant directement l'événementiel sportif compétitif. Il existe également des événements non compétitifs gratuits et récréatifs qui utilisent le sport comme levier et sont le fruit de volontés politiques. Ils sont généralement portés par les municipalités et conçus en échos à des besoins identifiés : soit pour améliorer une situation, soit pour pallier à un manque (Bourbillères, Charrier, Evrard, 2015).

Pour ces questions inhérentes à une politique sportive, la prise de décision de soutien à un projet événementiel se fait le plus souvent sur la base de critères économiques (Gratton, Taylor, 1985). Dans ce contexte, Chalip en 1995 a cherché à identifier les présupposés des décideurs en identifiant les points illogiques, les hypothèses cohérentes et pertinentes qui ont été abandonnées sans réelle justification autre qu'économique. Pour lui, cette question est essentielle dans le développement du sport dans nos sociétés, et se pose bien en amont de toutes les externalités positives qu'il va induire. L'idée est de fournir des outils pour identifier les besoins en matière de recherche et pour formuler les arguments stratégiques visant, par exemple, à faire adhérer l'opinion publique à un projet événementiel d'envergure. C'est en cela que l'analyse des politiques est un outil essentiel dans les sciences sociales appliquées au sport (Chalip, 1995). Dans le cas de l'événementiel sportif, et compte tenu de la diversité des événements dans lesquels la sphère publique est toujours directement ou indirectement impliquée, il semble que cette entrée soit un moyen d'appréhender les dynamiques qu'il véhicule ou les freins qu'il rencontre. À cet égard, il représente un prisme d'analyse d'enjeux politiques transversaux : intégration, socialisation, égalité homme-femme, parmi d'autres.

Depuis que Lerner et Lasswell en 1951 ont milité pour le développement d'une science politique, les analystes politiques ont cultivé des méthodes éclectiques pour améliorer les prises de décisions (Stockey, Zeckhauser, 1978 ; Nagel, 1990). Un consensus entre politistes et sociologues permet de définir les contours de la politique publique comme « *un programme d'action dans un secteur de la société ou dans un espace géographique* » (Mény, Thoenig, 1989). Nous mentionnerons également le choix du public, point de départ des politiques publiques selon Lasswell (1951). Autrement dit, il s'agit de rationaliser l'intervention de l'acteur public en identifiant un problème puis en organisant les moyens collectifs devant y répondre.

Plutôt qu'une approche « descendante » (Pressman, Wildavsky, 1973 ; Padioleau, 1983 ; Rouban, Jobert, Muller, 1988) ou « ascendante » (Lasswell, 1951), Sabatier (1986) nous alerte sur le fait que la mise en œuvre dans le processus politique ne doit pas être considérée isolément. Il suggère d'insister sur les influences exogènes provenant d'autres domaines politiques qui devraient être pris en compte afin d'analyser une politique publique. En outre, la mobilisation des acteurs ne peut se comprendre que par une contextualisation précise et une analyse des multiples enjeux locaux (Sawicki, 2000 ; Dubois, 2012). Les politiques publiques opèrent en effet au sein d'un contexte local, fait d'opportunités et d'obstacles, s'appuyant sur diverses dynamiques et impulsions. Lascoumes et Le Galès (2007) utilisent une métaphore musicale pour illustrer cette approche. Ce sont les interprètes et l'auditoire qui sont mis au centre de l'analyse et non pas la partition et le compositeur. Ainsi, la musique qui est donnée à entendre provient d'une partition appropriée et réinventée par des interprètes vivants, qui lui donnent matière et couleur.

L'hétérogénéité des acteurs et des formes de mobilisation sont telles, qu'il est aujourd'hui difficile d'aborder la mise en œuvre d'un programme sans passer par une caractérisation des configurations locales (Borraz, Loncle-Moriceau, 2000). Nous nous situons dans la continuité de ces approches par l'action publique (Callède et Dané, 1991 ; Clément Defrance, Pociello, 1994 ; Chalip, 1995 ; Muller, 2000 ; Honta, 2002, 2004, 2017 ; Charrier, 2002 ; Lapeyronie, Charrier, 2014), dans la mesure où l'analyse que nous portons sur les discours des différents protagonistes du monde sportif vient éclairer des dynamiques locales et des jeux d'acteurs.

Les impacts des événements sportifs : de la question grand public à l'intérêt scientifique

Les flux économiques croissants générés par le sport professionnel, confèrent au phénomène sportif une place centrale dans la société. Les grands événements sportifs sont devenus totalement mondiaux, qu'ils mettent en compétition des équipes nationales, des clubs sportifs ou des athlètes individuels (Andreff, 2011). Nous sommes progressivement passés à une économie de marché où les études d'impact, les études économiques du sport professionnel et l'analyse des marchés et du financement public prennent de plus en plus de place. Il ne se passe pas un jour sans qu'une émission de télévision ne mentionne la candidature d'un grand événement sportif et/ou l'impact qu'il peut/doit engendrer sur le territoire hôte. On voit même apparaître des sites internet qui proposent des études d'impact¹ « clef en main ».

Cette attention soutenue des médias fait écho à un questionnement de plus en plus régulier des politiques autour de l'événementiel sportif. Les dimensions économiques et sociales sont abordées dans les discours et les écrits journalistiques sans qu'elles ne soient systématiquement traitées de manière scientifique. Cette prégnance du fait social sportif s'illustre aussi par la diversité et le nombre d'acteurs qui contribuent à sa structuration. Sans parler d'atomicité, le sport, porté de manière simultanée et conjointe par le mouvement sportif et la sphère publique, sous-tend des jeux d'acteurs et des relations de pouvoir.

La question de l'impact des événements sportifs est largement débattue depuis une vingtaine d'années dans la littérature. Si l'essentiel des travaux se focalise dans un premier temps sur l'impact économique des grands événements sportifs (Burns, Hatch, Mules, 1986 ; Charrier, 1999 ; Gratton, Dobson, Shibli, 2000 ; Preuss, 2005 ; Gouguet, Barget, 2010), depuis, les effets inhérents aux sphères sociale (Chalip, 2006 ; Misener, Mason, 2006 ; Balduck, Maes, Buelens, 2011 ; Taks, 2013), touristique et médiatique (Weed, 2001 ; Gibson, Willming, Holdnak, 2003 ; Kim, Chalip, 2004 ; Preuss, Solberg, 2007 ; Charrier, Jourdan, 2009), ou environnementale (Green, Hunter et Moore, 1989) ont été également éclairés. Certains auteurs ont même ouvert la voie à des approches originales cherchant à intégrer les différents effets sous un même impact transversal : humain (Weed, 2011) ou territorial (Gouguet, 2004 ; Lapeyronie, 2009 ; Bessy, 2013). Ces travaux dressent les contours d'une approche qualitative plus holistique. La compréhension des phénomènes inhérents aux événements sportifs de plus petite envergure est généralement traitée dans la littérature, à travers les notions de portefeuille (Ziakas, Costa, 2011a, 2013) ou d'impacts touristiques (Hinch, Higham, 2001 ; 2002 ; Bessy, Coulom, 2014). Les événements sportifs récurrents s'ancrent sur le territoire hôte et deviennent des éléments de territorialisation, en ce sens qu'ils renforcent la singularité du territoire (Walo, Bull, Breen, 1996 ; Ziakas, Costa, 2012). Ils peuvent donner une image (Gibson, Willming, Holdnak, 2003 ; Kaplanidou, Vogt, 2007, 2010 ; Chen, Funk, 2010, Hautbois, Desbordes, Pierce, 2010 ; Kaplanidou et al., 2012) et induire un sentiment fédérateur (Fredline, Jago, Derry, 2003 ; Chalip, 2006 ; Misener, Mason, 2006 ; Schulenkorf, 2011 ; Taks, 2013) pour les résidents locaux autour d'un élément commun, qui année après année, peut être érigé en tant que rituel.

¹ <http://www.eventimpacts.com/> « *Les événements ont le pouvoir d'inspirer et de changer la vie des gens de différentes façons. EventIMPACTS vous fournit des ressources pour aider les organisateurs d'événements à améliorer leur évaluation des impacts associés à la mise en scène d'événements sportifs et culturels* ». Présentation du site consulté le 16 janvier 2017.

Globalement, les dimensions sociales et politiques sont donc abordées de manière plus régulière depuis les années 2000 (Chalip, 2006). Cette évolution s'accompagne d'une mutation des approches au sujet des impacts. Si « *mesurer* » et « *évaluer* » sont les maîtres-mots des premières études (Crompton, 1995), l'attention est de plus en plus portée sur la compréhension des effets. Cela génère l'apparition d'une méthodologie plus qualitative centrée sur le terrain, les acteurs et le contexte.

Une méthodologie de recherche en mutation ; l'approche qualitative par le contexte

Bill Gerrard, économiste du sport, chargé d'ouvrir la conférence de l' « European Association of Sport Management » (EASM) à Dublin en 2015, confirme cette tendance. Selon lui, le contexte « *n'est pas assez pris en compte par les chercheurs* ». Ce dernier constitue un point de départ que beaucoup semblent relayer au second plan, sous forme de variable complémentaire venant éclairer et expliquer des résultats statistiques dans la partie « *discussion* ». Ce type de déclaration ouvre le champ à un développement de l'empirie comme point de départ de la réflexion. Les sciences sociales et de gestion appliquées au sport se sont structurées comme disciplines à part entière, à la faveur des particularismes du contexte à l'étude. Ce dernier confère par essence à ce champ, un cadre qui permet d'en dresser les contours comme des disciplines reconnues et digne d'intérêt d'un point de vue scientifique. C'est pourquoi il ne faut pas l'aborder comme un problème mais plutôt l'intégrer telle une caractéristique centrale, préservée et mise en valeur.

Dès lors, pour comprendre les effets d'un grand événement sportif, il semble pertinent de s'attarder sur les ressources qui rendent possible son accueil tout autant qu'à celles qui permettent de le faire résonner auprès de la communauté locale (dispositifs parallèles, mobilisation des acteurs, programme d'accompagnement pour générer de l'« héritage »²). En ce sens, Mike Weed (2015) évoque une approche réaliste³ en vue de comprendre comment les effets apparaissent, et pas seulement de les décrire. Pour cela il peut être pertinent de se focaliser sur les mécanismes (Coalter, 2004 ; Girginov, Hills, 2009) en amont qui vont permettre, en s'appuyant sur des configurations locales singulières, de produire des effets vertueux à moyen/long terme. Dans le cas des événements de moindre envergure, le raisonnement est similaire : s'il n'y a pas de programme d'accompagnement dédié⁴, ce sont les ressources du territoire qui prévalent. C'est cette corrélation entre les moyens qui sont mis en place pour faire résonner l'événement et ce que l'on peut observer en aval qui devient le moyen d'en comprendre le rôle.

Cette approche plus globale nous invite à considérer que l'impact d'un événement sportif n'a de sens que s'il est pris en compte dans sa globalité et surtout dans la richesse de sa diversité. À ce sujet, Salisbury (2015) explique que les programmes d'accompagnement de ces événements n'ont d'intérêt que s'ils sont considérés en étroite relation avec le contexte et la culture. Il évoque la nécessité de prendre en compte une « rationalité situationnelle » qui intégrerait ce contexte par le prisme du processus décisionnel de l'analyse des politiques publiques. Il semble difficile de ne s'intéresser qu'à une seule dimension (économique ou

² Traduction de « legacy »

³ Traduction de « realistic approach »

⁴ Traduction de « input »

sociale) si la volonté sous-jacente est de comprendre et non de mesurer. Dès lors, on peut penser que la compréhension de ces effets, qui passe par la compréhension des mécanismes qui les induisent, ne se structure qu'à la lumière d'un prisme transversal.

Dans la continuité de cette approche, Charrier et Jourdan (2009) ont développé le modèle des dynamiques locales qui vise à appréhender l'ensemble des phénomènes et interactions entre acteurs qui s'opèrent autour d'un grand événement sportif. Le terme « autour » traduit la prise en compte d'une temporalité. Il s'agit ainsi d'éclairer les ressources (conditions de réalisation de l'événement) en amont et les externalités qui apparaissent en aval de l'organisation (les effets). Les dynamiques locales considérées dans leur globalité sont « *une alchimie singulière articulant les spécificités des activités physiques sportives et artistiques (techniques, sociales et culturelles) aux contextes locaux (population, histoire sportive, culture spécifique, etc.), aux configurations d'acteurs publics et associatifs (et relevant de secteurs différents) et aux volontés politiques déployées sur les territoires* » (Charrier, Jourdan, 2009). Le cadre théorique que nous développons dans la thèse s'établit sur la base de ce modèle et des approches précédemment évoquées. Notre volonté est de comprendre les dynamiques locales, c'est-à-dire les conditions d'émergence et les impacts des événements sportifs dans toute leur diversité, ce qui revient à poser la question de manière pour le moins lapidaire : « *pourquoi organiser un événement sportif ?* ».

En partant de cette question de recherche, nous avons progressivement structuré notre questionnement autour de l'éventuel potentiel structurant de l'événement pour le territoire. L'approche par l'action publique s'est révélée fructueuse, nous permettant de formaliser notre réflexion autour de ce que l'événement génère en termes de mise en réseau d'acteurs au niveau local. Pour ce faire, nous nous sommes interrogés pour chaque cas sur les effets du projet événementiel et avons rapidement constaté la pertinence du prisme territorial pour appréhender la diversité des impacts. Au fur et à mesure de notre réflexion la problématique motivant notre démarche est devenue : « *en quoi les événements sportifs, pris dans leur diversité, peuvent-ils participer de la structuration du territoire ?* ».

Face à sa massification d'une part, et à la privatisation de certains services d'autre part, le sport par son prisme événementiel prend depuis quelques années, des formes de plus en plus diverses. Cette variété d'utilisation entre fonctions « *performative et hygiéniste, physique et symbolique* » (Defrance, 2012), se traduit aussi bien en termes d'acteurs que de pratiques. Des logiques innovantes s'établissent et les relations entre les acteurs évoluent considérablement. Certaines connexions se défont, d'autres apparaissent. Les événements sportifs, par leur instantanéité médiatisée et leur potentiel en termes de synergie des attentions, représentent un objet de recherche judicieux pour éclairer ces évolutions.

Processus méthodologique

Notre objectif est de rendre intelligible le processus multidimensionnel permettant la tenue d'un événement sportif sur un territoire, et les effets qu'il engendre. En utilisant une approche interprétative de l'analyse des politiques publiques (Wagenaar, 2006), nous cherchons à comprendre l'impact des événements sportifs et la manière dont l'acteur public peut s'en servir pour induire de la dynamique au niveau local. La thèse s'appuie sur le constat empirique (Dey, 1999) pour générer un cadre théorique conformément à la théorie ancrée (Glaser et Strauss, 1967). Si l'on veut théoriser ou si l'on veut que la compréhension d'un phénomène émerge du terrain, on ne peut pas partir d'une théorie existante et s'en servir pour vérifier son potentiel explicatif sur telle ou telle situation (Guillemette, 2009). L'approche préconisée vise à ce que le cadre théorique soit généré à partir des données plutôt qu'à partir des recherches antérieures – même si ces recherches antérieures ont une certaine influence sur le résultat final du cadre théorique (Stern, 1980). Nous misons également sur l'utilisation de l'étude de cas multiples (Yin, 1981, 1994, 2013) pour comprendre les points d'intérêts des acteurs, découvrir la complexité des relations dans un contexte donné et enfin, présenter une interprétation holistique des événements (Merriam, 1998).

Les caractéristiques locales tiennent une place importante dans notre approche des effets liés à l'événementiel sportif. Notre thèse ambitionne de traiter ce qui se joue à travers l'alliance du couple « *événement/territoire* ». Pour mener à bien cette recherche portant sur les dynamiques locales, nous avons travaillé sur un terrain riche en contrastes et en événements : la ville de Paris.

L'étendue de ce territoire administratif et son nombre d'habitants nous offrent un panel reflétant la diversité des types d'événements sportifs identifiés dans la littérature. Les arrondissements sont contrastés d'un point de vue sociodémographique (Lallement, 2010). L'utilisation de l'espace urbain par des événements sportifs y est régulière et laisse même souvent place à l'innovation⁵. Cette volonté est réaffirmée par la mandature de Jean-François Martins (adjoint à la maire de Paris en charge des Sports et du Tourisme depuis mai 2014), d'autant plus que les équipements sportifs sont saturés, notamment en raison de la densité urbaine. En outre, Paris a des identités administratives multiples : commune, chef-lieu de région, département, capitale de la France et même capitale européenne. Cela se traduit par une forme de complexité administrative dans l'organisation du sport parisien⁶ avec beaucoup d'échelons et d'acteurs. Elle est l'une des agglomérations européennes les plus peuplées (aire urbaine supérieure à 12,4 millions d'habitants au 1er janvier 2013⁷). Il existe également un effet de prestige induit par le patrimoine culturel et historique de la ville (Lussault, 2007). Nombreuses sont les fédérations sportives à souhaiter avoir leur finale de coupe ou de championnat à Paris. La ville est également la première destination

⁵ Mentionnons à titre d'exemples la première grande plage urbaine française, « Paris Plage », depuis 2002 ou plus récemment la piétonisation des quais de Seine par le dispositif expérimental des « Berges de Seine » depuis 2013.

⁶ Outre la mairie de Paris et les 20 mairies d'arrondissement qui ont toutes un élu au sport, la ville laisse la gestion du sport à la direction Jeunesse et Sport (DJS) qui est elle-même subdivisée en circonscriptions au niveau de chaque arrondissement. Le nombre de circonscriptions a été ramené à 4 en 2015. Mentionnons également les offices pour le mouvement sportif (OMS) qui regroupent toutes les associations au niveau local et font office d'interface avec les mairies d'arrondissement.

⁷ Dernière étude en date, source INSEE.

touristique mondiale en 2015⁸. Les hôtels de la capitale n'attendent donc pas un événement sportif, même d'envergure mondiale, pour assurer leur chiffre d'affaires mensuel (Crompton, 2006 ; Charrier, Jourdan, 2009 ; Girginov, 2012). Enfin, la « Métropole du Grand Paris » installée en janvier 2016, introduit de nouveaux enjeux politiques (Moriset, 2007), allant de la redéfinition des compétences territoriales aux contours de nouvelles identités. Les événements peuvent contribuer à l'émergence de cette nouvelle construction territoriale.

L'objet de recherche est l'événement sportif : « *c'est un fait social avant d'être un fait individuel, un lieu où des hommes et des femmes se rassemblent dans une sorte de célébration collective pour assister à un spectacle sportif* » (Piquet, 1985). Dans le cadre de notre réflexion, nous ne voulons pas nous restreindre à un type d'événement sportif identifié à partir d'une typologie existante (Gresser, Bessy, 1999 ; Gratton, Taylor, 2000 ; Wilson, 2006 ; Ferrand, Chanavat, 2006 ; Bessy, Suchet, 2016). En effet, nous avons l'ambition d'embrasser la diversité des événements sportifs, en particulier du point de vue de leur finalité. Pour ce faire, nous créons la typologie des « volontés premières » en vue de disposer d'un outil adapté aux singularités de notre recherche. Nous nous appuyons sur les propos de Becker qui invite les chercheurs en sciences sociales à « *créer des formes qui disent exactement ce qu'ils veulent dire, plutôt que de faire entrer de force leurs idées dans des formats standard* » (Becker, 2002). C'est aussi un moyen d'accorder du crédit à la créativité du chercheur et d'accepter d'étudier ce que le terrain donne à voir, tel qu'il est réellement, un précepte central de la théorie ancrée (Glaser, Strauss, 1967).

Ainsi, pour nous doter d'un tel outil, nous avons effectué un recensement extensif des événements sportifs parisiens. Nous avons récolté au final 260 projets événementiels récurrents. Sur la base de ces données empiriques, nous avons construit une typologie fondée sur le statut juridique du porteur et la volonté première qui initie le projet événementiel.

Définir le concept de « volontés premières » nécessite de répondre à la question : « *pourquoi organise-t-on un événement sportif ?* ». Nous observons deux types de volontés premières. La « volonté première externe » s'observe sur la base de ce qui est énoncé publiquement par les organisateurs : flyers, affiches, sites web et slogans. La « volonté première interne » correspond à ce qui est souhaité réellement par les organisateurs mais qui n'est pas nécessairement explicité publiquement. Cette dernière s'appréhende par des documents internes, lors d'entretiens semi-directifs ou d'observation participante. Ce concept diffère de l'objectif dans le sens où, en plus d'être un but à atteindre, il est une orientation révélatrice du positionnement de l'événement sur la scène publique.

La typologie des volontés premières nous sert d'outil de sélection des cas, conformément à la constitution d'un échantillon théorique (Gagnon, 2012). Neuf événements sportifs représentant la diversité empiriquement observée ont particulièrement retenu notre attention. Ils constituent les neuf études de cas de la thèse⁹. Chacune d'elles s'appuie sur la mobilisation d'un corpus de données qualitatives. Les données empiriques sont constituées d'observation *in situ* de l'événement, d'une connaissance des personnes-clés

⁸ Sur les 10 premiers mois de l'année 2015, la fréquentation hôtelière à Paris Île-de-France s'élève à 27,8 millions d'arrivées et 57,3 millions de nuitées. Source : Comité Régional du Tourisme Paris Ile de France, Pré-Bilan 2015.

⁹ Les événements sportifs qui constituent nos cas seront détaillés dans les deux premiers chapitres.

permettant la collecte de données primaires et secondaires (Eisenhardt, 1989) par entretiens semi-directifs d'experts, de consultation de documents internes aux organisations étudiées, et enfin, de la création d'une base de données d'articles internet sur les supports de communication. La méthodologie mise en œuvre assure la triangulation des données qui garantit la validité des données récoltées (Kvale, 1996). La méthode de collecte exige que nous recueillions le plus d'informations possible pour chaque événement à l'étude sur l'histoire de l'événement, les acteurs concernés et le contexte de leurs actions. Nous utilisons un processus de centration progressive pour distinguer ce qui est essentiel et ce qui pourrait confondre notre analyse (Paquette, 2005)¹⁰.

L'observation participante pendant l'événement est une partie importante du processus de collecte. Nous assistons à l'événement sportif en tant que spectateur et relevons des éléments factuels autour du triptyque : lieux, activités et public. C'est un moyen d'identifier la manière dont l'événement se donne à voir et surtout son adéquation avec les volontés premières identifiées en amont. Ce travail donne lieu à une restitution sous forme de notes d'observation narratives¹¹ (Smith, Weed, 2007) et de photographies (Maresca, Meyer, 2013). C'est en partant d'une « *description vécue du quotidien* » (Anadon, 2006) que nous abordons les dynamiques locales.

L'entretien semi-directif ensuite permet d'établir un contact direct avec notre interlocuteur qui exprime ses perceptions d'un événement ou d'une situation, ses interprétations ou ses expériences secondaires (Van Campenhout, Quivy, 2011). Pour comprendre le sens de ces discours, nous commençons par identifier ce qui est attendu par les organisateurs et les différents acteurs impliqués dans l'événement appréhendé comme un réseau. Nous commençons avec ceux directement impliqués dans le processus organisationnel. Ensuite, nous identifions les « personnes ressources » en fonction de leur impact dans la prise de décision opérationnelle, en utilisant la méthode « boule de neige ». Nous avons ainsi rencontré des élus politiques¹², des organisateurs d'événements¹³, des présidents de fédération¹⁴ et du mouvement olympique¹⁵ ou encore de nombreux acteurs du sport de proximité¹⁶. Au total, 41 entretiens semi-directifs¹⁷ ont servi de support à l'analyse. Les discours des acteurs sont interprétés dans le cadre d'une « attitude réalisative » (Habermas, 1987), c'est-à-dire un effort conjoint entre le chercheur et les acteurs sociaux nécessaires

¹⁰ Ces éléments relatifs à la méthodologie et à la construction du véhicule analytique seront détaillés dans la partie 1 de la thèse.

¹¹ Cette forme de restitution est aussi appelée « fiction rationnelle » ou « abstraction fondée » (Martineau, 2005).

¹² Mentionnons à titre d'exemple Pascal Cherki, député PS de la 11^e circonscription de Paris, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2001 à 2008, extrait d'entretien du 26 juin 2015.

¹³ Mentionnons à titre d'exemple Patrick Aknin, ancien directeur du marathon de Paris et actuel directeur de « La Parisienne » (course à pied regroupant plus de 40 000 femmes en 2016 au pied de la tour Eiffel), rencontré le 1^{er} avril 2015.

¹⁴ Mentionnons à titre d'exemple Jean-Pierre Siutat, président de la fédération française de basket-ball depuis 2013 et vice-président du comité national olympique et sportif français, rencontré le 30 janvier 2015.

¹⁵ Mentionnons à titre d'exemple Hugues Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, président de la ligue de tennis de Paris, trésorier du comité régional olympique et sportif d'Ile-de-France, président du Conseil d'administration du centre de ressources, d'expertise et de performance sportive (CREPS) d'Ile de France, rencontré le 6 mai 2015.

¹⁶ Mentionnons à titre d'exemple Arnaud Rollet, responsable des animations sportives dans les 7^e et le 15^e arrondissements, service du sport de proximité, direction Jeunesse et Sport. Extrait d'entretien du 12 septembre 2014.

¹⁷ Tous retranscrits en annexe.

pour déboucher sur des perspectives de compréhension plus complexes que celles qui ne sont construites qu'à partir du point de vue du chercheur et des théories existantes (Anadon, Guillemette, 2007). Cette posture est conforme à la théorie ancrée qui invite à entrer sur le terrain en laissant de côté les présupposés du chercheur, ainsi que les cadres énoncés par les travaux théoriques antérieurs, sans toutefois en faire une abstraction totale et encore moins définitive.

Cela correspond d'ailleurs au dernier processus dans la chronologie de la théorie ancrée à savoir le « principe circulaire » concernant la collecte, l'analyse des données et la confrontation à la théorie. Glaser et Strauss (1967) expliquent que ces opérations doivent être appréhendées comme un ensemble qui brouille les frontières traditionnelles entre ces étapes. Ils suggèrent de les fusionner dès le début de la recherche. Cette évolutivité des outils de collecte est une manière de préciser progressivement nos questions et thèmes lors des entretiens semi-structurés, ou notre vision pendant les observations. La critique classique du manque de « rigueur scientifique » de cette méthode qualitative inductive est, selon Guillemette (2006), compensée par la richesse des données collectées. Le recours à la subjectivité est considéré comme un « moyen » incontournable de construction des savoirs et non comme un obstacle à la production de connaissances (Anadon, Guillemette, 2007).

Le processus se poursuit jusqu'à la saturation théorique. Nous déterminons ce point au moment où nous considérons que toute donnée supplémentaire n'ajouterait plus rien de significatif à la conceptualisation ni à la théorisation du phénomène à l'étude (Holloway, Wheeler, 2002). Enfin, il ne s'agit pas non plus de céder à un dogmatisme factuel. Les faits ne parlent qu'à la faveur d'une rigueur méthodologique et de points de vue théoriques. C'est tout l'enjeu de la circularité du processus analytique de la théorie ancrée. Faute de quoi cela reviendrait à dire, en regardant par la fenêtre, que la terre est plate et que le soleil tourne autour.

Dans le cadre du processus initié par la théorie ancrée, le terrain nous amènera à révéler deux principaux prismes analytiques : les jeux d'acteurs et l'ancrage territorial. Les points d'appui théoriques visant à éclairer les dynamiques locales perçues à travers ces prismes renverront à la sociologie des organisations (Merton, Mendras, 1965 ; Crozier, Friedberg, 1977, Degenne, Forsé, 1994 ; Lazega, 1994 ; Mercklé, 2003) d'une part, et à la géographie par l'analyse du territoire (Di Méo, 1991 ; Le Berre, 1992 ; Debardieux, 2003 ; Moine, 2006 ; Levy, Lussault, 2013 ; Gravari-Barbas, Delaplace, 2015) d'autre part. Ce travail analytique circulaire se fera au sein d'une caractérisation contextuelle des « configurations locales » (Sawicki, 2000) dont l'entrée sera toujours l'événement sportif.

Structure de la thèse

Le plan de la thèse est conçu par rapport au processus inductif qui sous-tend l'ensemble de la démarche et est construit en 3 parties. Dans une première partie nous aborderons la construction du véhicule analytique et la présentation du terrain. Le **premier chapitre** sera l'occasion de détailler la recherche exploratoire conduisant à la typologie des événements sportifs basée sur le concept des « *volontés premières* ». Nous y présenterons en détail les choix méthodologiques effectués et le positionnement épistémologique. Nous justifierons également du choix des cas sélectionnés. Dans le **deuxième chapitre**, nous présenterons les neuf événements qui constituent l'étude de cas multiples. Pour ce faire, nous entrerons comme la théorie ancrée nous y invite, par le terrain. Ainsi, nous y exposerons les récits d'observation participante. Avant d'aborder la partie analytique, c'est un moyen de restituer le travail de thèse, de la même manière qu'il s'est construit, c'est-à-dire en partant d'une description vécue du quotidien (Anadon, 2007).

Dans une deuxième partie, nous engagerons un regard transversal sur le potentiel des événements à générer ou non une mise en réseau. Suite aux premiers entretiens, nous avons souhaité concentrer notre analyse sur les jeux d'acteurs et les conditions d'émergence de l'événement. Le **troisième chapitre** présentera les situations de mise en réseau « vertueuses » observées parmi les études de cas. Le **quatrième chapitre** évoquera les mises en réseau « restreintes », c'est-à-dire les cas de « déconnexion » quand l'opérationnalisation du projet événementiel ne génère que peu d'interactions, ou que ce dernier est volontairement porté de manière autonome. Les fonctions de chaque acteur au sein d'un système sportif parisien seront décrites et révéleront la centralité de la ville de Paris dans le processus de mise en réseau. Le **cinquième chapitre** sera donc l'occasion d'insister sur le rôle de l'acteur public dans l'organisation de l'événementiel sportif parisien. Nous y questionnerons la porosité entre les sphères privées et publiques ainsi que le rôle du mouvement sportif qui se tient parfois un peu à l'écart. Notre analyse nous amènera à souligner le rôle des événements dans la structuration des jeux d'acteurs au niveau territorial. Toutefois, bien qu'éclairante sur la fonction des acteurs et les conditions nécessaires à l'émergence d'un intérêt commun déterminant pour l'opérationnalisation du projet événementiel, notre quête de compréhension des dynamiques locales nous amènera à nous intéresser aussi à ce qui se passe en aval. L'analyse des impacts nous aura conduits, à ce stade, à ne traiter que la mise en interactions d'acteurs. C'est pourquoi cette réflexion sera complétée et approfondie dans la partie suivante construite autour du prisme territorial.

La troisième partie traite de l'ancrage territorial des événements sportifs parisiens étudiés. Nous aborderons cette notion à travers quatre dynamiques qui nous semblent révélatrices de l'ancrage de l'événement sportif dans le territoire hôte. Ainsi, le **sixième chapitre** présentera la dynamique sociale. Nous analyserons le potentiel de certains projets à mobiliser les attentions, à susciter les enthousiasmes, à créer de la cohésion et de la mixité, à générer du capital humain et de la participation sportive, ou encore à entraîner le développement de projets afférents. Nous verrons que ces notions de souvenirs et de mémoires sont les réelles émanations de l'événement sportif (Farge, 2002) qui contribuent à alimenter le territoire vécu. Le **septième chapitre** évoquera le dynamisme économique. Nous y analyserons les mécanismes par lesquels les flux financiers initiés par les dépenses de spectateurs ou d'organisation sur le territoire participent au circuit économique local. Dans

le **huitième chapitre**, c'est la dimension spatiale qui sera analysée par la manière dont l'événement se démarque dans l'espace public ou au sein de l'équipement dédié. L'analyse par le marquage urbain nous amènera à souligner la dimension stratégique qui réside dans cette mise en scène. Le **neuvième chapitre** s'intéressera à la façon dont l'événement s'appuie ou revendique des éléments du patrimoine. Ce peut être une infrastructure ou un espace public jalonnés par des monuments prestigieux qui contribuent à accorder du cachet au projet événementiel. Nous l'observons aussi lorsque l'événement s'appuie sur des valeurs ou une culture locale qui lui confèrent une dimension historique et pérenne. Cette relation avec le patrimoine est forme d'interdépendance qui ne peut s'appréhender en dehors du contexte local. Enfin, le **dixième et dernier chapitre** aura pour ambition d'agrèger tous ces éléments en soulignant la prégnance de variables comme la temporalité ou l'identité qui participent à la structuration du territoire vécu tel qu'alimenté par les événements sportifs. Nous proposerons une définition de la notion d'ancrage territorial des événements sportifs puis discuterons du territoire en vue d'opter pour une vision plus globale traduisant un « Paris Sportif ».

En conclusion, nous retracerons l'ensemble de la démarche. Le raisonnement mené depuis le recensement des projets événementiels sportifs parisiens nous amènera à présenter le modèle des dynamiques locales qui éclaire méthodiquement cette relation immatérielle entre le territoire et l'événement.

Tout au long de la thèse, nous aborderons divers enjeux renvoyant à l'organisation du sport en France. Nous aborderons notamment la question de la porosité entre les sphères privées et publiques, le rôle du mouvement sportif, le développement de la pratique sportive féminine, l'intégration par le sport, le bénévolat, le sport en milieu urbain, les « éléphants blancs » ou encore les mécanismes de financement d'une discipline.

Appréhender le contexte reste une des questions principales auxquelles se heurtent encore aujourd'hui et probablement pour longtemps encore les chercheurs en sciences sociales. Cela suppose de nombreuses dimensions qui ne sont pas toujours clairement identifiables, imbriquées les unes dans les autres, et parfois même difficilement analysables. Des outils très classiques et communément utilisés visent à rendre intelligible l'environnement au risque parfois de trop le simplifier. Ils invitent le praticien à s'attarder sur des dimensions particulières et distinctes. D'après Pociello (1999), le contexte dessine des configurations, c'est-à-dire des « *agencements particuliers d'éléments existants, qu'ils soient nouveaux ou préexistants* ». Selon lui, il peut prendre plusieurs formes : culturel, social, éducatif, industriel, technique. Mais le corollaire de la lisibilité de cette approche est la simplification qu'elle induit. De plus, en révélant certaines zones, elle ne fait qu'en plonger d'autres dans l'obscurité tout en risquant de trahir le degré d'implication et d'interdépendance de chacune d'entre elles. La volonté qui nous anime est d'aborder ce « contexte » de manière globale tout en cherchant bien entendu à respecter sa complexité. Cet enjeu ambitieux et central, sous-tend l'ensemble de notre réflexion. Le cadre offert par les dynamiques locales et l'approche réaliste interprétative permettent d'intégrer cette complexité à différents niveaux d'analyse.

Ce canevas analytique renvoie par essence à la transversalité des dimensions contextuelles, à la complexité de l'environnement et à la rationalité situationnelle dans laquelle l'événement sportif doit être considéré pour comprendre... et non plus mesurer.

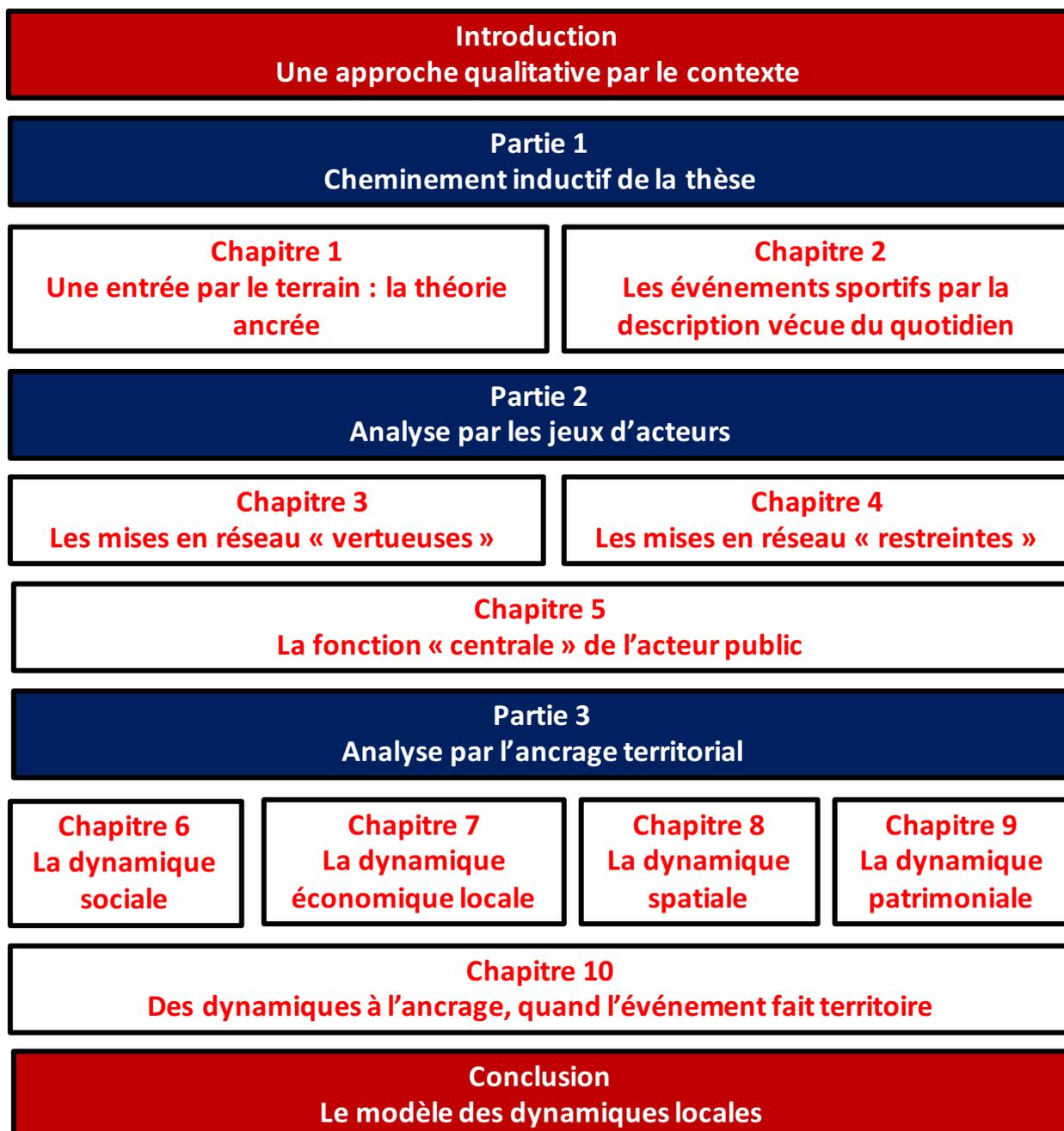


Figure 1 : structure de la thèse

Partie 1 : Le cheminement inductif de la thèse

Nous l'avons vu dans la partie introductive, les études d'impact des événements sportifs se tournent de plus en plus vers les dimensions qualitatives relatives aux externalités sociales. Pour ce faire, différentes approches sont développées généralement de manière qualitative par l'utilisation d'échelles de mesure de la satisfaction (Fredline et al., 2003 ; Small, Edwards et Sheridan, 2005), du sentiment de communauté (Onyx, Bullen, 2000 ; Chalip, 2006, Schulenkorf, 2009) ou encore du bonheur (Kavetsos, Szymanski, 2010 ; Taks et al., 2016). D'autres définissent l'impact social à travers le capital (Bullen, Onyx, 1998 ; Misener, Mason, 2006) ou le réseau (Wasche, Ritter, 2015) social qu'il mobilise. Il existe enfin des approches quantitatives visant à mesurer les coûts et les bénéfices sociaux (Barget, Gouguet, 2010).

Pour nourrir cette réflexion nous envisageons de développer une approche plus globale, à l'instar de l'impact humain que Mike Weed évoque dans certains éditoriaux (2011). Dans notre approche, ce sont les dynamiques locales qui visent à appréhender tout ce qui est généré par l'organisation d'un projet événementiel sportif. C'est la raison pour laquelle nous ne nous focaliserons pas sur une seule dimension, qu'elle soit sociale ou économique. En effet, plutôt que de se focaliser uniquement sur ces dimensions, ce sont toutes les interactions qui apparaissent autour de l'événement qui nous intéressent. Appréhender les dynamiques locales nécessite d'éclairer les mécanismes de diffusion de ces effets. Le contexte dans lequel l'événement émerge ou évolue semble aussi être une notion centrale à intégrer dans l'analyse. Pour comprendre ces processus, nous envisageons d'adopter une stratégie qualitative partant du terrain. Nous avons ainsi construit notre propre véhicule analytique en nous ouvrant à l'évidence empirique suggérée par l'utilisation de la théorie ancrée.

Nous prendrons le temps d'expliquer dans les pages qui suivent les éléments constitutifs de la posture et les principes qui se trouvent dans les méthodes d'induction analytique que nous utilisons. La théorie ancrée invite le chercheur à prendre appui sur le terrain pour construire la théorie. Dès lors, l'entrée de la recherche se situe au niveau du terrain en laissant le plus possible de côté les présupposés du chercheur. Toutefois, il y a une injonction paradoxale dans ce processus qui doit être développé au sein d'un cadre fait de rigueur et d'organisation. C'est ce que cette première partie de thèse présente.

Dans le premier chapitre nous évoquerons les grands principes de la théorie ancrée qui ont structuré l'ensemble de nos travaux de thèse. Nous présenterons ensuite les différents outils méthodologiques mis en œuvre à travers le triptyque : entretiens, observation, analyse documentaire. Nous parlerons d'épistémologie avant de conclure sur les caractéristiques de l'étude de cas multiples. Dans le chapitre 2 nous montrerons le point de départ de la méthode inductive qui sous-tend l'ensemble de notre réflexion. Nous appliquerons les premières étapes de la théorie ancrée à savoir la précision de l'objet de recherche, la délimitation du terrain, et l'ouverture à l'évidence empirique qui nous permettra de justifier les différents choix faits tout au long de cette démarche.

Chapitre 1 : Une entrée par le terrain : la théorie ancrée

« L'analyse qualitative est une activité fascinante. À l'entrée, une masse imposante de données brutes — notes de terrain, transcriptions d'entrevues, documents divers — à la sortie, une description et une analyse minutieuses d'un phénomène savamment questionné. Entre les deux, une activité longue et patiente d'interprétation passant par une série de procédés précis, une suite de réflexions, de remises en question, de découvertes et de constructions toujours plus éclairantes, toujours mieux intégrées. » Paillé (1994).

1.1 Les approches de théorisation inductive

Une méthode de recherche, correspond à la procédure logique d'une science, c'est-à-dire, « l'ensemble des pratiques particulières qu'elle met en œuvre pour que le cheminement de ses démonstrations et de ses théorisations soit clair, évident et irréfutable » (Aktouf, 1987). Pour définir le processus que nous utilisons pour notre recherche, nous prenons le temps de préciser les nuances entre les méthodes de théorisation inductives.

L'expression « analyse par théorisation ancrée » (ATA) constitue une traduction-adaptation de « *grounded theory* », l'approche de théorisation empirique et inductive développée en 1967 par Glaser et Strauss, puis reprise et enrichie par les deux auteurs, séparément ou en collaboration. Elle est considérée comme une méthode de référence en recherche qualitative (Mucchielli, Paillé, 2003) visant à « *générer inductivement une théorisation au sujet d'un phénomène culturel, social ou psychologique, en procédant à la conceptualisation et la mise en relation progressives et valides de données empiriques qualitatives* » (Paillé, 1996). Elle permet une « *formulation provisoire pour comprendre la complexité des phénomènes tant au niveau conceptuel qu'au niveau empirique de ses mises en situation* » (Meliani, 2013).

Pour ce qui est de la « théorisation », il ne s'agit pas vraiment de produire une théorie au sens de modèle de travail pour la compréhension, mais plutôt d'arriver à une compréhension nouvelle des phénomènes. Le terme « théorisation » suggère « *à la fois le processus et le résultat, tout en indiquant que le résultat lui-même n'est pas une fin mais plutôt l'état dans lequel se trouve, à un moment donné, une construction théorique donnée* » (Paillé, 1996). Le terme « ancré » quant à lui renvoie à la posture générale construite sur les données recueillies du terrain. Comme l'indique Paillé (1996), « *le matériau empirique est à la fois le point de départ de la théorisation, le lieu de la vérification des hypothèses émergentes, et le test ultime de la validité de la construction d'ensemble* ». L'objectif est d'atteindre « *l'adéquation empirique* » qui permet de rattacher la théorisation aux phénomènes observés qui en constitue les données. Elle est « *obtenue par le biais de la comparaison constante (Glaser, Strauss, 1967) entre la théorisation en construction et la réalité empirique* » (Paillé, 1996). Cette analyse itérative (Meliani, 2013) ne parvient que progressivement, par le jeu d'approximations successives, à la conceptualisation de son objet (Paillé, 1996).

Au sein de cette démarche, les étapes ne se font pas de manière chronologique, mais conjointe. Par exemple, la théorisation ne débute pas après le recueil des données mais au

même moment. C'est d'ailleurs le moyen de réorienter au fur et à mesure le regard, et les outils de collecte (grille d'observation, guide d'entretien) en fonction des premiers résultats. En conséquence, « *son évolution n'est ni prévue ni liée au nombre de fois qu'un mot ou qu'une proposition apparaissent dans les données* » (Paillé, 1994). C'est la raison pour laquelle elle se rapproche de la « *grounded theory* » de Glaser et Strauss en 1967 sans pour autant lui être identique selon Paillé (1994). Dans la théorisation ancrée, l'ambition est plus modeste : on se centre sur un objet d'étude pour parvenir à la théorisation en appliquant un certain nombre d'opérations (Meliani, 2013).

On trouve aussi dans la littérature l'existence d'une « *méthodologie de la théorie enracinée* » (MTE) qui est généralement utilisée comme un synonyme à la théorisation ancrée. Toutefois, Meliani (2013) éclaire cela en expliquant que l'ATA est décomposée en six opérations (Paillé, 1994, 1996 ; Paillé, Muchielli, 2003), alors que les principes de bases sont plutôt formulés pour la MTE (Guillemette, Luckerhoff, 2009).

En détail la MTE comprend les six points suivants abordés de manière conjointe :

- l'exploration et l'inspection : tester les analyses provenant de l'exploration pour confirmer ou infirmer leur cohérence avec les faits.
- le concept de « *l'emergent fit* » vise à ajuster sans cesse la théorisation en fonction des émergences.
- l'échantillonnage théorique et non statistique : collecter des données théorisables qui permettent de mieux comprendre et non de documenter.
- le recours aux écrits scientifiques : suspension temporaire des références avant l'analyse, on recense les écrits après.
- la sensibilité théorique : à la fois un enracinement dans les données empiriques et une distanciation, c'est-à-dire porter attention aux données dans une perspective théorique.
- la circularité de la démarche : recueil et analyse se font ensemble dans une interaction réciproque et se modifient l'un l'autre.

L'analyse par théorisation ancrée comprend les six points suivants, qui sont assez similaires à ceux présentés précédemment, bien que plus précis.

- la codification : c'est la reformulation de la réalité vécue ou exprimée par l'acteur, pour en retenir l'essentiel. Muchielli (1996) la définit comme « *l'opération intellectuelle du chercheur qui consiste à transformer des données brutes (faits observés, paroles recueillies...) en une première formulation scientifique* ».
- la catégorisation : « *c'est un mot ou une expression désignant, à un niveau relativement élevé d'abstraction, un phénomène culturel, social ou psychologique* ».

tel que perceptible dans un corpus de données » (Paillé, 1996). C'est la première étape de la théorisation.

- la mise en relation : c'est le moment de systématiser les relations perçues entre plusieurs phénomènes ou concepts (Meliani, 2013).
- l'intégration : il s'agit de dépasser les différents phénomènes observés pour voir émerger un phénomène général. L'intégration permet de renommer précisément ce sur quoi porte l'étude, c'est ici que l'on prend conscience de la portée de notre analyse (Meliani, 2013).
- la modélisation : une fois le phénomène général saisi, l'analyse se poursuit à un niveau d'abstraction élevé. Le travail consiste à « *reproduire le plus fidèlement possible l'organisation des relations structurelles et fonctionnelles caractérisant le phénomène principal cerné au terme de l'opération d'intégration* » (Paillé, 1996)
- la théorisation : c'est formuler la théorisation tout en ayant à l'esprit qu'elle ne sera jamais achevée. La théorisation doit permettre de saisir la complexité du phénomène tant au niveau conceptuel qu'au niveau empirique de ses mises en situation (Meliani, 2013).

Enfin, dans la « *grounded theory* », la prétention à favoriser l'innovation est supportée par la proposition d'un certain nombre de procédures méthodologiques. Nous soulignerons les quatre qui suivent : la suspension temporaire du recours à des cadres théoriques existants, la façon particulière de préciser l'objet de recherche, l'interaction circulaire entre la collecte et l'analyse des données, les procédures d'analyse favorisant l'ouverture à l'émergence. Le tableau ci-dessous synthétise les différents points constitutifs de chaque approche.

Analyse par théorisation ancrée (ATA)	Méthode de la théorie enracinée (MTE)	Grounded theory (GT)
Codification	Exploration/inspection	Suspension temporaire théorie
Catégorisation	Concept « émergent fit »	Précision de l'objet de recherche
Mise en relation	Echantillonnage théorique	Interaction circulaire
Intégration	Recours aux écrits scientifiques	Analyse ouverte à l'émergence
Modélisation	Sensibilité théorique	
Théorisation	Circularité	

Tableau 1 : les différentes approches de théorisation inductive

Le point commun réside dans la posture générale d'ouverture à l'évidence empirique par une chronologie non séquencée de chaque étape et la théorisation progressive de données collectées vers un degré d'abstraction de plus en plus général. Dans tous les cas, cela nous amène vers une « *science du singulier qui cherche les liens entre les régularités tout en tenant compte des pluralités* » (Meliani, 2013). En effet, la réalité est singulière mais elle est composée d'éléments ressemblants que le chercheur met en relief. La richesse scientifique de l'induction analytique et la latitude créative qu'elle véhicule, pour correspondre aux critères de scientificité, nécessitent de s'inscrire dans un cadre que ces méthodes fournissent. En effet, la préoccupation systématique de ce qui est produit au regard des données empiriques permet de toujours pouvoir remettre en cause la production intellectuelle du chercheur. Pour rappel, l'induction peut être considérée comme une interaction entre les données du terrain et l'interprétation du chercheur. Toutefois, même s'il essaie de mettre ses références de côté, il perçoit le terrain à travers le filtre de sa sensibilité théorique (Meliani, 2013) et de sa propre culture. Il est donc nécessaire d'explicitier « *la relation entre les intuitions du chercheur (faites de savoirs antérieurs et de références à des théories existantes) et les suggestions qui proviennent des données de terrain* » (Guillemette, 2006). La citation suivante explique la manière dont le travail créatif doit s'enrichir de la littérature scientifique.

« Dans l'induction analytique, un phénomène est décrit et interprété à partir de la catégorie et l'abduction permet de trouver des relations conceptuelles entre les catégories et donc des "règles" pour comprendre un phénomène. [...] L'utilisation de l'induction analytique et de l'abduction permet d'actualiser le travail créatif de la recherche qualitative tout en ayant recours aux connaissances existant dans le domaine auquel l'objet d'étude appartient » (Anadón, Guillemette, 2007, se référant aux travaux de Kelle et Bird, 1995).

Enfin, les critères de scientificité sont toujours le fruit d'un construit social résultant d'un rapport de force entre les chercheurs au sein de chaque domaine scientifique et entre les domaines (Meliani, 2013). Sans nier leur utilité, les méthodes quantitatives ne peuvent donner une vision des phénomènes similaire à l'étude de cas qualitative (Gagnon, 2012). Le questionnaire, qui en reste le principal outil, fait appel à la réflexion des répondants alors que l'on sait que 95% des pensées humaines sont inconscientes (Fauconnier, 1997 ; Schank, 1999 ; Woodside, Wilson, 2003 ; Zaltman et al., 2003) et que les individus ont un accès limité à leur propre processus de pensée (Witte et al., 1972 ; Van Someren, Barnard, Sandberg, 1994 ; Woodside, Wilson, 2000). De plus, ils ne permettent pas de reconstruire des processus car ils sont le reflet d'un phénomène (et de sa distribution dans une population donnée) à un instant « t ». En ce qui nous concerne, ce sont bien les dynamiques autour des événements inscrits dans la temporalité qui nous intéressent.

Après avoir évoqué dans les détails les différentes démarches inductives, nous allons présenter les quatre grands principes que nous avons employés pour présenter méthodologiquement notre travail de thèse :

- La suspension temporaire du recours à des cadres théoriques existants
- Une façon particulière de préciser l'objet de recherche
- L'interaction circulaire entre le terrain et la littérature
- Les procédures d'analyse favorisant une ouverture à l'émergence

Bien que notre démarche, profondément inductive, se situe à l'intersection des trois postures présentées, nous avons choisi de nous appuyer sur les fondements de la « *grounded theory* » pour construire notre véhicule analytique. Ce parti pris s'appuie sur la reconnaissance internationale de cette méthode¹⁸ ainsi que sur la clarté des quatre principes qui reprennent de manière synthétique l'ensemble des éléments évoqués. C'est surtout le moyen d'expliquer les choix effectués dans la délimitation du sujet et des questions de recherche qui sous-tendent l'ensemble de notre réflexion.

De plus, comme évoqué au début de cette partie, l'expression « analyse par théorisation ancrée » constitue une traduction-adaptation de « *grounded theory* ». Nous avons aussi vu que la MTE et l'ATA sont généralement considérées comme des synonymes (Meliani, 2013). C'est la raison pour laquelle nous n'irons pas plus loin dans ce débat qui, pour la plupart des universitaires, reste anecdotique, tant l'analyse inductive sous-tend d'elle-même des principes communs aux trois méthodes. Toutefois, nous utiliserons le terme « théorie ancrée » dans la suite du manuscrit pour en simplifier la compréhension.

Nous allons donc présenter les conditions dans lesquelles la suspension temporaire du recours à des cadres théoriques existants s'est opérée ainsi que la démarche extensive entamée. Ensuite, nous présenterons la manière dont nous avons précisé l'objet de recherche, conformément aux préceptes initiaux de la « *grounded theory* » formulés en 1967 par Glaser et Strauss. Les deux derniers principes renvoient à la démarche générale, c'est-à-dire l'interaction circulaire entre la collecte et l'analyse ainsi que les postures nécessaires à l'émergence de faits empiriques dignes d'intérêt scientifique.

¹⁸ Dont l'analyse par théorisation ancrée (ATA) et la méthode de la théorie enracinée (MTE) découlent en réalité.

1.1.1 La suspension temporaire du recours à des cadres théoriques existants

Le point de départ de la théorie ancrée nécessite de faire abstraction le plus possible, des pré-compréhensions fournies par les théories existantes. Cette suspension est une posture d'ouverture qui est directement liée à l'orientation générale de la démarche, c'est-à-dire à sa finalité de générer des théories fondées à partir de données empiriques (Guillemette, 2006).

En parlant de l'approche proposée par Glaser et Strauss en 1967, Alvesson et Skoldberg (2009) indiquent que ces sociologues ont introduit un nouveau sens au terme « théorie » en ne le réduisant plus à être synonyme des théories développées par les grands auteurs comme Marx, Weber, ou Durkheim.

Si l'on veut théoriser ou si l'on veut que la compréhension d'un phénomène émerge du terrain, on ne peut pas partir d'une théorie existante et s'en servir pour vérifier si elle permet d'expliquer telle ou telle situation (Guillemette, 2006). L'approche préconisée vise à ce que le cadre théorique soit généré à partir des données plutôt qu'à partir des recherches antérieures – même si ces recherches antérieures ont une certaine influence sur la compréhension des phénomènes observés. Ils y sont d'ailleurs confrontés tout au long de l'analyse. On parle de « *méthode générale de comparaison constante* » des données avec la littérature en vue de définir le cadre théorique final (Stern, 1980).

C'est la raison pour laquelle, pour ces auteurs, cette suspension est nécessairement temporaire. Elle dure le temps qu'émerge une théorie consistante sur la base du travail empirique. Ainsi, le chercheur pourra établir les similarités et les différences entre, d'une part, les résultats de l'analyse théorisante effectuée au cours de la recherche et, d'autre part, les résultats qui se trouvent dans les écrits scientifiques (Glaser, 1978).

La manière traditionnelle (hypothético-déductive) de procéder consiste à lire les écrits scientifiques liés à l'objet d'étude avant de commencer la recherche. Toutefois, selon les praticiens de la théorie ancrée, il est recommandé d'effectuer cette lecture durant les derniers moments de l'analyse, quand il devient possible d'intégrer les données empiriques (Guillemette, 2006).

Comme l'évoque Dey (1999), au minimum, le chercheur doit laisser de côté ses « préférences » théoriques pour s'ouvrir à l'évidence empirique. Ainsi, il y a davantage de possibilités de se diriger dans des voies d'innovation scientifique.

Ce premier principe constitué dans notre thèse d'une entrée par le terrain et par un recensement extensif des événements sportifs détaillés plus loin dans ce manuscrit, correspond parfaitement à l'approche que nous souhaitons adopter pour traiter des dynamiques locales autour de l'événementiel sportif. Tout d'abord, cela nous met dans une posture adaptée à la compréhension des externalités relatives aux dimensions sociales, politiques ou culturelles. Cela s'inscrit aussi parfaitement dans notre volonté de garder une approche globale multidimensionnelle non focalisée uniquement sur l'impact économique ou social. Enfin, cela rejoint notre volonté de nous intéresser à ce qui émerge du terrain et qui peut difficilement être anticipé dans la littérature.

1.1.2 Une façon particulière de préciser l'objet de recherche

Dans la théorie ancrée, on ne problématise pas nécessairement sous forme d'hypothèses ni de questions de recherche, mais on identifie plutôt les paramètres du phénomène ou des situations sociales que l'on veut étudier (Strauss, Corbin, 1998). Toutefois, le recours à la problématisation sous forme interrogative constitue une étape facultative qui peut permettre de structurer le raisonnement et le premier regard à porter sur le terrain. C'est cette question qui oriente les premières versions des outils de collecte tels que la grille d'observation ou le guide d'entretien semi directif. Dans notre cas, la question de départ est « *pourquoi organise-t-on un événement sportif ?* ». Mais il est important de noter que la définition de l'objet de recherche conserve un caractère provisoire qui peut être modifié jusqu'à la fin de la réalisation de la recherche. Ainsi, la question évoluera au fil du temps pour laisser place à une problématisation favorisant la théorisation. C'est la raison pour laquelle dans la théorie ancrée telle que nous l'utilisons, la phase exploratoire dure en réalité tout le long de la recherche.

La recherche exploratoire peut viser à clarifier un problème qui a été plus ou moins défini, ou pour combler un vide (Van Der Maren, 1995) visant à baliser une réalité ou choisir les méthodes de collecte (Trudel, Simard, Vonarx, 2007). Toutefois, ces étapes sont inhérentes à la théorie ancrée qui comporte en son sein des principes relatifs à l'exploration comme la suspension temporaire des cadres théoriques existants et l'entrée par le terrain. Ainsi, comme l'expliquent Trudel, Simard et Vonarx en 2007, le caractère exploratoire d'une recherche peut dépendre de l'intention de départ, tout comme il peut définir certains aspects de la méthode. Dans notre cas, il fait corps à notre conception de la théorie ancrée.

Pour continuer à clarifier l'objet de recherche, il faut porter une attention particulière à l'émergence de paramètres pouvant le modifier. Il arrive, par exemple, qu'émerge une large variation du phénomène et que des situations se révèlent en cours de route être apparentées aux situations qui faisaient clairement l'objet de l'étude au début (Glaser, 2001). Ainsi, même si une certaine question ou problématique peut avoir été établie au départ, elle est modifiée à mesure que les données proviennent des acteurs qui vivent le phénomène et donc les « *problèmes* » qui lui sont liés (Willig, 2001), sous-jacents au questionnement scientifique.

Enfin, la délimitation de l'objet de recherche doit répondre à des critères qui sont « *davantage de l'ordre de la pertinence sociale et scientifique que de l'ordre de la cohérence théorique de la problématique de départ* » (Guillemette, 2006). Ainsi la pertinence peut se manifester progressivement au fur et à mesure que la démarche de recherche s'ouvre à de nouveaux champs d'exploration. Dans cette perspective, l'objet de recherche est défini davantage comme un « *territoire à explorer ou un phénomène à comprendre progressivement que comme une question de recherche* » (Guillemette, 2006).

Plus concrètement dans notre thèse, la précision de l'objet de recherche prend dans un premier temps la forme d'une double délimitation : de l'objet (événement sportif récurrent), et du terrain du point de vue spatial (la ville de Paris). Nous verrons un peu plus loin les éléments relatifs à la définition de notre champ d'étude, en justifiant nos choix. Dans un second temps, les éléments récoltés sur le terrain et les premières analyses ont généré la création de thèmes (ou catégories dans la littérature relative à la théorie ancrée) qui ont précisé toujours un peu plus notre objet de recherche et le prisme par lequel nous

l'observons (jeux d'acteurs, ancrage territorial) aboutissant à la théorisation du phénomène étudié (dynamiques locales).

1.1.3 L'interaction circulaire.

La théorie ancrée suggère de procéder à une interaction circulaire entre la collecte et l'analyse des données. Glaser et Strauss (1967) expliquent que ces opérations doivent être faites « ensemble ». Pour cela, il faut estomper les frontières habituelles entre la collecte et l'analyse des données en « fusionnant » ces opérations et ce, du début à la fin de la réalisation de la recherche (Guillemette, 2006). Holloway et Wheeler (2002), suggèrent de parler d'un « développement en parallèle » tandis que Hutchinson et Willson (2001), évoquent une simultanéité et une concurrence (au sens anglais du terme c'est-à-dire une mise en relation). Norton (1999) enfin, emploie l'expression « processus cyclique ». Toutes ces formulations traduisent la même idée qui s'oppose aux démarches méthodologiques « habituelles » qui suivent des étapes de recherche de manière séquentielle.

Selon l'expression de Glaser (2001), la théorie ancrée propose plutôt une approche en spirale. Le chercheur avance dans sa recherche en revenant constamment sur des « étapes » déjà amorcées et surtout en reliant entre elles ces différentes démarches (Glaser, 1978), en particulier pour les plus importantes que sont la collecte et l'analyse des données (Guillemette, 2006).

Concrètement, la recherche étant inductive, l'analyse débute dès que les premières données sont collectées. C'est le point de départ de la démarche qui vise à « faire ressortir » des données de terrain, la théorie relative au phénomène à l'étude (Guillemette, 2006). Généralement, le chercheur retourne plusieurs fois sur le terrain pour, d'une part, ajuster sa théorie émergente, et pour d'autre part, élargir la compréhension du phénomène (Glaser, Strauss, 1967). Ce principe de circularité s'applique à toutes les parties de la recherche, de la construction de la problématique jusqu'à la rédaction finale du rapport (Glaser, 1978). C'est une confrontation continue des données à la littérature pour nourrir une analyse devant aboutir à la théorisation de l'objet de recherche. Dans notre thèse, le recensement des événements sportifs parisiens récurrents en est le point de départ.

1.1.4 Des procédures d'analyse favorisant une ouverture à l'émergence

À partir d'un premier épisode de collecte de données, et pour les épisodes suivants, l'analyse consiste à s'ouvrir à ce qui émerge des données, notamment par l'utilisation de catégorisation, c'est-à-dire un regroupement de remarques, de discours, pouvant aboutir à une idée ou un concept. Cette phase peut, par l'utilisation du logiciel *In Vivo*, suivre une voie très calibrée par l'analyse de l'occurrence de certains termes dans le discours des acteurs par exemple. À ce sujet, Strauss et Corbin (1998) parlent d'une « écoute » des données. Ce travail peut aussi s'effectuer de manière plus détachée de la forme par une analyse du sens et l'utilisation de méthodes interprétatives (Weed, 2008) ou de synthèses interprétatives (Wagenaar, 2006 ; Weed, 2006).

Dans notre thèse, nous nous situons dans le prolongement de ces méthodes qui offrent selon nous une meilleure compréhension de l'objet de recherche. En effet, utiliser une synthèse quantitative peut entraîner des écueils (Weed, 2006). Tout d'abord, la réduction des résultats qualitatifs à une mesure statistique de probabilité va générer la perte d'une grande partie de la richesse du qualitatif. D'autre part, cela risque de reléguer la recherche qualitative à un rôle secondaire de soutien des données quantitatives puisque ces dernières se prêtent généralement mieux à l'exercice de la synthèse.

Il existe aussi des limites à cette méthode (Weed, 2002). La principale réside probablement dans la nécessité de présenter de manière descriptive les données avant de pouvoir apporter un éclairage analytique. Ainsi, bien que le terme « synthèse » décrive cette approche, il est essentiel de passer par une étape descriptive rallongeant la taille des écrits. C'est le cas de notre thèse qui ne manque pas de laisser une large place à la présentation descriptive des événements (chapitre 2) qui serviront plus loin à l'analyse par catégorie, puis à la théorisation de l'objet de recherche, à savoir les dynamiques locales. En corollaire, dans l'analyse des données, les résultats sont restreints à la description du phénomène faite en premier lieu et donc aux partis pris du chercheur. De plus, cela limitera la synthèse en nombre de perspectives de recherche fermées par la « richesse confondante » des données.

Cette ouverture formalisée par l'utilisation de la synthèse interprétative implique ce que Descartes appelle le « doute méthodique » : c'est-à-dire une modestie par la remise en question des savoirs du chercheur ou du moins, un certain scepticisme stratégique par rapport au connu (Strauss, Corbin, 1998). Le chercheur fait donc l'effort d'une mise entre parenthèses de ses savoirs sur l'objet de son étude pour une ouverture maximale à ce qui peut émerger des données (Glaser, 1995 ; Strauss, Corbin, 1998). Des experts de la théorie ancrée (Wilson, Hutchinson, 1991 ; Glaser, 1992 ; Strauss, Corbin, 1998), conseillent de réaliser cette mise entre parenthèses par une opération d'éclairage des idées préconçues du chercheur concernant l'objet de sa recherche, notamment en mettant par écrit ce qu'il pense spontanément sur cet objet ou ce qu'il connaît dessus (Guillemette, 2006). On peut aussi appeler cela « les accroches » ou les premiers « codes ». Cette étape se poursuit donc par une phase de conceptualisation qui s'étend jusqu'à la saturation des données.

1.1.4.1 La conceptualisation des données

Ces codes/catégories/thèmes sont créés par le chercheur en référence à ce qu'il perçoit comme émergeant des données empiriques plutôt que ceux créés à partir de concepts qui appartiennent à des théories préexistantes (Strauss, Corbin, 1998). D'après Glaser et Strauss (1967), il faut plutôt « écouter » les données pour générer des catégories ajustées aux données. En d'autres mots, ce sont les concepts qui doivent s'ajuster aux données empiriques et non l'inverse (Guillemette, 2006).

C'est en ce sens que Glaser et Strauss proposent de remplacer la démarche de découverte des données qui confirment les théories, par une démarche de découverte de théories qui correspondent à ce qui émerge des données (Guillemette, 2006). Ils expliquent ainsi : « *il ne faut pas essayer de forcer des données rondes à entrer dans des catégories carrées ; il faut plutôt essayer constamment de trouver et d'ajuster les catégories pour qu'elles nomment le plus adéquatement possible ce que suggèrent les données* » (Strauss, Corbin, 1998 ; Glaser, 2005).

Après cette première organisation des idées et conceptualisation des données, les autres niveaux sont de plus en plus théoriques. Toutefois, la « montée théorisante » se fait toujours en conservant le lien d'évidence avec les données brutes (Guillemette, 2006). Ce lien constitue un critère de qualité de l'analyse qui est opérationnalisé et/ou validé par la prise en compte de ce qui est suggéré par les données. C'est la raison pour laquelle nous ferons très régulièrement apparaître des éléments de données brutes tels que des *verbatim* ou des notes d'observation dans nos écrits.

À partir de l'analyse progressive, le chercheur retourne au terrain dans un mouvement qu'on appelle l'échantillonnage théorique (Guillemette, 2006). C'est-à-dire que les personnes, les lieux et les situations dans lesquelles le chercheur collecte des données empiriques sont sélectionnés en fonction de leur capacité à favoriser l'émergence et le développement de la théorie (Glaser, Strauss, 1967 ; Glaser, 1978, 1992, 2005 ; Charmaz, 1990). Lorsque l'échantillonnage est théorique, il ne s'agit pas de populations ou de sujets, mais plutôt des échantillons de situations dans lesquelles le chercheur pourra cueillir des données « théorisables » pour comprendre le phénomène, plutôt que de simplement le documenter (Guillemette, 2006). C'est le cas dans notre thèse puisque nous choisirons d'utiliser un échantillonnage théorique (Gagnon, 2012), afin de sélectionner le nombre d'événements étudiés suite au recensement extensif que nous détaillerons à la fin de ce chapitre, dans le point 1.7.

1.1.4.2 La saturation des données :

Ce processus se poursuit jusqu'à la « saturation » de l'analyse théorisante. Elle correspond à un jugement par lequel le chercheur considère que la collecte de nouvelles données n'apporterait plus rien à la conceptualisation et à la théorisation du phénomène à l'étude (Morse, 1995 ; Laperrière, 1997 ; Strauss, Corbin, 1998 ; Holloway, Wheeler, 2002). Glaser et Strauss (1967) expliquent que le point de saturation théorique est atteint « *lorsqu'il n'émerge plus rien de vraiment nouveau, ni de vraiment consistant de la collecte des données* ». Néanmoins, la saturation restera nécessairement relative en ce sens qu'une analyse est toujours plus ou moins saturée et qu'elle pourrait toujours l'être davantage (Charmaz, Belgrave, 2002).

Le potentiel d'innovation permis par la spécificité de l'approche encourage l'utilisation de questions de recherche qui n'ont jamais fait l'objet d'une étude scientifique (Laperrière, 1997). Selon François Guillemette¹⁹ (2006) « *les chercheurs qui choisissent l'approche de la théorie ancrée comme méthodologie générale le font parce qu'elle leur permet de créer de nouvelles idées et des conceptions innovantes ; ils y voient une approche qui leur permet de contribuer vraiment au développement des connaissances* ». Toutefois, la prudence et la réflexivité s'imposent dans la démarche tout au long des opérations d'analyse, qui bien que de moins en moins soumises à des critiques sur le thème de la scientificité, nécessite une rigueur de tous les instants. C'est la condition pour ne pas tomber dans l'écueil principal que la méthode cherche à éviter, à savoir la vérification de théories existantes.

Nous venons de présenter les bases de la théorie ancrée qui structure l'ensemble de notre thèse. Avant de détailler la manière dont nous l'avons concrètement appliqué à notre terrain, il nous semble important de nous attarder sur notre posture épistémologique. Cela va permettre d'éclaircir le cadre dans lequel nous effectuons notre recherche et de justifier le choix de la méthodologie et des outils de collecte. En effet, la position que l'on prend sur ce plan oriente le regard, c'est-à-dire que cela permet de voir certains phénomènes tout autant que cela nous rend aveugle à d'autres (Selltiz, Wrightsman, Cook, 1977). Il est donc primordial de porter une attention particulière à l'articulation logique entre la position épistémologique et les outils d'observation et d'analyse des données choisis (Van der Maren, 1995, 1999).

¹⁹ Dont la revue de littérature a largement contribué à la constitution de cette partie.

1.2 La position épistémologique

Pour les épistémologues, deux points de vue dominants s'opposent en ce qui concerne la fonction des théories (Narcy-Combes, 2002). Le réalisme, pour qui la théorie décrit ce à quoi le monde ressemble et dont le concept inclut la notion de vérité, et l'instrumentalisme, qui affirme que les théories sont conçues comme des instruments pour relier des séries d'états observables. D'après Chalmers (1987), la vision réaliste serait plus motivante pour les chercheurs. Il explique que « *le but d'une science est d'établir des limites à l'application des théories actuelles et de développer des théories qui sont applicables au monde avec le plus grand degré d'approximation, dans une grande variété de circonstances* ». Narcy-Combes (2002) explique que cela rejoint d'autres points de vue selon lesquels il n'est pas possible d'établir une concordance iconique entre la représentation et la réalité (Barbot, Camatarri, 2015). Sans entrer dans les détails, trois grandes positions épistémologiques existent en sciences sociales.

La première est la position empirico-naturaliste. Elle fut celle de la plupart des anthropologues de la première moitié du vingtième siècle. Son objectif est d'expliquer le plus objectivement possible les faits. Cette posture explicative de tradition Durkheimienne est objectiviste puisque le chercheur s'intéresse aux éléments observables et non à ce qui est intérieur aux individus. Dans ce cas, l'accent sera mis essentiellement sur la description des événements observés. Elle est descendante, à partir d'une théorie, car elle formule des hypothèses et cherche à les valider (Narcy-Combes, 2002).

En revanche, si le chercheur se réfère à une position plutôt interprétative (inspirée de la phénoménologie), l'objectif consistera avant tout à comprendre la signification que les acteurs attribuent à leurs pratiques. Par conséquent, le regard se portera surtout sur la construction du sens. Elle renvoie à la posture compréhensive de tradition Weberienne, qui est subjectiviste et cherche à comprendre ce qui meut les individus. Elle recherche le sens que les personnes donnent à leur action. Elle se veut ascendante, partant des données du terrain pour comprendre les phénomènes sociaux (Narcy-Combes, 2002).

Enfin, si l'on se veut constructiviste (position épistémologique en étroite filiation avec la précédente), on poursuivra l'objectif de comprendre les règles de construction du social. C'est pourquoi, le chercheur accordera une attention particulière aux interactions entre les acteurs lorsqu'ils co-construisent leur monde (Martineau, 2005). Dans cette posture plus interactionniste, les chercheurs ne théorisent pas généralement, mais opèrent en fonction des contextes et des problèmes.

Pour Narcy-Combes (2002), un conditionnement personnel ou culturel peut expliquer que l'on se reconnaisse plus dans une posture ou dans une autre. Comprendre pourquoi et comment rendra plus légitime la position prise et permettra une plus grande cohérence.

Dans notre cas, nous envisageons de traiter l'objet de recherche des événements sportifs et les dynamiques locales qu'ils véhiculent dans un contexte donné. Pour cela, nous avons expliqué vouloir partir du terrain, choix qui nous permet d'avoir une meilleure emprise sur les phénomènes immatériels que nous voulons appréhender. Par exemple, nous voulons travailler sur les jeux d'acteurs pour comprendre les motivations qui expliquent le comportement de tel ou tel acteur. Pour ce faire, nous envisageons de travailler sur un certain nombre d'événements sportifs sous forme de monographies et d'études de cas. Pour

définir notre position sur cet échiquier, le schéma de Juan (1999) adapté de Chalmers (1987) ci-après, permet de clarifier nos propos.

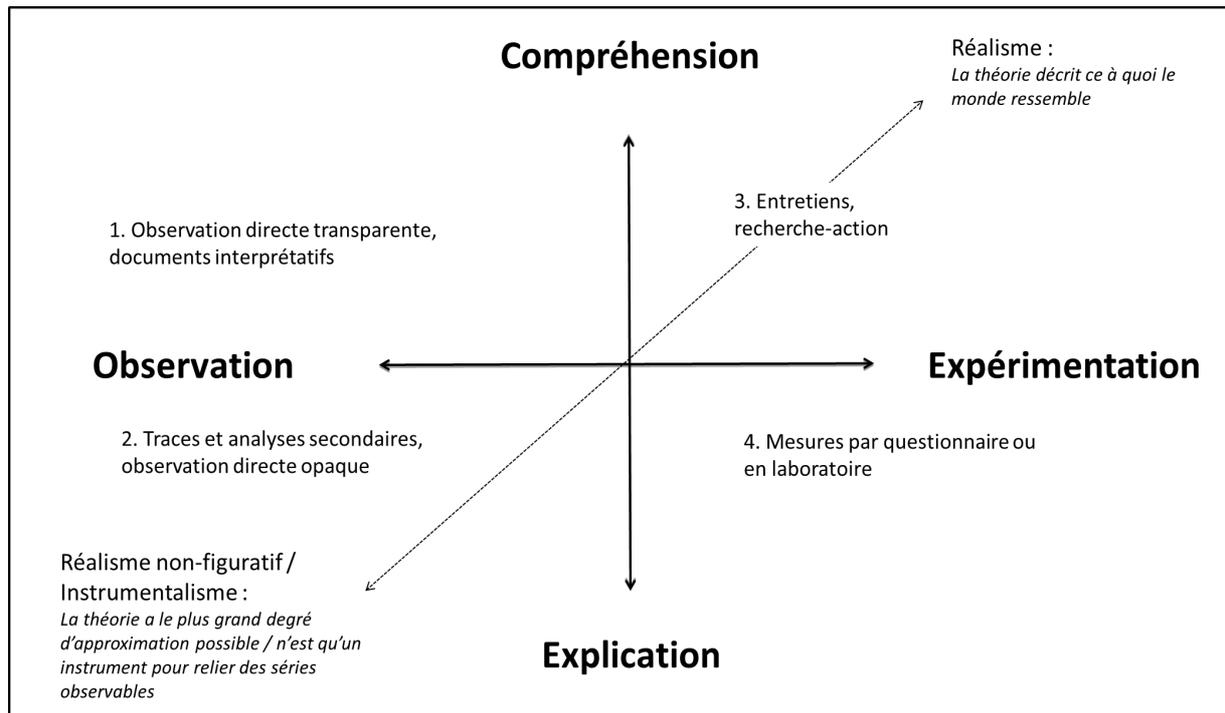


Figure 2 : approches et horizons de la méthode en sciences humaines d'après Juan (1999) et adapté de Chalmers (1987)

Travailler à partir d'études de cas ou monographies (nous utilisons les deux termes comme synonymes) nous positionne du côté d'une approche compréhensive. La définition de la monographie en sociologie, est « *une enquête ou une étude approfondie limitée à un fait social particulier et fondée sur une observation directe qui, mettant en contact avec les faits concrets, participe de l'expérience vécue et relève de la sociologie compréhensive* » (Gurvitch, Moore, 1947). Le fait social étudié est l'événement sportif. La sociologie compréhensive est le courant de la sociologie qui s'intéresse particulièrement au sens que les gens et les organisations donnent à leurs pratiques et représentations : elle ne questionne pas seulement ce qu'ils font ou disent, mais aussi le pourquoi de ce qu'ils font ou disent en acceptant de prendre au sérieux, au moins temporairement, les explications qu'ils en font. Cette sociologie est traditionnellement associée à Weber, comme expliqué précédemment. Elle suggère une méthodologie ascendante, que la théorie ancrée permet de formaliser. L'utilisation de la méthode de synthèse interprétative (Weed, 2006) entérine notre positionnement au sein de cette approche compréhensive (ou interprétative).

En outre, la place accordée au contexte dans notre travail nous place du côté du « réalisme » dans le schéma de Juan (1999). Nous ne sommes pas dans de l'expérimentation pure puisque nous cherchons, en tenant compte de la complexité des systèmes organisationnels à décrire ce à quoi le monde ressemble. De plus, théoriser les dynamiques locales est également un moyen d'appréhender au mieux la réalité puisque le concept développé initialement par Charrier et Jourdan (2014) est conçu pour décrire, puis comprendre les dynamiques induites par l'implantation d'un équipement sportif, l'organisation d'un événement ou le développement d'une pratique. Nous nous situons donc en haut à droite (réalisme) dans la figure 2. Dès lors, les méthodes de collecte de données qui correspondent

à notre position épistémologique selon Chalmers (1987) et Juan (1999) sont l'observation directe, les documents interprétatifs et les entretiens.

La sociologie par approche inductive appartient à un registre de production théorique différent de celui des sciences de la vie. La théorie doit, par conséquent, être développée à partir d'un corpus de données empiriques (traitées de manière comparative) et non s'inscrire dans une théorie donnée *a priori*. Les résultats empiriques obtenus doivent être éclairés par la théorie élaborée par l'analyste. Pour Glaser et Strauss, c'est le processus par lequel la théorie va être construite qui valide sa qualité. L'analyse de l'action organisée penche très nettement en faveur d'une telle démarche (Musselin, 2005).

1.3 Le recours à la subjectivité : un moyen et non une limite.

Le fondement de la spécificité de la recherche qualitative se trouve dans une certaine conception de la réalité humaine comme objet de connaissance (Anadon, 2006). Le caractère spécifique et subjectif de la réalité humaine est valorisé à travers la perspective interprétative dérivée de la phénoménologie d'Husserl, Heidegger ou Merleau-Ponty, introduit dans la sociologie par Schutz, ou encore Berger et Luckman en 1987 (Anadon, Guillemette, 2007). Cette orientation commune à la majorité des approches qualitatives propose les catégories de subjectivité, de sens et de signification servant l'analyse de la réalité et la construction des connaissances. Ainsi, les perceptions, les représentations, les sentiments et les actions des acteurs sociaux sont autant d'objets de compréhension de la société. Cette dernière abordée par le prisme des points de vue des acteurs ne peut exister sans interactions avec le langage et la formalisation de la pensée soumise à tout un système de valeurs.

Weber conçoit « *l'étude des phénomènes sociaux comme une lecture interprétative faite par l'homme qui se définit autant par sa rationalité que par son propre point de vue qui donnera forme et sens aux phénomènes qui composent l'univers social, à un moment donné* » (Anadon, Gohier, 2000). Ainsi, l'antagonisme entre compréhension et explication s'estompe car cela pose l'explication comme dépendante de l'interprétation (Anadon, Guillemette, 2007). Les approches « compréhensives » proposent alors un type d'explication différent parce que non causal et non linéaire.

D'un point de vue méthodologique, la connaissance développée à partir de ces perspectives est donc réalisée à partir de la construction d'un consensus basé sur le dialogue et l'intersubjectivité. À ce sujet, Habermas (1987) explique justement que la connaissance n'est possible que par la collaboration étroite entre chercheurs et acteurs sociaux qui adoptent ce qu'il appelle une « *attitude réalisative* ». C'est-à-dire un effort conjoint pour comprendre les réalités étudiées pouvant déboucher sur des perspectives de compréhension plus complexes que celles qui ne sont construites qu'à partir du point de vue du chercheur et des théories existantes (Anadon, Guillemette, 2007). Comme expliqué à travers notre position épistémologique et le recours aux méthodes compréhensives, la subjectivité est mise en valeur dans l'interprétation des conduites humaines et sociales. La signification et l'interprétation sont donc élaborées par et dans les interactions sociales où les aspects politiques et sociaux affectent les points de vue des acteurs. C'est pourquoi « *le mythe de la neutralité analytique est débusqué et l'étude des réalités humaines devient un espace de connaissances multiples dans lequel la rationalité et le discours de la causalité font place à l'interprétation et au consensus* » (Anadon, Guillemette, 2007).

La théorisation se structure à partir de découvertes successives faites pendant le processus de recherche. La validation des découvertes (ou intuitions, ou accroches selon les terminologies de chacun) est faite à travers le dialogue, la négociation du sens, la réflexion critique interpersonnelle, la recherche d'une lecture consensuelle de la réalité étudiée, l'interaction entre le vécu du chercheur et celui des participants (Anadon, Guillemette, 2007). En effet, dans une perspective interprétative, la connaissance devient une construction partagée à partir de l'interaction chercheur/participants. Mais il existe une distinction entre ce que l'on peut appeler la réalité empirique (objective et matérielle) et la connaissance que l'on peut avoir de cette réalité. C'est ce que l'on appelle la réalité épistémique (Anadon, 2006). Si la première peut avoir une existence indépendante, la dernière n'existe que par la présence d'un sujet, de ses références et de ses schémas de pensée. Ce sujet, en l'occurrence le chercheur ou l'acteur social, est construit par une culture et des rapports sociaux. Ainsi, « *la définition que le sujet se donne de la réalité, sa compréhension et son analyse (subjectivité) dépendent des manières de percevoir, penser, sentir et d'agir particulières au sujet qui le conditionne à un moment donné, dans un lieu donné* » (Anadon, Guillemette, 2007). Dès lors, la subjectivité et l'intersubjectivité sont considérées comme des « moyens » incontournables de construction des savoirs et non comme des obstacles à la production de connaissances.

À partir de cette analyse de la subjectivité, Anadon et Guillemette (2007) vont encore plus loin en posant trois conditions préalables à toute recherche qualitative par approche interprétative. D'abord, ils encouragent à valoriser la « *subjectivité comme espace de construction de la réalité humaine* ». Ensuite, ils invitent le chercheur à « *revendiquer la prise en compte de la vie quotidienne comme lieu permettant de comprendre la réalité socioculturelle* ». Enfin, ils posent « *l'intersubjectivité et le consensus comme stratégie pour accéder à une connaissance valide de la réalité humaine* ». Cela signifie donc que l'interprétation des phénomènes sociaux ne doit pas se faire indépendamment des systèmes de valeurs, de l'expérience, de la culture et du vécu. Plus que cela même elle ne peut pas s'en défaire puisque nous sommes amenés à étudier une réalité épistémique et non exclusivement empirique. Elle doit donc s'en nourrir dans un processus itératif ajusté aux caractéristiques et à la complexité des phénomènes humains et sociaux. Elle se définit comme une approche qui s'intéresse à la complexité du réel par la mise en valeur de la subjectivité des chercheurs, des participants, en s'ouvrant au monde de l'expérience et aux référentiels de chacun.

C'est généralement en partant d'une description vécue du quotidien que les interactions socioculturelles sont étudiées (Anadon, Guillemette, 2007). Cette description est d'ores et déjà le premier niveau de l'interprétation. C'est ce que nous sommes amenés à faire lorsque nous présentons les événements sportifs à travers des notes d'observation ou que nous nous appuyons sur le discours des acteurs pour analyser le sens de leurs actions et les effets générés par l'objet de recherche à l'étude. Enfin, c'est aussi et surtout le point de départ d'un processus inductif de passage du particulier (de l'anecdotique) vers le général (la thèse) conforme à la théorie ancrée.

1.4 L'étude de cas multiples

Si initialement l'utilisation de l'étude de cas était considérée avec scepticisme par la communauté scientifique, associée à un pauvre « *design* » et des procédures non systématiques (Yin, 1981 ; Scholz, Tictje, 2001), nous en sommes aujourd'hui à l'opposé. Pour Gagnon (2012), elle jouit même d'une espèce de préjugé favorable de la part de la communauté scientifique. Néanmoins, pour justifier le choix du recours à l'étude de cas, deux éléments sont à considérer (Gagnon, 2012).

Le premier est la perspective à laquelle adhère le chercheur, autrement dit « *sa démarche intellectuelle* ». À travers notre positionnement épistémologique interprétativiste nous utilisons des méthodes inductives de théorisation qui visent à comprendre les phénomènes dans leurs spécificités et leur complexité.

Si Yin (1994) et Roberts (2003) proposent une vision positiviste de l'étude de cas qui consiste à tester, confirmer ou infirmer une hypothèse, Stake (1995) préconise de se focaliser plus sur le cas et les spécificités de l'objet de recherche à l'étude. De la même manière Altheide et Johnson (1994) parlent d'un intérêt porté sur les « *spécificités des phénomènes* ». Ainsi les travaux menés par Yin (1994, 2013) et Stake (1995) ont tous deux contribué à leur manière à la reconnaissance de l'étude de cas pour expliquer les liens complexes d'un phénomène contemporain dans son contexte de vie réelle (Alexandre, 2013). Merriam (1998) propose une approche inductive avec l'émergence de propositions théoriques suivant les mêmes principes que la théorie ancrée. C'est la raison pour laquelle, l'étude de cas dans ce cadre, incite à découvrir et interpréter plutôt qu'à valider une hypothèse. Pour Roy (2009) l'approche inductive inhérente à l'étude de cas réussit à expliquer certains phénomènes non résolus par les théories existantes. C'est pour cela que nous souhaitons les utiliser, ils visent à respecter les conditions d'émergence de « *phénomènes dignes d'intérêt scientifique* » (Glaser, Strauss, 1967) par l'utilisation de la théorie ancrée.

Le second élément à prendre en considération est la nature de la problématique de recherche (Gagnon, 2012). Des réponses positives aux quatre questions suivantes permettent d'établir la pertinence du recours à l'étude de cas.

- Le phénomène qui est l'objet d'intérêt doit-il être étudié dans son contexte naturel pour être vraiment compris ?
- Faut-il mettre l'accent sur les événements contemporains dans l'étude de cette problématique ?
- La connaissance du phénomène peut-elle être acquise sans avoir à manipuler les sujets ou les événements en cause ?
- La base théorique qui existe au sujet de l'objet de recherche comporte-t-elle des éléments non expliqués ?

En ce qui nous concerne, nous cherchons à comprendre les conditions dans lesquelles émergent les dynamiques locales à travers l'objet de recherche « événement sportif à Paris ». La réponse à la première question est donc oui. Compte tenu de notre entrée par l'action publique et de notre étude de l'événementiel sportif, par essence spatialement délimité et évolutif, il est évident que la réponse à la deuxième question est aussi positive. Bien entendu, nous pouvons comprendre le phénomène sans avoir à interagir dans le déroulement de l'événement sportif (nous verrons juste après les conditions d'observation

et d'entretien). Enfin, compte tenu de la perspective globale qui nous meut dans la compréhension des effets inhérents aux événements sportifs et notre volonté de ne pas nous focaliser sur une seule dimension, la réponse à la dernière question est aussi « oui ».

Nous envisageons donc d'avoir recours à l'utilisation de cas contrastés. Cette analyse de cas multiples, par un jeu de ressemblances/différences a pour ambition de produire une analyse théorisante sur la définition des dynamiques locales tout en éclairant ce qui se joue au niveau de la ville de Paris d'un point de vue politique et social à travers les événements sportifs. Conformément à notre volonté de rester très proche des éléments constitutifs du contexte dans lequel le projet événementiel émerge, les cas sont d'un intérêt secondaire. Cela signifie qu'ils importent moins que les situations qui les fournissent. Ainsi, le cas étudié fournit un site d'observation (Stake, 1995 ; Collerette, 2009) dans la mesure où l'observation des interactions d'un grand nombre de facteurs vise à induire un modèle théorique (Alexandre, 2013). Le choix du recours à l'étude de cas n'est pas seulement un choix méthodologique, c'est avant tout le choix de l'objet étudié (Paillé, 2007).

L'étude de cas reste « *une approche de recherche empirique qui consiste à enquêter sur un phénomène, un événement, un groupe ou un ensemble d'individus, sélectionné de façon non aléatoire, afin d'en tirer une description précise et une interprétation qui dépasse ses bornes* » d'après la définition de Roy (2009). Dans l'étude de cas, l'importance est mise sur « *la compréhension des points d'intérêts pour les acteurs, la découverte de la complexité du comportement humain en contexte et la présentation d'une interprétation holistique des événements* » (Merriam, 1998). Dans le même sens, Verhoeven (2010) explique la « *construction locale de la réalité* » par la formulation de proposition d'analyse d'abord interne à chacun des cas et ensuite externe en regroupant les différents cas. Parfois, un fait inattendu ressort de l'analyse, c'est le processus d'abduction (Johansson, 2003). Caractérisée par la recherche des schèmes explicatifs de l'expérience personnelle et des événements, cette forme de généralisation établit qu'une réalité concrète se forme à partir d'un incident particulier (Alexandre, 2013).

Yin (1994) explique que dans la mesure où il sert de gabarit à la comparaison des résultats empiriques, le développement d'un cadre théorique est le « *véritable véhicule pour la généralisation des résultats* ». Cet « *arrimage du processus de recherche et de ses résultats* » (Alexandre, 2013) constitue un cadre de référence, qui devient « *l'élément-clé sur lequel repose le critère de validité de toute étude de cas* » (Ayerbe, Missonier, 2006).

Le recours à de multiples sources de données est un élément de validation du cas (Alexandre, 2013). C'est aussi un moyen de générer des mesures diversifiées d'un même phénomène (Yin, 1994, 2013 ; Roberts, 2003). Ces auteurs invitent le chercheur à combiner méthodes reconstructives (entretien) et interprétatives (observation, analyse documentaire de « repères ») pour enrichir l'analyse et valider le cas. Enfin, Yin (1994 ; 2013) explique que la combinaison de plusieurs sources de données favorise l'émergence de diverses facettes du cas qui permettent de corroborer, d'infirmer ou même d'aborder différentes questions.

Pour améliorer la validité du cas, Sabourin (2003) invite le chercheur à se constituer une banque de données. Cela permettra de regrouper les documents de la recherche, conservés le plus possible dans leurs états originaux, de même que ceux du travail de description et d'analyse des résultats (Alexandre, 2013). Enfin, à l'instar de la théorie ancrée, la défiance de la communauté scientifique à l'égard de l'étude de cas nécessite le maintien d'une « *chaîne*

de sens » permettant une démarche rigoureuse assurant de la valeur aux résultats (Fortin, Gagnon, 2010). Dans ce contexte méthodologique, la traçabilité peut se définir comme « *une mise en évidence des opérations de la pensée analytique du chercheur sur les données composant le corpus de la recherche* » (Alexandre, 2013).

L'étude de cas favorise une compréhension profonde des phénomènes, des processus les composant et des personnes y prenant part (Gagnon, 2012). Ainsi, elle permet de fournir une analyse du contexte qui convient à l'étude de notre objet de recherche. Elle offre aussi la possibilité de développer des paramètres historiques, tout en assurant une forte validité interne puisque les phénomènes relevés sont des représentations authentiques de la réalité étudiée (Gagnon, 2012).

Bien sûr, elle comporte aussi des limites. Elle est particulièrement chronophage et n'est pas répliquable. Elle ne peut donc pas être utilisée pour être reproduite par un autre chercheur. Des lacunes se trouvent aussi dans la généralisation des résultats puisqu'il y a « *peu de chances d'avoir suffisamment d'études d'autres cas exactement comparables pour rendre des conclusions applicables à toute une population* » (Lecompte, Goetz, 1982 ; Mc Millan, Schumacher, 1984). Mais cette dernière faiblesse n'en n'est pas une si l'on cherche à comprendre un phénomène à travers ses spécificités (Flyvberg et al., 2011). Le fait de chercher cette généralisation pourrait distraire le chercheur des éléments particuliers nécessaires pour comprendre le cas lui-même (Stake, 1995). De plus, l'utilisation « *trop intensive de données empiriques dans le but de généraliser conduirait presque inévitablement à une théorie trop complexe où il serait difficile de distinguer les relations générales de celles qui sont particulières à chaque cas* » (Gagnon, 2012).

Globalement, l'étude de cas multiples est adaptée à tous les domaines caractérisés par la complexité et la contextualisation (Merriam, 1998). Adoptée avec la rigueur scientifique du dispositif méthodologique, ce peut même être l'opportunité d'identifier différents paliers de complexité (Alexandre, 2013) et/ou différents versants de la situation étudiée.

1.5 Les outils de collecte

Nous avons vu les grands principes qui définissent la méthode de théorisation inductive que nous utilisons pour notre travail de thèse. Ensuite, nous avons présenté et justifié notre choix d'avoir recours à l'étude de cas multiples, adaptée aussi bien à notre position épistémologique qu'à notre objet de recherche. Dans ce développement, nous allons présenter les outils de collecte de données qui vont nourrir nos études de cas. Pour garantir la validité des données, nous en utilisons trois conformément à ce qu'évoque Kvale en 1996 : analyse documentaire, observation transparente et entretien semi – directif.

Les outils et techniques de collecte de données doivent être flexibles et adaptés à la situation de chaque milieu (Gagnon, Fortin, 2010). De plus, il est toujours possible de modifier ou même d'ajouter des techniques ou des outils durant le déroulement de l'étude (Eisenhardt, 1999, De Weerd-Nederehof, 2001). Par contre, le plus grand défi devient alors de composer avec cette grande variété de sources d'évidences (Yin, 1981).

Nous tenons à préciser que ce développement 1.5 s'attache à présenter les outils mobilisés pour appréhender notre terrain. Toutefois, il ne s'agit pas encore ici d'aborder précisément le corpus qui nous a permis de construire notre thèse. En effet, conformément aux préceptes de la théorie ancrée, nous souhaitons nous arrêter en amont sur la rigueur et la structure de la méthode avant d'expliquer la manière dont nous l'avons effectivement mise en œuvre.

1.5.1 L'analyse documentaire

L'analyse documentaire et le recueil de données existantes doivent être appréhendés comme une véritable méthode de recherche (Van Campenhoudt, Quivy, 2011). Toutefois, ils sont souvent considérés comme des outils producteurs de « *données secondaires* » venant renforcer l'analyse du chercheur. En effet, Yin (2013) explique à ce sujet que leur « *utilité ne réside pas nécessairement dans leur précision ou l'absence de biais, mais plutôt dans leur capacité à corroborer les renseignements provenant d'autres sources* ».

Concrètement, « *il peut s'agir aussi bien de documents manuscrits, imprimés, audiovisuels ou électroniques, officiels ou privés, personnels ou émanant d'un organisme, contenant des colonnes de chiffres ou de textes* » (Van Campenhoudt, Quivy, 2011). Mais les artefacts physiques peuvent prendre des formes diverses (Gagnon, 2012) : procédures techniques, outils et instruments, œuvres d'art, etc. En ce qui concerne les chiffres statistiques, la validité des données nécessitera de porter attention à la fiabilité globale de l'organisme émetteur. Pour les documents littéraires, il faudra logiquement s'intéresser à l'authenticité des documents, l'exactitude des informations qu'ils contiennent ou encore la correspondance entre le champ que couvrent les documents et celui de la recherche (Grawitz, 2000 ; Van Campenhoudt, Quivy, 2011). Le chercheur doit vérifier l'exactitude et les conditions de production de chacun des documents pour les interpréter et retenir ceux jugés pertinents (Yin, 2013) même s'ils sont utilisés en tant que données secondaires ou complémentaires (Grawitz, 2000).

Ces méthodes sont adaptées pour l'analyse des idéologies, de systèmes de valeurs, de phénomènes macro-sociaux, démographiques, socioéconomiques ou de changements

sociaux à propos desquels il n'est pas possible de recueillir de témoignages directs ou pour l'étude desquels les témoignages directs sont insuffisants (Van Campenhoudt, Quivy, 2011). Elles offrent une économie de temps et d'argent qui permet au chercheur de se consacrer sur l'analyse, tout en limitant le recours aux sondages et aux enquêtes par questionnaires.

Paquette (2005) retient trois grandes catégories d'informations que nous appliquons aussi à tous nos cas : « *des informations sur l'historique du projet; des informations sur le cadre institutionnel et organisationnel du projet ainsi que sur les rôles, les responsabilités et les activités de chaque personne engagée dans le projet; des informations sur le vécu et les pratiques des acteurs engagés dans le processus ainsi que sur leurs rapports avec les autres participants au projet et avec les structures en place* ».

Dans nos études de cas, nous souhaitons accorder une large part au contexte. Notre position épistémologique compréhensive nous invite à nous intéresser aux sens que les acteurs donnent à leurs actions et pas seulement aux conséquences. Dès lors, cela nécessite d'obtenir « *le plus d'informations possible sur la situation étudiée, sur son historique, sur les acteurs, sur leurs contextes d'action, sur les conditions de cette action et sur les processus en œuvre* » (Paquette, 2005). Ensuite, par un processus de « *centration progressive* », il s'agit de distinguer les informations fondamentales ou essentielles qui conduisent à la rédaction de l'analyse du cas des analyses plus poussées de certains événements, pouvant conduire à la formulation d'énoncés ou de propositions théoriques (Paquette, 2005). Cette posture ouverte à l'interprétativisme se prête à l'étude des échanges, la documentation écrite vise alors à enregistrer et interpréter les activités sociales dans leurs formes objectivées. Cette analyse documentaire peut être l'outil à partir duquel il est possible de définir les périodes d'observation ou d'identifier les acteurs ressources de chaque cas. Néanmoins, et en concordance avec la théorie ancrée qui propose d'établir un processus circulaire analyse/empirie, nous l'utilisons plutôt comme une source de données secondaires (Van Campenhoudt, Quivy, 2011) venant nourrir nos analyses tout au long de la recherche. Le corpus étudié sera présenté dans la sous-partie 1.7.

1.5.2 Les entretiens

C'est généralement la plus importante source d'information (Gagnon, 2012). Cette méthode établie un contact direct entre le chercheur et son interlocuteur qui exprime ses perceptions d'un événement ou d'une situation, ses interprétations ou ses expériences secondaires (Van Campenhoudt, Quivy, 2011).

Selon le degré de liberté laissé au répondant, on dénombre trois types d'entretien : libre, semi-structuré et directif. Pour ce qui est de l'entretien libre, seul un thème central, simplement décomposé en quelques sous-thèmes est déterminé à l'avance. On lance le répondant sur un thème, qui s'exprime comme bon lui semble. Cette méthode permet de faire ressortir de manière spontanée le fond de la pensée de l'interviewé. Toutefois, dans cette méthode il est encore plus nécessaire de corroborer avec d'autres sources tant les propos ne sont pas soumis à la contradiction. À l'opposé, l'entretien directif est constitué d'une série de questions structurées. Cela correspond à faire répondre à haute voix l'interviewé à un questionnaire composé de questions fermées (Gagnon, 2012). C'est la raison pour laquelle on peut utiliser l'échantillonnage et les outils statistiques pour traiter les données recueillies (Aktouf, 1987 ; Grawitz, 2000 ; Yin, 2013).

L'entretien semi-directif que nous utilisons pour notre thèse est certainement le plus utilisé en recherche en sciences sociales (Van Campenhoudt, Quivy, 2011). Le degré de liberté laissé au répondant est réduit par des questions thématiques. Ces dernières visent à circonscrire la discussion à un thème bien précis, sans pour autant en formaliser la formulation. Elles ont aussi un rôle de régulateur temporel qui permet de structurer l'entretien. On parle de « questions-guides », généralement ouvertes. Les questions ne se posent pas forcément dans l'ordre défini au préalable puisqu'on laisse l'interviewé s'exprimer. Le chercheur devra simplement recentrer régulièrement la conversation sur les objectifs/thèmes à aborder si l'interviewé n'y vient pas de lui-même.

Nous utilisons ce type d'entretien car il permet de structurer une conversation tout en comportant la flexibilité nécessaire à la posture inductive et compréhensive qu'exigent la théorie ancrée et notre position épistémologique. L'entretien devient alors un outil intégré sans distinction nette entre les étapes de conception, basée sur le projet de construire une explication sociologique à partir de la compréhension intime de la pensée et de l'action des sujets (Kauffman, Kauffman, 1996). Cette démarche est inductive puisque c'est le terrain qui va poser la problématisation et non la théorie. Elle s'accompagne d'une analyse comparative des informations recueillies (Strauss, Corbin, 2004) qui dépasse le simple cadre de l'entretien. Cette dernière est d'ailleurs généralement associée à une méthode d'analyse de contenu (Van Campenhoudt, Quivy, 2011) suggérée par l'approche interprétative (Weed, 2008) qui sous-tend notre processus analytique.

Ainsi, l'entretien permet d'acquérir un certain degré de profondeur dans les éléments d'analyse. Il est particulièrement adapté pour l'analyse du sens que les acteurs donnent à leur pratique et aux événements auxquels ils sont confrontés (Van Campenhoudt, Quivy, 2011) : les représentations sociales, les systèmes de valeurs, les repères normatifs, les lectures des expériences vécues, les interprétations de situations conflictuelles ou non, etc. Cela permet aussi d'analyser un problème précis à travers ses différents points de vue, ses enjeux et ses jeux de pouvoir ou encore de reconstruire des processus d'action et d'événements passés.

Cette méthode comporte bien sûr un certain nombre d'écueils en corollaire qu'il est nécessaire de mentionner ici en vue de l'utiliser à bon escient. Par exemple, contrairement aux enquêtes par questionnaire, les éléments d'information et de réflexion recueillis durant l'entretien ne se présentent pas d'emblée sous une forme qui appelle un mode d'analyse particulier (Van Campenhoudt, Quivy, 2011). C'est la raison pour laquelle il est impératif de concevoir conjointement les méthodes de recueil et d'analyse ce qui est bien sûr encouragé par la théorie ancrée. Autre élément important, le cadre de référence dans lequel les propos et interprétations des événements sont effectués est relatif à la relation spécifique liant le chercheur à l'interviewé. Autrement dit, « *l'analyse d'un entretien doit comprendre une élucidation de ce que les questions du chercheur, la relation d'échange et le cadre de l'entretien induisent dans les propos de son interlocuteur* » (Van Campenhoudt, Quivy, 2011). Il ne faut donc pas les considérer comme des éléments indépendants du contexte dans lequel ils sont énoncés/perçus. C'est ce que Gothier et Anadon (2000) appellent l'intersubjectivité²⁰. Toutefois, bien qu'il faille être conscient de cela, il ne faut pas y voir de

²⁰ « *La définition que le sujet se donne de la réalité, sa compréhension et son analyse (c'est-à-dire sa subjectivité) dépendent des manières percevoir, penser, sentir et agir particulières au sujet qui connaît à un moment donné et dans un lieu défini (son intersubjectivité)* » (Gothier, Anadon, 2000).

limites puisque la subjectivité et l'intersubjectivité doivent être considérées comme des moyens incontournables de construction des savoirs et non comme des obstacles à la production de connaissances (Anadon, Guillemette, 2007).

Enfin, pour Gagnon (2012), plus le degré de liberté accordé à l'interviewé est grand, plus il est nécessaire de corroborer avec d'autres sources. L'enregistrement audio de l'entretien est un moyen de fiabiliser la récolte. En corollaire, cela nécessite une procédure chronophage de transcription et d'écoute systématique (Atkouf, 1987). L'enregistrement, bien que facilitant l'écoute active et l'analyse des données, peut aussi se révéler être source d'inconfort pour l'interviewé, moins prompt à livrer sa vision des choses (Yin, 1994 ; 2013). Dans tous les cas, l'entretien est toujours soumis au caractère aléatoire de l'instant, à l'intersubjectivité de l'interviewé. C'est au chercheur de trouver le juste équilibre entre structuration et flexibilité pour animer un échange qui ambitionne de nourrir une analyse du phénomène social à l'étude. À ce sujet Georges Pérec dans son roman « Les Choses » évoque avec style ces moments d'hésitation, par lesquels l'interviewer « joue » avec l'interviewé.

« Ils apprirent à faire parler les autres et à mesurer leurs propres paroles : ils surent déceler sous les hésitations embrouillées, les silences confus, sous les allusions timides, les chemins qu'il fallait explorer ; ils percèrent les secrets de ce « hum... » universel, véritable intonation magique par lequel l'interviewer ponctue le discours de l'interviewé, le met en confiance, le comprend, l'encourage, l'interroge, le menace même parfois. » Georges Pérec. Les Choses. (Prix Renaudot, 1965).

Dans notre cas, cette phase d'entretiens s'est déroulée sur plusieurs mois. Pour chaque événement nous avons souhaité rencontrer en priorité les porteurs de projets pour comprendre les objectifs (les « volontés premières ») de l'événement. Nous avons aussi effectué des entretiens plus transversaux lorsque nous rencontrions des élus ou des techniciens du sport pouvant nous livrer des éléments sur l'ensemble des événements étudiés. Suivant la méthode « boule de neige », nous avons rencontré dans la mesure du possible, les personnes clefs mentionnées durant les entretiens. Toutefois, ce processus s'est avéré parfois difficile et particulièrement chronophage, tant nous avons eu du mal à contacter certaines personnes. En ce qui nous concerne, c'est la principale difficulté que nous avons rencontré lors de la collecte : être tributaire des acteurs et de leurs emplois du temps. Certaines fédérations se sont avérées être particulièrement hermétiques, ou peu bavardes sur le sujet que nous voulions évoquer. Les *verbatim* sont retranscrits en annexe. Pour les besoins de l'analyse, nous mobilisons dans les parties 2 et 3 des extraits pour appuyer notre argumentaire, tout en mobilisant des références théoriques au fur et à mesure du développement. La liste des 41 personnes rencontrées en entretien semi-directif se trouve en annexe.

1.5.3 L'observation participante

L'observation est un outil de collecte exigeant (Becker, 2002). Comme n'importe quel outil méthodologique, elle est colorée par la position épistémologique du chercheur (Laville, Dionne, 1996). Si l'on adopte une position empirico-naturaliste, l'objectif sera d'expliquer le plus objectivement possible les faits. En ce cas, l'accent sera mis essentiellement sur la description des événements observés. Par contre, si le chercheur se réfère à une position plutôt interprétative – et c'est notre cas – l'objectif consistera avant tout à comprendre la signification que les acteurs attribuent à leurs pratiques. C'est pourquoi le regard se portera surtout sur la construction du sens. Le chercheur accordera une attention particulière aux interactions entre les acteurs lorsqu'ils co-construisent leur monde (Martineau, 2005). Cette position oriente le regard. Il est donc exigé de porter une attention particulière à l'articulation logique entre la position épistémologique, les outils d'observation et d'analyse des données (Van der Maren, 1995 et 1999).

La posture

L'observation implique au moins de remplir quatre tâches incontournables (Martineau, 2005). Premièrement, le chercheur est présent sur les lieux mêmes du terrain et il doit par conséquent s'adapter au milieu observé. Cette tâche, plus facile à dire qu'à faire, demande une bonne souplesse d'esprit. Deuxièmement, il faut observer le déroulement des événements ce qui pourra se faire de différentes façons mais exige toujours une attention soutenue. Troisièmement, le chercheur doit garder une trace de ses observations en les enregistrant d'une manière ou d'une autre. Les moyens les plus couramment utilisés sont la prise de notes, l'enregistrement audio ou la captation vidéo. Enfin, quatrièmement, il faut rendre compte de ce qui a été observé afin d'en proposer une interprétation. Ce que d'aucun, appellent une fiction rationnelle ou une abstraction fondée. Mais avant d'évoquer cette phase de restitution, il faut éclaircir le rôle que le chercheur va endosser en se rendant sur son terrain.

Gold, en 1958, a établi une typologie devenue classique sur le rôle d'observateur du chercheur une fois sur le terrain. Sa classification repose sur le critère de l'engagement dans l'action avec les sujets observés (Martineau, 2005). Il identifie quatre rôles. Dans le cas de l'observation complète, le chercheur observe dans la clandestinité : il se doit donc de participer aux actions du groupe afin de ne pas être repéré. Le « participant observateur », dispose d'un statut qui est connu des autres, il participe pleinement à une des tâches de l'organisation. L' « observateur participant » quant à lui est intégré au groupe mais cette intégration est tout de même limitée : il pourra à l'occasion remplir certaines tâches au sein de la communauté observée mais il n'est pas un collègue ou un membre à part entière du groupe. Enfin, nous endosserons le rôle du dernier type d'observateur : « l'observateur participatif ». Il se rend sur le lieu mais ne fait qu'observer. Il ne prend aucunement part à l'action. Bien que reconnu comme observateur, il réalise une intégration en retrait : c'est le cas par exemple d'un chercheur qui assiste aux réunions du conseil d'administration d'une entreprise. Cette technique sert à recueillir des données relatives à des comportements ou à des conditions environnementales observables en étant présent dans le milieu (Gagnon, 2012), par une collecte de données formelle, caractérisée par un protocole d'observation visant à appréhender un certain comportement durant certaines périodes de temps, sur un lieu donné. Cette méthode couvre aussi une collecte plus informelle par laquelle toute visite

d'un lieu est prétexte à une collecte spontanée de données (Gagnon, 2012). Nous avons effectué au total 12 observations formelles qui ont donné lieu à des notes de restitution présentées dans le chapitre 2. Pour certains événements, nous avons eu l'occasion de nous y rendre deux ou trois fois, ce qui nous a permis de renforcer notre connaissance du projet ou de revoir les acteurs et d'entretenir le réseau que nous nous sommes constitués durant ces années de thèse.

Concernant la prise de notes, on en recense plusieurs sortes (Martineau, 2005). On trouve les notes pragmatiques et stratégiques qui décrivent le déroulement du terrain comme tel. On inscrit par exemple, le nom des personnes interviewées, la date et l'heure des rencontres. Il s'agit en fait d'un agenda de terrain. On trouve ensuite les notes descriptives qui rendront compte des situations observées. On décrit ce que font les sujets, la nature des interactions, les événements qui se déroulent, l'aspect physique des lieux, etc. Les notes de nature plus théorique ont pour objectif d'esquisser une interprétation des phénomènes. Ces notes ont pour finalité d'amorcer l'analyse dès la collecte des données, de telle sorte que le processus d'interprétation et de compréhension de l'objet se fasse tout au long de la recherche et non pas seulement à la fin du terrain comme l'exige la théorie ancrée. Cette interprétation « en cours de route », permet potentiellement une analyse plus riche mais évite surtout d'aboutir à une masse de notes descriptives qui pourrait être très intimidante sans « *balises interprétatives pour les faire parler* » (Martineau, 2005). Mais l'outil qui permet le mieux de structurer le regard de l'observateur sur le terrain reste la grille d'observation.

On distingue la grille d'approche de la grille systématique (Martineau, 2005). La première vise à baliser l'espace physique. Elle sert à présenter les caractéristiques d'un lieu d'observation ou les moments clés dans une communauté, etc. Ainsi, on notera le nom du lieu observé, sa nature (une église, un centre sportif, etc.), les principaux objets qui s'y trouvent, les règles qui définissent la présence dans ces lieux, les acteurs qui y agissent (ceux qui y travaillent, ceux qui le fréquentent pour d'autres raisons), les divers usages possibles du lieu ou encore sa situation dans l'environnement immédiat (Martineau, 2005). La seconde, la grille systématique est en quelque sorte un programme d'observation qui vise à identifier les dimensions ou les éléments du phénomène à observer. Elle suppose d'ores et déjà l'élaboration d'une ébauche de cadre d'analyse qui sera d'ailleurs en général bâtie suite à une recension systématique des écrits venant du terrain.

Dans notre cas, la grille systématique est structurée autour de trois indicateurs qui orientent le regard : le lieu (qui renvoie à la grille d'approche de Martineau), les activités et le public. Nous avons aussi été particulièrement attentifs aux ambiances, aux espaces et aménagements ainsi qu'aux sensations que nous avons ressenties. Nous proposons une description vécue de notre expérience en tant que spectateur de l'événement pour présenter le projet et amorcer les premiers éléments d'analyse par l'interprétation que nous pouvons en faire.

Nous ne souhaitons pas aller trop loin dans la définition de cette grille qui se construit de toute manière de façon inductive. La posture générale reste celle de l'ouverture au terrain. Il s'agit de se positionner dans les conditions d'un étonnement perpétuel. Mieux vaut récupérer plus d'informations que pas assez. Le tri s'effectuera *a posteriori* dans la rédaction de la note d'observation.

Ainsi, pour bien des chercheurs, même gagnés aux approches qualitatives, elle semble toujours suspecte de non scientificité. Pourtant, selon Martineau (2005), elle permet une compréhension de la complexité du social comme nul autre outil ne saurait le faire. Au-delà, c'est surtout un outil qui s'inscrit pleinement dans la démarche interprétative inhérente aux méthodes qualitatives que nous utilisons.

On ne saurait tout de même passer sous silence ses limites. L'observation en situation ne peut s'utiliser que pour l'étude d'objets restreints (petits groupes, organisations réduites), elle exige souvent des coûts élevés (frais de séjour du chercheur, nombreux déplacements, ou encore, appareillage électronique sophistiqué) et produit des données hétérogènes et foisonnantes, difficiles à traiter (Martineau, 2005).

La restitution : la note d'observation

Beaucoup d'approches interprétatives se concentrent sur les expériences vécues (Smith, Weed, 2007). Dans le domaine du tourisme sportif par exemple, cela sert à comprendre les attentes des touristes (Gibson, Pennington-Gray, 2005), ou à éclairer les effets d'interaction entre les publics, les activités et les lieux (Weed, Bull, 2004). Plus spécifiquement, ces approches permettent une compréhension plus profonde des expériences des spectateurs d'événements sportifs (Chen, 2007). De plus en plus dans les champs de la sociologie du sport et du tourisme sportif, l'attention est portée sur ces méthodes qualitatives. Par exemple, Harris (2006) explique chercher à développer une « approche sous forme de perspective » basée sur les travaux de Mills (1970) qui vantent les mérites scientifiques de l'imagination sociologique. Dans cette optique, Smith et Weed (2007) parlent de l'enquête narrative qui peut être selon eux un outil pertinent. Il est logiquement inspiré par l'approche interprétative, ou compréhensive si l'on continue à jongler avec le terme anglais (Clandinin, Rosiek, 2007). Son objet premier n'est pas un script cognitif au royaume intérieur des individus, mais plutôt un récit considéré comme un véhicule par lequel notre monde se meut. Ainsi, dans ce volet d'enquête narrative il y a un changement d'orientation : on part d'une image subjective qui souligne le récit comme une forme d'action sociale basée sur des relations.

Cette approche narrative contient les éléments suivants : des représentations choisies, une séquence temporellement ordonnée, un terrain structuré, des personnages, une intentionnalité, des métaphores, un cadre, un public, et une qualité téléologique (Frank, 1995, 2000 ; Gergen, 1999 ; Maines, 2001). Selon Smith et Weed (2007), cette méthode de restitution dans les domaines du sport et du tourisme a été sous-utilisée. Pourtant, le récit est une condition sociale ontologique de la vie. Par le prisme épistémologique c'est une façon de raconter nos vies mais aussi et surtout une méthode de connaissance ainsi qu'un véhicule à travers lequel nous savons des choses (Bruner, 1990, 1999 ; Richardson, 2000). C'est de cette manière que nous utilisons cet outil qui servira à restituer ce que nous observons pendant les événements sportifs. Cette méthode de collecte viendra compléter les entretiens et l'analyse documentaire.

Bien sûr, la subjectivité sera prégnante dans ces récits écrits à la première personne. Malgré notre focalisation sur la description de notre observation, la manière dont nous regardons et surtout la manière dont nous le racontons, à elles seules suffisent à colorer subjectivement notre écrit. Lorsque nous nous rendons à Roland Garros, nous ne racontons pas une réalité empirique, mais une réalité épistémique (Anadon, 2006). C'est ce que nous observons mais

qui est teinté de nos propres expériences par rapport à l'événement ou la discipline. Néanmoins, cette subjectivité et cette intersubjectivité ne doivent pas être perçues comme des limites. Comme nous l'avons expliqué dans notre position épistémologique précédemment, elles doivent plutôt être considérées comme des « moyens » incontournables de construction des savoirs (Anadon, Guillemette, 2007). Ce n'est en aucun cas un obstacle à la production de connaissances. Au contraire c'est un espace de construction de la réalité sociale où la prise en compte de la vie quotidienne comme lieu permet de comprendre la réalité socioculturelle. L'intersubjectivité et le consensus deviennent des stratégies pour accéder à une connaissance valide. La note d'observation est à cet égard un outil particulièrement pertinent dans le cadre d'une approche compréhensive de l'événementiel sportif. En effet, conformément à cette posture, nous nous intéressons à la complexité du réel par la mise en valeur de la subjectivité des acteurs, tout en nous ouvrant au monde de l'expérience et aux référentiels de chacun (Anadon, Guillemette, 2007). C'est bien en partant d'une description vécue du quotidien que les interactions socio-culturelles seront étudiées.

1.6 Reconstruction du processus et validité du cas :

Nous avons présenté nos principes méthodologiques, notre posture épistémologique et les différentes méthodes de collecte (ou de production) des données. La partie sur l'étude de cas multiples que nous avons aussi détaillée en amont, présente le processus par lequel les résultats et analyses de la thèse sont produits. Pour pouvoir les utiliser à bon escient, nous devons toutefois nous assurer de la validité des cas, que ce soit « *intra* », c'est-à-dire à l'intérieur même d'un cas ou « *inter* », c'est-à-dire entre les différents cas constitutifs de la thèse. La reconstruction des processus peut être à cet égard un outil de validation pertinent.

Au cours de notre analyse, nous cherchons à reconstruire les processus et les réseaux à l'aide de documents d'archives, ou d'un acteur clé par la méthode des traceurs (Paquette, 2005). En effet il s'agit d'une méthode qualitative utilisée en sociologie des organisations (Symon, Clegg, 1991) et en sciences de l'éducation (Huberman, 1990) pour décrire des processus organisationnels. La méthode vise à mettre en évidence des processus qui se déroulent dans une organisation à partir de repères qui se trouvent naturellement en son sein. Les méthodes reconstructives, telles que les entrevues et l'observation visent à produire des données servant à reconstruire les événements et les points de vue des acteurs à partir de la subjectivité des informateurs, y compris celle du chercheur (Paquette, 2005).

Cette combinaison de méthodes ambitionne de produire la vision analytique la plus complète possible de la situation étudiée. La validité de l'étude de cas est renforcée par la triangulation des données qui y est inhérente (Kvale, 1996 ; Yin, 2013). Cette dernière est produite par des méthodes reconstructives (entretiens, observations), une méthode interprétative (analyse documentaire et recueil de données existantes) ainsi que des repères théoriques concernant un thème ou un énoncé. La description globale de l'organisation et de son histoire facilite « *l'identification et la description des processus organisationnels et des réseaux relationnels à travers le temps ainsi que l'identification des personnes-clés et des événements d'une situation organisationnelle* » (Paquette, 2005). De cette manière, nous sommes en mesure de faire évoluer au fil du temps nos outils de collecte qui se nourrissent de ce que le terrain fait émerger.

Conformément à la théorie ancrée, on doit aussi effectuer une classification par thème, ce qui permet de mettre les principales catégories en lien avec le cadre de référence et les objectifs de la recherche. C'est aussi une étape invitant à la rédaction de synthèses par thème pour la description du cas et des analyses approfondies ou pour préparer la récolte d'informations complémentaires à l'aide d'autres techniques (Hornby, Symon, 1994). Un premier traitement se fait pendant la collecte. Il s'agit d'un processus d'analyse sommaire des informations qui s'apparente à la « réduction concomitante » de Huberman et Miles (1984, 2003). On passe ensuite au traitement spécifique qui est une réduction *a posteriori* reliée à la sélection, l'organisation et la structuration d'un ensemble d'informations dans le but de tirer des conclusions ou de prendre des décisions. Ce traitement spécifique se poursuit en classant chronologiquement les documents. Ensuite, le chercheur garde une trace de ses observations en les enregistrant d'une manière ou d'une autre. Enfin, il faut rendre compte de ce qui a été observé afin d'en proposer une interprétation. On parle de fiction rationnelle ou d'abstraction fondée (Paquette, 2005). C'est ce que nous faisons à travers les notes d'observation à la première personne que nous avons agrémenté de photographies.

Il faut ensuite combiner les résultats de chaque méthode pour obtenir la validité des données. Ainsi, la méthode des traceurs « *est particulièrement appropriée lorsqu'il s'agit d'étudier des processus organisationnels complexes dans des organisations peu structurées ou en changement puisqu'elle permet de suivre la construction de ces processus à travers le temps et les principaux acteurs de cette organisation* » (Paquette, 2005). Elle permet également d'avoir une vision dynamique d'une situation organisationnelle plutôt qu'une représentation statique de la même situation. Toutefois, dans le cas de situations complexes où il y a de nombreux documents produits et échangés, elle nécessite du temps et une grande rigueur qui renvoie aux principes de la théorie ancrée définis précédemment.

La validité sera assurée par divers moyens comme soumettre son analyse aux sujets participants ou encore par la saturation des données qui correspond à l'atteinte du moment où plus rien de significatif ne s'ajoute pour accroître la compréhension du phénomène observé. Enfin, l'exhaustivité et la consistance de l'interprétation permettent une analyse en profondeur des données et, le cas échéant, leur mise en relation avec un cadre théorique (Yin, 1994, 2013).

1.7 Construction du véhicule analytique

Nous avons présenté dans les points 1.1 à 1.6 nos outils méthodologiques. Ils supposent d'effectuer des choix qui se justifient par les principes inhérents à notre position épistémologique. L'objet de recherche suppose également de définir un véhicule analytique adapté, conformément à la théorisation inductive. Il s'agit donc désormais de présenter les différents choix effectués dans la construction des outils de collecte des données et d'analyse. Cela correspond aux deux premiers points détaillés précédemment dans la partie sur la théorie ancrée : la suspension temporaire du recours aux références théoriques et la précision de l'objet de recherche.

La durée de cette phase est aléatoire en ce sens qu'elle est soumise au délai nécessaire pour clarifier l'objet et le terrain de la recherche. Dans notre cas, la volonté qui nous anime est de traiter du cas de l'événementiel sportif dans sa relation au territoire, par l'intermédiaire des dynamiques locales. Ce concept défini par Charrier et Jourdan (2014) correspond à « *une alchimie singulière articulant les spécificités des activités physiques sportives et artistiques (techniques, sociales et culturelles) aux contextes locaux (population, histoire sportive, culture spécifique, etc.), aux configurations d'acteurs publics et associatifs (et relevant de secteurs différents) et aux volontés politiques déployées sur les territoires* ». Cette définition, plus qu'un outil ou un cadre théorique représente un point d'appui à la structuration de notre réflexion. L'attention portée aux contextes et aux configurations locales laisse transparaître cette idée selon laquelle, ce que génère un projet événementiel peut être renseigné par une approche compréhensive. À cet égard, le choix de l'objet de recherche se clarifie à travers la sélection de cas pouvant éclairer diverses facettes des processus en jeu.

Cadres théoriques mis de côté, nous entrons donc par le terrain. Pour choisir nos cas et définir les thématiques pertinentes dans l'analyse des dynamiques locales inhérentes aux événements sportifs, nous envisageons d'effectuer un recensement extensif des projets événementiels. Cette première étape suppose la définition d'un cadre spatial sur lequel va porter l'objet de la recherche.

1.7.1 La délimitation spatiale du sujet : Paris

Le contexte tient une place importante dans notre approche des effets liés à l'événementiel sportif. Notre thèse ambitionne de traiter ce qui se joue à travers l'alliance du couple « *événement/territoire* ». Pour mener à bien cette recherche portant sur les dynamiques locales, nous souhaitons travailler sur un terrain riche en contraste et en événement. Pour cette raison, le choix de nous centrer sur la ville de Paris s'est imposé assez rapidement.

Compte tenu de notre intérêt pour le territoire, nous ne pouvons faire l'économie d'une présentation de la ville au sein de laquelle nous allons développer notre analyse. Toutefois, celle-ci n'a pas vocation à être une monographie. Nous serons amenés à traiter bien plus en détail les caractéristiques inhérentes aux territoires relatifs à chacun des événements sélectionnés. Cette partie n'est qu'un éclairage qui vise à présenter les principales singularités du lieu, qui justifient notre choix.

La première réside dans **la diversité des identités** parisiennes. Construite sur 20 arrondissements, quatre « circonscriptions sportives » et une multitude de quartiers

porteurs d'identité et d'histoire, elle contient par essence une richesse propice à l'analyse socio-politique.

Pour étayer cela, nous pouvons nous appuyer sur les travaux de Lallement (2010) qui traitent des identités citadines des quartiers parisiens à travers l'analyse de la sociabilité marchande qui s'y développe. De certaines configurations marchandes émergent en effet l'image d'une ville cosmopolite, avec son anonymat et son expérience typiquement urbaine de coprésence des différences. C'est le cas, par exemple, du quartier Barbès dans le 18^e arrondissement où les citadins aux origines ethnoculturelles variées, viennent consommer dans une atmosphère de braderie permanente. Ce dispositif marchand dans ce quartier historiquement cosmopolite, contribue à la formation d'une situation sociale singulière. Il apparaît comme un lieu dont les différences sont les ressorts essentiels de la communication. Mais contrairement à ce quartier socialement construit autour d'une activité marchande ethniquement marquée (Lallement, 2010), Paris cherche aussi à nourrir une image plus traditionnelle. Par exemple, Lallement (2010) montre comment la ville de Paris communique sous la rubrique « loisirs » de son site, sur les « marchés et bouquinistes parisiens ». C'est dans cette catégorie que se voient rassemblés les marchés alimentaires des différents quartiers de Paris, les bouquinistes des quais de Seine, les marchés spécialisés comme les marchés aux puces, les marchés aux fleurs, les marchés aux livres, les ventes au déballage comme les brocantes et les vide-greniers. Cela contribue à entretenir l'image d'une « *ville aux quatre-vingts villages* » à destination des touristes et des riverains (Lallement, 2010). Le marché Raspail, le marché Bobillot, le marché Montorgueil, le marché Batignolles, le marché de la Villette... dessinent un Paris des quartiers qui semble parfaitement répondre à l'image locale et pittoresque recherchée.

Au-delà des sociabilités, les arrondissements présentent aussi **une disparité des niveaux de vie importante**²¹. Dans les arrondissements de l'est (2^e, 10^e, 11^e, 13^e, 18^e, 19^e et 20^e), la part des ménages pauvres varie entre 16 % et 25 % contre seulement 7 % à 14 % dans les arrondissements de l'ouest. Les ménages les plus pauvres de l'est cohabitent avec des ménages aisés. L'est de la capitale concentre une proportion importante de couples aux niveaux de vie élevés ainsi que des familles monoparentales où le parent est sans activité professionnelle. Les plus aisés de l'est parisien ont des niveaux de vie cinq fois supérieurs au niveau de vie des ménages les plus modestes. Le 12^e arrondissement fait néanmoins figure d'exception, son profil étant proche de celui des arrondissements de l'ouest. Dans l'ensemble des arrondissements de l'ouest de la capitale (6^e, 7^e, 8^e, 14^e, 15^e, 16^e et 17^e), les inégalités de niveaux de vie sont les plus élevées d'Ile-de-France : le niveau de vie plancher de 10 % des ménages les plus aisés est neuf fois supérieur au niveau de vie plafond des 10 % les plus modestes. Elles se réduisent en quittant Paris et en s'éloignant vers les communes plus à l'ouest de l'agglomération, mais restent néanmoins très supérieures au niveau national.

²¹ Tous les chiffres présentés dans ce paragraphe ont pour source l'INSEE. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1285531> (consulté le 8 juillet 2015).

Dans l'ensemble de ces territoires, le niveau de vie médian est très supérieur à celui du reste de la région Ile-de-France. Le niveau de vie des plus aisés, comme celui des moins aisés, dépasse largement celui de la partie est de la capitale, mais aussi de la région et de la métropole. En revanche, dans les arrondissements de l'ouest parisien, le niveau de vie médian des 10 % des ménages les plus modestes est inférieur à 700 € par mois contre 750 € en Ile-de-France et 780 € en métropole (Source INSEE²²). Paris et les Hauts-de-Seine regroupent les niveaux de vie les plus élevés, mais également les plus fortes inégalités de la région Ile-de-France. Le tableau ci-dessous présente ces disparités.

	Nombre de ménage fiscaux en 2012	Niveau de vie annuel			Rapport interdécile	Intensité de pauvreté (en %)	Taux de pauvreté (en %)
		Médiane (en euros)	1 ^{er} décile (en euros)	9 ^e décile (en euros)			
Paris	1 043 100	25 700	9 400	63 700	6,7	27,4	16,1
Hauts-de-Seine	670 300	25 500	11 100	55 400	5,0	23,6	11,8
Seine-Saint-Denis	560 400	16 600	8 000	32 200	4,0	24,7	26,9
Val-de-Marne	537 300	21 400	10 100	42 400	4,2	23,3	15,3
Seine-et-Marne	513 500	21 700	11 500	37 300	3,3	20,7	11,1
Yvelines	552 100	25 100	12 400	48 600	3,9	21,3	8,9
Essonne	477 900	22 600	11 100	40 600	3,7	22,5	12,0
Val-d'Oise	435 000	20 500	9 800	37 700	3,8	23,3	16,2
<i>Ile-de-France</i>	<i>4 789 600</i>	<i>22 200</i>	<i>10 100</i>	<i>46 100</i>	<i>4,6</i>	<i>24,0</i>	<i>15,0</i>
France métropolitaine	26 562 700	19 800	10 500	37 200	3,5	21,0	14,3
<i>France métropolitaine (ERFS 2012) (*)</i>	<i>/</i>	<i>19 700</i>	<i>10 600</i>	<i>37 400</i>	<i>3,5</i>	<i>20,5</i>	<i>13,9</i>

(*) Pour les indicateurs d'inégalité des niveaux de vie et de pauvreté en France métropolitaine, l'enquête sur les revenus fiscaux et sociaux (ERFS) reste la source de référence ; "/" signifie que les informations ne sont pas disponibles à partir de l'ERFS 2012.

Sources : Insee-DGFIP-Cnaf-Cnav-CCMSA, Fichier localisé social et fiscal 2012 et ERFS 2012

Tableau 2 : les inégalités de niveau de vie en région parisienne

²² Sources : Insee-DG Fip-Cnaf-Cnav-CCMSA, Fichier localisé social et fiscal 2012 et ERFS 2012

Il convient ainsi de souligner la richesse historique, la diversité des territoires et la multitude des processus pouvant expliquer les caractéristiques et les mobilités sociales des quartiers parisiens. De manière synthétique, nous pouvons simplement évoquer le fait que Paris dispose de multiples identités basées sur des positions sociales et des niveaux de vie très disparates entre ses arrondissements. Nous serons amenés à retraiter cette question à un niveau analytique inférieur, celui de l'étude de cas par la compréhension du contexte local dans lequel émerge un projet événementiel sportif.

Pour renforcer ces diverses identités, Paris dispose aussi de plusieurs niveaux administratifs qui s'accompagnent d'un effet de taille : c'est sa troisième grande singularité. Commune, département, chef-lieu de la région Ile-de-France, capitale de la France et même capitale Européenne, cette **identité administrative multiple** ne fait que renforcer sa singularité. Son aire urbaine (l'agglomération et la couronne périurbaine) comptait environ 12,3 millions d'habitants au 1^{er} janvier 2013²³. Elle est l'une des agglomérations européennes les plus peuplées. La région parisienne, avec un produit intérieur brut (PIB) de 642 milliards d'euros en 2013²⁴, est un acteur économique européen majeur. Elle est la première région européenne par le PIB régional et 6^e par le PIB par habitant. La densité de son réseau ferroviaire, autoroutier et sa structure aéroportuaire, plaque tournante du réseau aérien français et européen, en font un point de convergence pour les transports internationaux. C'est également une place boursière de premier ordre. D'un point de vue administratif, et contrairement aux autres métropoles françaises, il n'existe pas d'intercommunalité à fiscalité propre entre Paris et sa banlieue. Il faut en effet préciser que le territoire de la ville de Paris ne couvre que le centre de la métropole, contrairement aux autres grandes métropoles internationales. Cependant cela est chose faite depuis le 1^{er} janvier 2016, avec la création de « Paris Métropole ». Elle regroupe principalement les communes de Paris et des trois départements de la « petite couronne », Hauts-de-Seine, Seine-Saint-Denis et Val-de-Marne. La population avoisine désormais les 7 Millions d'habitants.

La métropole du Grand Paris est constituée en vue de « *la définition et de la mise en œuvre d'actions métropolitaines pour améliorer le cadre de vie de ses habitants, réduire les inégalités entre les territoires qui la composent, développer un modèle urbain, social et économique durable, aux moyens d'une meilleure attractivité et compétitivité au bénéfice de l'ensemble du territoire national* » (Paragraphes 4 et 5 de l'article L. 5219-1 du Code Général des Collectivités territoriales).

Après avoir été un enjeu technique, puis de politique locale, la métropolisation de Paris, en constitution théorique, politique et culturelle, semble vouloir s'affirmer progressivement comme un enjeu civilisationnel dépassant tous les clivages partisans (Lallement, 2010). Ainsi, depuis deux années, au fil des médias, le projet du Grand Paris s'est énoncé comme une question centrale pour le devenir de la société et de la culture française. La question de ce processus à Paris a fait l'objet de prises de positions contrastées, d'une couverture et d'un traitement médiatiques basés sur des récits (Pagès, 2010). Une conception française du processus de métropolisation, cherchant sans le dire une exemplarité, s'est racontée au monde et surtout s'est mises en image (Pagès, 2016). À cet égard, les événements sportifs deviennent des enjeux de premier plan. C'est le cas d'événements uniques tels que l'Euro

²³ Source INSEE.

²⁴ Dernière donnée disponible.

2016²⁵ ou les Gays Games Paris 2018. L'apparition du Grand Paris va également engager de nouveaux enjeux, y compris au niveau sportif. On peut par exemple imaginer l'arrivée d'événements capables de fonder l'identité de la métropole parisienne. Romuald Guehl, directeur du cabinet de Jean Vuillermoz (adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014) s'exprimait sur les conséquences de la métropole au niveau sportif en ces termes : « *Il y a sans doute une belle aventure, une aventure heureuse, qui va créer des connexions entre les acteurs, qui va créer une histoire commune sur le développement du football par exemple, qui va mettre en lien le territoire parisien, le territoire métropolitain, les acteurs parisiens, les acteurs métropolitains, avec en sommet de projet pourquoi pas la construction d'une filière, un continuum de formation sportive qui pourrait aller jusqu'à notre club de référence à savoir le PSG masculin. Cela peut être envisageable, on doit rêver...* ».

La quatrième grande singularité parisienne que nous évoquerons ici est **l'effet de prestige**. La capitale dans l'Europe du XVIII^e siècle devient un objet urbain que le pouvoir national tend à s'approprier par la construction de palais, de monuments nationaux et de grandes avenues dessinant de majestueuses perspectives (Laporte, 2011). Outre la fonction politique, on note l'importance du personnel travaillant dans l'administration, dans la diplomatie et dans les médias voire dans le tourisme ou le commerce de luxe. Néanmoins, le statut de capitale d'État produit des régions généralement riches (Laporte, 2011). En France, Paris est opposé à « la province » (au singulier comme formant un même tout) ou à ce qui est « en région » (comme si l'Île-de-France n'était pas une région), c'est-à-dire à des espaces présentés comme une périphérie.

Ce prestige se ressent aussi au niveau sportif : nombreuses sont les fédérations à vouloir proposer une finale de championnat ou de coupe dans la capitale. Cela s'accompagne généralement d'un éclairage médiatique qui peut profiter à la discipline dans son ensemble. Comme nous l'expliquait Jean Vuillermoz (adjoint au maire en charge des Sports de 2008 à 2014), la mairie de Paris par l'intermédiaire de sa direction Jeunesse et Sport est saturée de propositions d'événements, que ce soit dans les enceintes sportives ou sur les places parisiennes fréquentées. Le calendrier est conçu de nombreux mois en amont. Paris revêt aussi un caractère attractif pour les athlètes qui sont généralement très enthousiastes à l'idée de s'y produire. C'est l'exemple du « LNB All Star Game » qui, après des années de fréquentation mitigée s'est fixé à Paris Bercy (aujourd'hui Accor Hotel Arena) en 2001 pour le mieux : l'événement est à guichets fermés depuis 10 ans. Les joueurs qui délaissaient progressivement l'événement à la fin des années 1990 se disputent vaillamment les quelques places chaque année. Roland Garros profite aussi de cette aubaine, les meilleurs joueurs très souvent en déplacement durant la saison ATP profitent des grands hôtels et des enseignes de luxe. Se situer à Paris correspond même à une forme de « *garantie pour l'événement* » selon Hugues Cavallin, vice-président de la fédération de tennis. Tout cela est permis par une image de luxe et de prestige que la ville nourrit largement par l'intermédiaire d'une communication ambitieuse (Lallement, 2010). De nombreux

²⁵ Nous travaillons d'ailleurs en parallèle de cette thèse sur une étude d'impact social de l'Euro 2016 aux côtés de trois chercheurs de l'équipe « Sports, Politique et Transformations, Sociales » du laboratoire CIAMS de l'université Paris Sud : Dominique Charrier (MCF HDR) ; Jean Jourdan (chercheur associé à l'équipe SPOTS) ; Mathieu Djaballah (MCF) puis de Charlotte Parmantier (MCF) de l'université de Bretagne Occidentale. Nous étudions dans le cadre de cette étude, certaines thématiques développées dans cette thèse comme l'implication des habitants, les empreintes urbaines ou le jeu des acteurs. Etude coordonnée par Dominique Charrier et Jean Jourdan.

événements et supports patrimoniaux (Chappelet, 2014) jalonnent la ville et structurent un récit imagé.

Pour nous recentrer sur la relation entre notre terrain et notre objet de recherche, la pluralité des identités parisiennes et le nombre d'habitants nous permettent de disposer d'un panel d'événements traduisant la **diversité des types d'événements sportifs**. On y trouve ainsi des « événements sportifs majeurs » (Gratton, Taylor, 2000), des « événements récurrents de plus petite échelle » (Higham, 1999) ou encore des « événements mineurs » (Wilson, 2006). L'utilisation de l'espace urbain par des événements sportifs y est régulière. Les équipements sportifs sont quant à eux saturés et rares. En témoignent les deux cartes ci-dessous présentant les terrains de grands jeux et les équipements de plus de 2000 places, que l'on observe essentiellement en périphérie de Paris, dans la « petite couronne ».

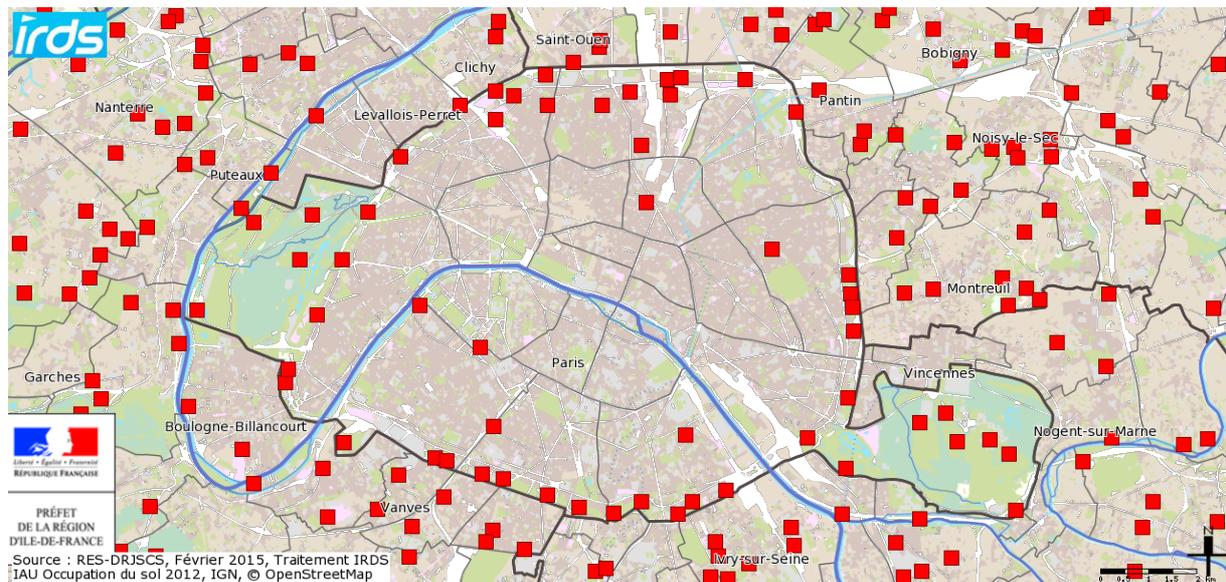


Figure 3 : Les terrains de grands jeux à Paris et proche banlieue

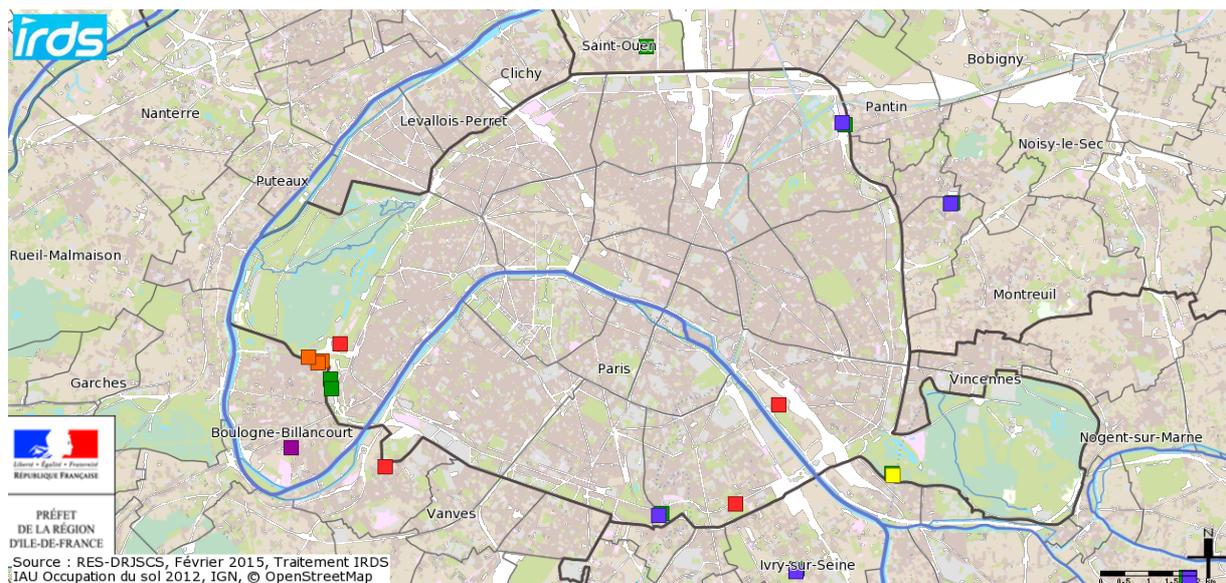


Figure 4 : Les équipements sportifs de plus de 2000 places à Paris et proche banlieue

La politique sportive encourage les publics à « *sortir des gymnases* » (Jean-François Martins, adjoint à la maire en charge des Sports et du Tourisme depuis 2014). Ils sont à la base d'une politique sportive tournée vers l'encouragement d'une pratique auto-organisée et la réappropriation de lieux divers (anciennes gares, hangar, etc.).

Nous disposons ainsi d'un terrain baigné d'histoire, d'identités, de cultures et de disparités sociales. Cette ville séculaire est jalonnée par de nombreux monuments qui comportent chacun des fragments d'histoire de France. Nous le verrons, les événements sportifs jouent un rôle dans la constitution de ces récits urbains modernes : ils deviennent des outils de mise en scène et/ou de reconquête d'un espace patrimonial. Par l'effet de taille et de prestige, la ville de Paris encourage aussi l'innovation événementielle avec des projets de plus en plus insolites généralement autour de la dimension récréative comme la première « Color Run »²⁶ en France. Tous ces éléments du contexte parisien en font un terrain riche par ses singularités et sa diversité.

1.7.2 Préciser l'objet de recherche : l'événement sportif

Une fois le terrain choisi, nous devons délimiter l'objet de la recherche. Le fait social « événement sportif » n'est pas remis en cause, mais il est toutefois nécessaire de le préciser. De la même manière que nous avons l'ambition d'aborder l'ensemble des dimensions inhérentes à l'événement sportif, nous ne souhaitons pas nous restreindre à un type d'événement particulier. Dès lors, pour disposer d'une stratégie méthodologique viable scientifiquement nous avons entrepris d'effectuer un recensement extensif. C'est le moyen de définir quels sont les événements qui peuvent être pertinents pour traiter le sujet des dynamiques locales par la constitution d'un échantillon théorique. Comme le suggère la théorie ancrée, c'est ce que le terrain nous donne à voir qui amorce nos choix théoriques et en aucun cas l'inverse. Elle insiste aussi sur la nécessité de clarifier rapidement l'objet et le terrain d'étude. Pour ce faire, il est nécessaire de partir d'une question de recherche qui permet d'orienter une première fois le regard. Celui-ci s'affinera au fil du temps, par l'émergence des données et leur confrontation à la littérature. En ce qui nous concerne, cette question est : « *pourquoi organiser un événement sportif ?* ».

Cette interrogation triviale structure notre approche autour de la compréhension d'un fait social. Elle suppose de traiter à la fois les raisons qui poussent les acteurs à agir, et les effets qui les motivent, qu'ils soient perceptibles ou non. Mais avant toute chose, ce fait social, l'événement sportif, mérite d'être précisé. Qu'est-ce qu'un événement sportif ? Comment définissons-nous le cadre de ce qu'est ou non un événement sportif ? Quelles typologies issues de la littérature peuvent être utiles pour le choix de nos cas ? Pour répondre à ces questions, nous décidons d'effectuer ce recensement extensif des événements sportifs parisiens. Pour les sélectionner, puis les classer, nous devons dans premier temps nous doter d'une définition assez large.

La notion d'événement sportif pose d'emblée deux difficultés majeures : celle de sa définition même et celle de sa circonscription, en tant que champ d'étude, à l'intérieur du champ plus large des organisations sportives (Djaballah, 2014). Compte tenu des approches

²⁶ Chaque kilomètre de cette course ludo-sportive correspond à une « zone de couleur » où des bénévoles lancent de la poudre colorée 100% naturelle à base de fécule de maïs. L'objectif est de franchir la ligne d'arrivée le plus coloré possible.

disciplinaires différentes, chaque définition sera teintée par un prisme théorique qui révèle certaines caractéristiques, mais qui en cache aussi d'autres. Tout le monde n'est pas chaussé des mêmes lunettes quand il regarde le sport. L'événementiel, en étant l'activité la plus visible des organisations sportives n'échappe pas à ce phénomène.

Par exemple, d'un point de vue marketing l'événement sportif est considéré comme un moment peu ordinaire au caractère festif, pouvant être utilisé comme un outil de communication au même titre que le sponsoring ou la publicité. C'est « *un fait social sportif identitaire, à l'issue incertaine générant des émotions partagées et doté d'un capital marque spécifique* » (Ferrand, Torrigiani, Camps, 2006). Ainsi, il « *favorise les échanges, la communion des publics, mais au-delà de sa dimension fortement relationnelle, il s'est doté d'une valeur symbolique puisqu'il suscite des réactions d'affectivité sur le plan personnel ou social et peut même être un acteur d'identité* » (Ferrand, Torrigiani, Camps, 2006). De cette perspective, il est traité par la manière dont les grandes entreprises les intègrent comme des outils de communication externe dans leur politique de communication. Ils représentent un mode de communication hors média (Desbordes, Falgoux, 2007) qui est le moyen de délivrer des messages différents des messages promotionnels habituels ciblés.

D'un point de vue managérial, l'événement sportif est un point de congruence permettant de rapprocher des acteurs et de créer de nouveaux systèmes organisationnels (Wasche, 2015). Dans un langage d'économiste, les grands événements sportifs sont « *l'ensemble des manifestations sportives²⁷ dont l'organisation met en scène des pratiques sportives pour satisfaire à la fois une demande de spectacle vivant pour des spectateurs directs et une demande d'information et de divertissement pour des téléspectateurs [...] ils servent de support à de multiples formes de communication* » (Sobry, 2003). Plus simplement, c'est un « *spectacle sportif considéré comme un bien collectif générant des bénéfices et des coûts sociaux* » (Barget, 2001).

Dans une optique sociologique enfin, l'événement devient un lieu où des hommes et des femmes se rassemblent dans une sorte de célébration collective, pour assister à un spectacle sportif ou culturel (Piquet, 1985 ; Ferrand, 1995). Il permet « *le rassemblement de spectateurs pour regarder l'accomplissement de la performance, l'encourager et l'apprécier publiquement par des applaudissements et des cris où les joueurs et les spectateurs se fondent dans une même configuration* » (Elias, Dunning, 1986). Pour cela, les événements sportifs sont le moyen de créer de la valeur sociale (Chalip, 2006). Ils peuvent induire des changements dans les systèmes de valeurs individuels et collectifs, des comportements, des structures communautaires, du mode et de la qualité de la vie (Schulenkorf, 2009, Baldock, Maes, Buelens, 2011). Ils véhiculent la création d'un sentiment de communauté destiné à augmenter les interactions sociales (Green, Chalip, 1998 ; Onyx, Bullen, 2000). Ces dernières trouvent leur fondement dans la dramaturgie sportive (Charreton, 1985) qui donnent lieu à des phénomènes d'identification (Ehrenberg, 1991 ; Bromberger, 1995 ; Bromberger, Lestrelin, 2008) ou d'affrontement symbolique (Basson, 2001 ; Chantelat, 2001).

Pour conclure, nous mentionnerons la définition de Piquet (1985) qui embrasse le mieux selon nous la diversité des approches disciplinaires précédemment évoquées. Elle a également le mérite de recentrer le propos autour de la dimension sociétale de l'événement

²⁷ D'un point de vue marketing (Ferrand, 1995), il existe des différences « théoriques » entre les termes « manifestation sportive » et « événement sportif ». En ce qui nous concerne et compte tenu de notre posture d'analyse socio-politique, ils seront employés tour à tour dans cette thèse comme synonymes.

sportif. Elle le représente comme un fait social par essence, et par conséquent vecteurs de processus sociaux sources d'interrogations scientifiques.

« L'événement est un fait social avant d'être un fait individuel ; il est le lieu où des hommes et des femmes se rassemblent dans une sorte de célébration collective pour assister un spectacle sportif [...] ; celui-ci est subjectivement perçu comme la possibilité de réalisation d'un exploit. Sans cette double dimension collective et individuelle qui donne à la manifestation sportive [...] un caractère à la fois sacré et exceptionnel, l'événement n'existe pas » (Piquet, 1985).

Nous venons de brosser rapidement les contours de la définition de l'événementiel sportif telle que la littérature nous la présente. Polysémique par essence, elle est largement inhérente à l'approche disciplinaire qui l'étudie. Si l'on tente de prendre un peu de recul face à ces éléments, nous souhaitons retenir l'idée qu'un événement est plus généralement, un fait qui survient à un moment donné. Evoquer cela de manière aussi simple nous permet d'insister sur le fait qu'il se caractérise par une transition, voire une rupture dans le cours des choses, par son caractère relativement soudain ou fugace, même s'il peut avoir des répercussions par la suite. C'est un « temps à part » dans la société, qui peut même dans certains cas en devenir un marqueur, vecteur de mémoire (Farge, 2002). Au sens général, il signifie « *tout ce qui arrive et possède un caractère peu commun, voire exceptionnel* »²⁸. Appliqué au monde du sport, il apparaît donc comme un moment peu ordinaire au caractère festif qui naît dans l'esprit de ceux qui le vivent (Ferrand, 1995). C'est la raison pour laquelle la dimension relationnelle qu'il génère est centrale, car dotée d'une dimension symbolique forte (Gresser, Bessy, 1999). Cette interaction permet de s'éloigner de la réalité quotidienne et renforce son caractère éphémère.

1.7.3 L'intérêt de la récurrence

Au-delà de l'événementiel sportif de manière générale, il convient de préciser ici que nous nous intéressons uniquement aux événements récurrents. Beaucoup de recherches se sont concentrées sur l'impact des événements majeurs « one-shot » (Preuss, Solberg, 2007 ; Charrier, Jourdan, 2009 ; Barget, Gouguet, 2010). On constate peu de recherches effectuées sur cette multitude de petits événements qui constituent pourtant le tissu sportif local et le quotidien des associations sportives. Ces projets récurrents de plus petites tailles sont d'autant plus intéressants qu'il a été démontré que certains gros événements étaient largement générateurs d'externalités négatives (Barget, Gouguet, 2010). On pense notamment à l'impact environnemental ou aux divers coûts tels que les nuisances sonores subies par le voisinage. Le caractère récurrent est également une notion très intéressante à intégrer dans une réflexion socio-politique puisque selon Higham (1999), les collectivités ont tout intérêt à se concentrer sur les saisons régulières ou les matchs de championnat par exemple, pour développer l'attractivité du territoire. De plus, ils s'accommodent mieux aux exigences de développement durable (Gibson, Kaplanidou, 2012) puisqu'ils génèrent un flux fiable de spectateurs, utilisent des infrastructures existantes, sont plus accessibles pour la communauté locale et enfin, nécessitent généralement peu de fonds publics comparé aux « mega sports events ». En effet, l'accueil d'événements sportifs récurrents peut contribuer à créer une clientèle fidèle de touristes sportifs (Gibson, Kaplanidou, 2010). L'image de

²⁸ Définition Larousse, 2009.

l'événement peut influencer l'image du territoire hôte pouvant générer du « bouche à oreille » ou « l'intention de revenir » sur site (Chen, Funk, 2010 ; Getz, 2010, 2016).

Globalement, dans la littérature inhérente à l'événementiel sportif, on aborde moins les événements sous le thème de la récurrence, à travers la notion de « petits événements sportifs récurrents²⁹ » ou équivalents. Lorsque c'est le cas, on le fait toujours par le prisme de l'image et de la relation avec la destination (Getz, Page, 2016). Les chercheurs ayant travaillé sur ces événements ont ainsi tenté d'extraire des indicateurs pouvant expliquer leur impact et illustrer leur potentiel. Ils ont en effet essayé d'identifier des variables pouvant optimiser la réussite de l'événement, que ce soit à propos de l'image (Kaplanidou, Vogt, 2010 ; Hallman, Breuer, 2010), de la fidélisation du participant ou spectateur (Mc Gehee, 2003) ou encore de la satisfaction (Gibson, 2003 ; Gibson, Kaplanidou, 2012). Certains travaux ont cependant attesté du fort potentiel qu'ils peuvent représenter pour le développement local (Chalip, 2005 ; Ziakis, Costa, 2008 ; Cornelissen, Bob, Swart, 2011).

Ces événements sportifs peuvent constituer une base solide sur laquelle les territoires peuvent s'appuyer pour générer de la dynamique au niveau local. C'est la raison pour laquelle nous avons souhaité axer nos travaux sur la place que prend l'événement sportif récurrent au sein du territoire. Il ne s'agit donc pas de travailler sur l'événement ou sur le territoire mais plutôt sur la relation et les processus qui vont s'organiser entre le premier et le second.

Avec le concept des dynamiques locales nous allons nous intéresser à tous les éléments en amont de l'événement sportif récurrent qui vont permettre son existence. Nous pensons notamment aux jeux d'acteurs, aux impulsions locales et aux partenariats. Tous ces éléments vont influencer directement ou indirectement la mise en place de l'événement. Il y a donc tout un maillage d'acteurs avec des relations, des interactions qui vont nourrir le territoire et l'événement en permettant, à un moment donné, la mise en place concrète, opérationnelle, d'un processus organisationnel. De fait la notion de récurrence permet le renforcement de ces relations, en les inscrivant dans le temps. Il apparaît donc tout à fait porteur de sens de se focaliser sur ces événements sportifs récurrents dans la mesure où, par leurs caractéristiques, ils permettent, mieux que n'importe quel autre type d'événement, de mettre en exergue l'étendue des éléments qualitatifs qui se déroulent en amont et en aval. Ils permettent donc d'appréhender de manière plus globale l'ensemble des effets liés à l'organisation de l'événement sportif.

Ainsi, conscients de ces définitions et de ces cadres, nous engageons le travail de recensement sans nous focaliser sur un type d'événement au-delà des seuls critères de la récurrence, du lieu parisien et d'une définition large de l'événementiel sportif (Piquet, 1985). Nous souhaitons traiter ce fait social à travers la diversité qui le caractérise. Ayant en tête les différents points d'appui théoriques, nous faisons le choix d'être le plus ouvert possible dans notre inventaire quitte à supprimer, dans un second temps de notre sélection, les projets événementiels s'éloignant trop de la dimension sportive. De toute manière, le recensement s'est effectué pour une large part sur la base d'informations recueillies auprès de professionnels. Elles sont donc soumises à leur interprétation et leur représentation de ce qu'est un événement sportif. Cela renvoie à « l'attitude réalisative » d'Habermas (1987), cet effort conjoint entre chercheurs et acteurs sociaux nécessaires pour déboucher sur des

²⁹ Traduction de « small scale sport event » (Gibson, 1998).

perspectives de compréhension plus complexes que celles qui ne sont construites qu'à partir du point de vue du chercheur et des théories existantes (Anadon, Guillemette, 2007). Cette posture est conforme à la théorie ancrée qui invite à entrer sur le terrain en laissant de côté les présupposés du chercheur ainsi que les cadres énoncés par les travaux théoriques antérieurs, sans toutefois en faire une abstraction totale et définitive.

1.7.4 Le recensement extensif

Nous engageons le recensement des événements sportifs récurrents parisiens. Cette initiative, bien qu'encouragée par les interlocuteurs que nous avons à ce moment-là à la mairie de Paris, s'avère longue et laborieuse. Nos moyens résident dans la prise de contact systématique et individuelle d'acteurs clés identifiés dans les premiers entretiens auprès d'experts du sport parisien. Nous sollicitons ainsi les offices du mouvement sportif (OMS) de chaque arrondissement, la direction de la communication (DICOM) de la mairie de Paris, l'institut régional de développement du sport (IRDS) ou encore le mouvement olympique par l'intermédiaire du comité départemental olympique et sportif de Paris (CDOS 75). Chacun de ces acteurs se voit prié de communiquer toutes les informations permettant la constitution d'un listing d'événements sportifs parisiens. Les OMS ne répondent qu'avec parcimonie (6 seulement ont pris le temps de nous envoyer une liste après de nombreuses relances). L'IRDS qui procède en 2014 à un recensement des équipements sportifs dans la région est très intéressé par notre initiative, principalement parce qu'il ne dispose d'aucun élément de ce type. La DICOM, quant à elle, nous invite à éplucher systématiquement les revues « à Paris » qui présentent les calendriers sportifs, chaque mois.

Il n'existe aucun listing général de ce type qui soit en leur possession. Les mairies d'arrondissement disposent aussi de magazines dédiés qui renseignent, de temps en temps, sur l'événementiel sportif. Le recensement issu de ce travail constitue un premier socle de petits événements de proximité. Mais cette stratégie n'est pas suffisante, nous parvenons à lister plus d'événements par la suite en nous appuyant sur une recherche internet par discipline. Certaines fédérations sportives, par exemple, proposent des calendriers complets. Des sites tels que « sortiraparis.fr » centralisent un grand nombre d'événements de plus grande envergure. Au total, cette recherche s'est déroulée sur quatre mois et a abouti à un recensement de 260 événements sportifs récurrents.

La première observation riche en enseignement qui pointe déjà à ce stade est l'absence de travail de cet ordre à la mairie de Paris ou au comité Olympique. En raison de cela, le recensement fut un processus difficile, l'accès aux données et leur exploitation n'étant pas aisés. Nous avons arrêté de chercher lorsque nous avons constaté être arrivés au point de saturation (Yin, 1994, 2013). Les mêmes événements déjà recensés revenaient sans cesse. Surtout après avoir contacté de nombreuses personnes (mairie de Paris, DJS, etc...) durant plusieurs mois, on nous a un jour renvoyé vers le premier contact, celui que nous avons eu à la mairie de Paris quatre mois plus tôt. Avec 260 événements sportifs recensés sur le territoire parisien entre décembre 2013 et juin 2014, nous considérons posséder un panel assez large permettant d'y sélectionner un échantillon théorique (Gagnon, 2012), même si nous ne doutons pas du fait que nous avons certainement manqué des événements.

Pour les trier et les classer, nous avons entrepris, lorsque nous les recensons, d'indiquer systématiquement certaines informations discriminantes. Ces « critères » sont apparus lors de l'observation de notre recensement qui s'élargissait progressivement en taille et en

diversité. Cette grande variance nous invite à constituer des catégories provisoires afin de rendre intelligible cet ensemble complexe et diversifié. Nous présentons ci-dessous un extrait de ce recensement des événements sportifs parisiens récurrents, que nous proposons dans sa version complète en annexe.

	événement	période	Porteur	Type de porteur	Pratique	in / out	loisir / compet	spec ou prat	Ray Médiatique	Fréquence de la récurrence	Arrondissement
1	Grand Prix de Saint Cloud	Juin	France Galop	privé marchand	équitation	out	competition	spectateur	international	annuelle	16ème
2	Gras Savoye Grand Steeple-Chase	Mai	France Galop	privé marchand	équitation	out	competition	spectateur	national	annuelle	13ème
3	Saint Hermès au Grand Palais	Mars	GL Events	privé marchand	équitation	out	competition	spectateur	international	annuelle	8ème
4	Qatar, Prix de l'Arc de Triomphe	Octobre	France Galop & Equestrian club	privé marchand	équitation	out	competition	spectateur	international	annuelle	8ème
5	Grand Prix de Golf du Stade Français	Avril	Stade Français	privé non marchand	golf	out	competition	spectateur	international	annuelle	12ème 16ème
6	Gucci Master	Décembr	Comexposium / GL Events	privé marchand	équitation	out	loisir	spectateur	international	annuelle	16ème
7	Gras Savoye Grand Steeple-Chase	Mai	France Galop	privé marchand	équitation	out	competition	spectateur	international	annuelle	16ème
8	PSG	à l'année	PSG	privé marchand	football	out	competition	spectateur	international	bi mensuelle	16ème
9	Stade Français	à l'année	Stade Français	privé marchand	rugby	out	competition	spectateur	national	bi mensuelle	16ème
10	Week-end international de l'obstacle	Décembr	France Galop	privé marchand	équitation	out	competition	spectateur	international	annuelle	16ème
11	La course by le Tour de France	Juillet	ASO	privé marchand	cyclisme	out	competition	spectateur	international	annuelle	8ème
12	Tour de France Arrivée	Juillet	ASO	privé marchand	cyclisme	out	competition	spectateur	international	annuelle	8ème
13	Grand Prix de Paris	Mai	GL Events	privé marchand	équitation	out	competition	spectateur	international	annuelle	16ème
14	Paris Université Club Volley	à l'année	Paris Université Club	privé non marchand	volley	in	competition	spectateur	national	bi mensuelle	13ème
15	Paris FC	à l'année	Club (SASP + Assoc')	privé non marchand	football	out	competition	spectateur	national	bi mensuelle	20ème
16	PSG Handball	à l'année	Club (SASP + Assoc')	privé non marchand	hand	in	competition	spectateur	national	bi mensuelle	16ème
17	Rallye de Paris GT	Mars	Rally Story (privée)	privé marchand	auto	out	competition	spectateur	national	annuelle	16ème
18	Trophée de France (Eric Bompard)	Novembr	FFSGlisse	privé non marchand	patinage	in	competition	spectateur	international	annuelle	12ème
19	Golden League de handball	Janvier	FFH	privé non marchand	handball	in	competition	spectateur	international	hebdomadaire	16ème 13ème
20	Masters de Paris-Bercy	Octobre	FFT	privé non marchand	tennis	in	competition	spectateur	international	annuelle	12ème
21	BNP Masters Paris Bercy	Octobre	FFT	privé non marchand	tennis	in	competition	spectateur	international	annuelle	12ème
22	Tournoi des VI Nations	Mars	IRB	privé non marchand	rugby	out	competition	spectateur	international	annuelle	16ème et Saint-
23	Finale de la Coupe de France de Football	Avril	FFF	privé non marchand	football	out	competition	spectateur	national	annuelle	Saint-Denis

Tableau 3 : extrait du tableau de recensement extensif des événements sportifs parisiens récurrents.

Les premières colonnes constituées sont principalement descriptives. On y trouve le nom de l'événement, la date, le porteur de projet, la discipline sportive (ou omnisport) l'arrondissement, le nombre de participants, de spectateurs, de bénévoles ou encore l'ancienneté (nombre d'éditions). Cette première salve d'informations brutes est complétée par des colonnes aux critères plus discriminants : « *l'événement se tient-il en intérieur ou en extérieur ?* », « *S'agit-il d'une pratique de loisir ou de compétition ?* », « *La fréquence de la récurrence est-elle annuelle, hebdomadaire ou bimensuelle ?* », « *l'événement présente-t-il plus de participants ou de spectateurs ?* ».

Ensuite, nous avons construit deux autres colonnes comportant des critères qui nécessitent une connaissance plus précise du projet. Il s'agit d'une analyse préalable sur la base de critères objectifs. L'un est le rayonnement médiatique. Il se renseigne en prenant comme point d'appui le média qui communique au niveau d'échelle le plus élevé, entre : local, communal, régional, national ou international. L'autre est l'objectif, qui correspond à la volonté première et qui sous-tend l'organisation de l'événement. Elle s'observe sur la base de ce qui est énoncé publiquement par les porteurs du projet événementiel : flyers, affiches, sites web et slogans. En posant ce critère au recensement effectué, nous identifions de manière extensive de nombreuses catégories qui renvoient toutes à des objectifs plus ou moins différents : compétition, patrimoine, spectacle, caritatif, vie locale, tourisme, commercial, participatif, festif, héritage, équipement, initiatique, sport nature, sport pour tous. Cette première catégorisation permet de disposer d'un premier tri entre les 260 événements, en vue d'en faire une classification plus précise dans un second temps à l'aide d'une typologie.

1.7.5 Les typologies existantes des événements sportifs

Pour éclairer les dynamiques locales et le lien entre événements sportifs et contexte local, nous avons choisi la méthodologie de l'étude de cas. Chaque cas sera constitué par un événement sportif. La volonté qui nous anime est d'aborder les événements de manière transversale en gardant la diversité qui en fait, selon nous, une richesse. Toutefois, c'est également une contrainte d'un point de vue méthodologique puisqu'il s'agit de traiter des objets que le seul caractère événementiel joint. La dimension sportive est, quant à elle, entendue de manière très différente. Si nous voulons travailler autour de cette diversité il nous semble donc nécessaire à ce stade d'avoir recours à une typologie pour ordonner notre regard et justifier le choix de nos cas.

Les typologies d'événements sportifs sont nombreuses et sont généralement construites autour du format ou de la dimension organisationnelle (Djaballah, 2014). Une des plus régulièrement citée dans la littérature française est celle de Gresser et Bessy (1999) qui propose un total de dix variables parmi lesquelles on trouve la date de création, le niveau d'innovation ou encore le type de motricité engagé par l'événement (plus ou moins codifié). Ils distinguent par exemple les événements « traditionnels avec calendrier » des événements de type spectacle et « shows » ou encore les nouvelles manifestations sportives de masse, raids ou défis aventure.

	Grands événements sportifs internationaux	Événements sportifs internationaux	Événements types spectacles et show	Nouvelles manifestations sportives de masse	Raides ou défis d'aventure
Dates de création	Ancienne		Récent		
Origine et temporalité	Institutionnelle avec calendrier		Marchande ponctuelle	Associative / Marchande sans calendrier	
Participants / objectifs spectateurs / organisation	Sport spectacle / sport de compétition Promotion d'une fédération		Spectacle promo d'une pratique	Exploration / rencontre / découverte	Evasion / sensations...
Milieu	Standardisation normalisation équipement classique		Non standardisé	Non standardisé urbain ou naturel	Incertitude ou hostilité
Mode de fonctionnement	Réglementations codifications strictes		Souple et variable / Management adapté à chaque manifestation		
Motricité	Très codifié par rapport à une performance max		Codifié mais aussi de style libre et inventif		
Innovation	Dans le domaine de la mesure et de la gestion		En rapport avec différentes variables : temps, espace, participants		
Public	Acteurs sélectionnés, plus de spectateur		Élite pour spectateur	Acteurs non sélectionnés plus d'acteurs	
Partenaires					
Médiatisation					
Exemples	JO, coupes du monde, Roland Garros	Championnats nationaux	Open Swatch, Fun Bcard de Bercy...	Marathon de Paris, NY, La Transjurassienne	Raid Gauloise, Défi Girondin

Figure 5 : typologie des événements sportifs par Gresser et Bessy (1999)

Une autre, proche de la précédente, se base sur le nombre de spectateurs, le budget de l'événement sportif ou encore le nombre de bénévoles mobilisés. Cette typologie développée par le laboratoire de Lucerne classe les événements par taille, comme suit.

		XS (très petit E)	S (petit E)	M (E moyen)	L (grand E)	XL (Méga E)
Critères obligatoires	Budget d'événement	≥ 0 < 1000	≥ 1000 < 50 000	≥ 50 000 < 1 000 000	≥ 1 000 000 < 50 000 000	≥ 50 000 000
	Attractivité médiatique et propagation télévisuelles			Contribution dans une fenêtre commune des émissions sportives	Diffusion directe sportive avec une propre fenêtre horaire. (Live ou rediffusion partielle)	Diffusion directe sportive avec une propre fenêtre dans plus de 30 pays
Critères facultatifs	Nombre de sportifs	≥ 0 < 100	≥ 100 < 1000	≥ 1000 < 10 000	≥ 10 000 < 20 000	≥ 20 000
	Nombre de fonctionnaires / volontaires / aides	≥ 0 < 50	≥ 50 < 100	≥ 100 < 1000	≥ 1000 < 5000	≥ 5000
	Nombre de spectateurs	≥ 0 < 100	≥ 100 < 5000	≥ 5000 < 20 000	≥ 20 000 < 100 000	≥ 100 000
		Autres événements sportifs			Grands événements sportifs	

Tableau 4 : typologie des événements sportifs par la « *Sport und Wirtschaft Schweiz, Wirtschaftliche Bedeutung der Sportveranstaltungen* » (BASPO), Institut du Tourisme de Lucerne : 2008

Dans une typologie plus récente, Ferrand et Chappelet (2015) présente une classification qui s'affranchit de la taille des événements sportifs. Elle s'appuie sur le type de sport, la récurrence du projet événementiel et la finalité commerciale pour identifier 7 types.

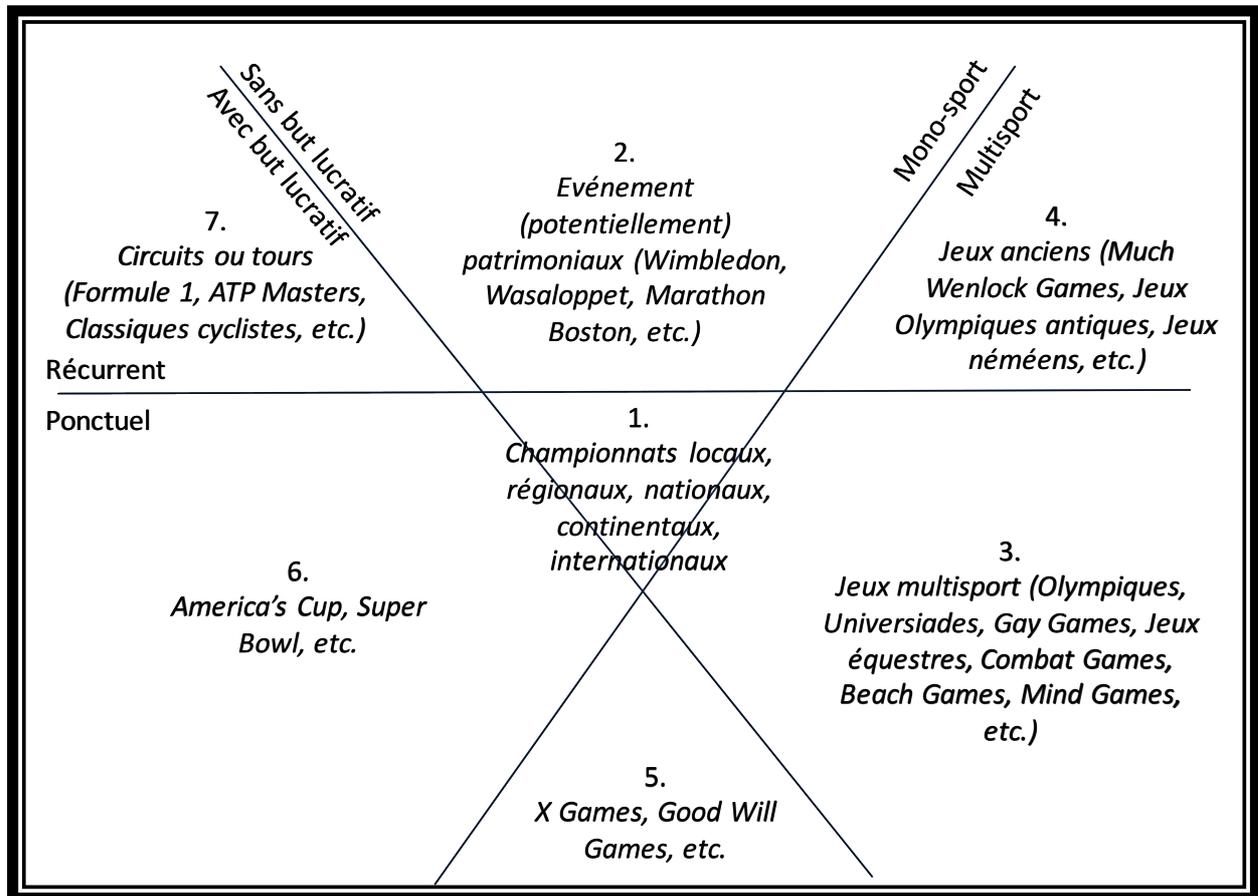


Figure 6 : typologie des événements sportifs par Ferrand et Chappelet (2015)

Dans la littérature anglo-saxonne, Gratton et Taylor (2000) ont construit une typologie sur la base du niveau de compétition. Dans cette typologie reprise maintes fois dans des articles de recherche sur l'événementiel sportif (Wilson 2006 ; Misener, Doherty, 2009), ne figure pas de catégorie permettant d'inclure les événements de plus petites tailles. C'est Wilson en 2006 qui reprend cette typologie et suggère d'y rajouter une « catégorie E » : les événements mineurs. Ils font référence à tous ces événements sportifs locaux qui constituent la partie émergente, la plus visible de l'activité quotidienne des associations sportives.

Type A	Méga-événements sportifs internationaux générant un impact économique et médiatique très important (JO, Coupe du monde de football).
Type B	Événements sportifs majeurs revenant régulièrement (tous les ans) et générant un impact économique et médiatique conséquent (Tournoi des Six nations, Wimbledon, Open de golf).
Type C	Événements sportifs ponctuels et irréguliers, générant un impact économique et médiatique limité (championnats européens de natation, championnat du monde de badminton).
Type D	Événements sportifs importants en termes de compétition mais générant peu d'impact économique et médiatique (la plupart des championnats nationaux).
Type E	Événements sportifs mineurs, présentant plus de participants que de spectateurs, une couverture médiatique locale et engendrant une activité économique limitée.

Tableau 5 : typologie des événements sportifs par Wilson (2006) adaptée de Gratton et Taylor (2000)

Autre typologie régulièrement citée dans les travaux portant sur l'événementiel : la typologie de Getz (1997). Elle se distingue des précédentes en se jouant à un niveau supérieur puisqu'elle traite tous les événements festifs, au sein desquels elle inclut ceux qui ont la spécificité sportive. D'ailleurs, en posant le regard de cette manière, nous constatons que le sport n'est qu'une petite partie des différents types identifiés. Getz l'avait divisé en « sport loisir » d'une part et « sport compétition » d'autre part, estimant qu'on ne pouvait mélanger les deux, compte tenu de la dimension non comparable des flux monétaires.

Célébration Culturelle	Politique et État	Art et Spectacle	Commerce	Education et Science	Sport Compétition	Récréatif	Événement privé
<i>Festivals</i>	<i>Sommet politique</i>	<i>Concerts</i>	<i>Convention professionnelle</i>	<i>Conférence</i>	<i>Amateur ou Professionnel</i>	<i>Sport et loisir</i>	<i>Mariage</i>
<i>Carnavals</i>	<i>Cérémonie Royale</i>	<i>Remise de prix</i>	<i>Événement commercial</i>	<i>Séminaire</i>	<i>Spectateur ou Participant</i>		<i>Fête privée</i>
<i>Mémoire</i>	<i>Événement politique</i>		<i>Foire et marché</i>				
<i>Événement religieux</i>	<i>Visite de VIP</i>						

Tableau 6 : traduction française adaptée de la typologie des événements de Getz (1997)

L'avant dernière typologie que nous présenterons dans cet inventaire est plus axée sur le modèle de gouvernance (Ferrand, Chanavat, 2006). C'est un modèle très large qui est susceptible de donner lieu à plusieurs typologies différentes selon la priorité accordée à l'une ou l'autre des sept dimensions (Djaballah, 2014) à savoir : le propriétaire des droits, le mode d'organisation, le statut juridique du propriétaire des droits, les parties prenantes, la gouvernance et les finalités, l'impact social, économique et environnemental de l'événement.

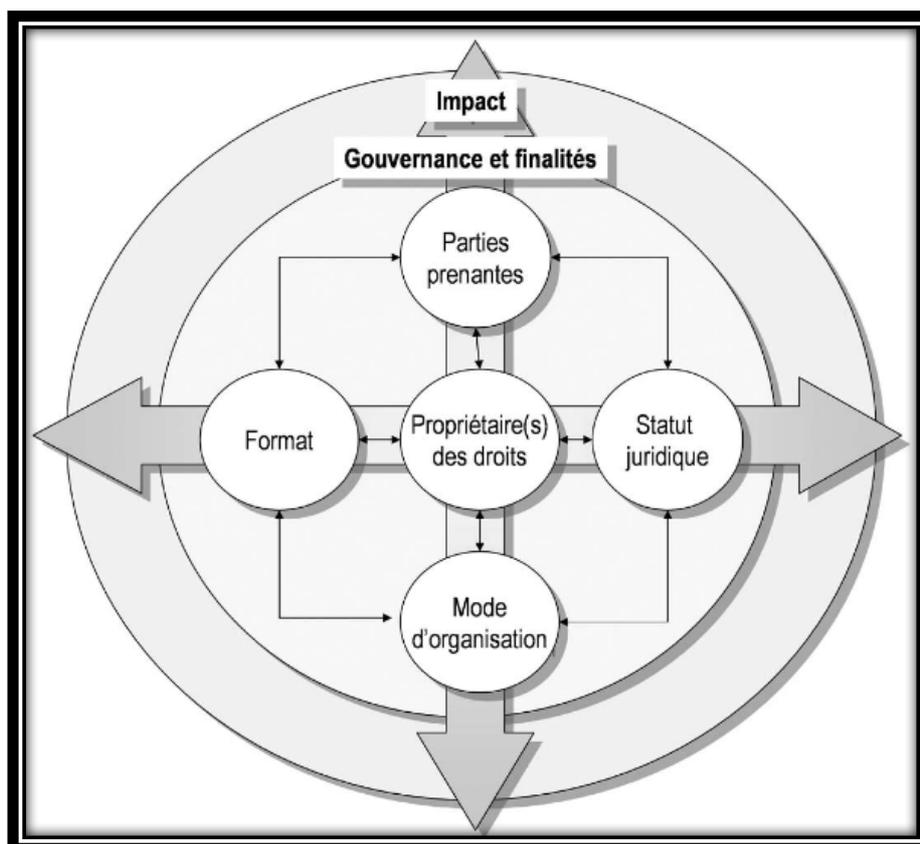


Figure 7 : les sept dimensions discriminantes d'un événement sportif par Ferrand et Chanavat (2006)

Enfin, une typologie plus récente, proposée par Bessy et Suchet (2016), distingue les compétitions sportives, des spectacles de types show et des manifestations sportives de masse et d'élite sans faire référence au statut du porteur de projet.

Les compétitions sportives	Les spectacles de type show	Les manifestations sportives de masse... et d'élite		
De national à international	De local à international	De local à international		
Institutionnelle, fédérale, olympique ou marchande	Marchande	Associative, territoriale ou marchande		
Création ancienne	Création ancienne	Création récente		
Calendrier national et international contraint	Ponctuel	Absence de calendrier ou calendrier parallèle		
Motricité très codifiée	Motricité plus libre	Motricité libre à performative		
Les Jeux olympiques ; la Coupe du monde de football ; le Tour de France ; Roland Garros ; les championnats nationaux de chaque discipline...	Les matchs de catch ; les tournées des Harlem Globetrotters ; les indoors windsurf de Bercy dans les années 1990 ; différents <i>shows</i> urbains	Marathon du Médoc ; Marathon des Dunes ; divers événements locaux	Le Paris-Dakar ; les Rando Raid SFR ; le Grand Raid de La Réunion...	L'UTMB ; Le Raid Gauloises ; le Marathon des sables ; les défis extrêmes...

Tableau 7 : Essai de catégorisation des formes d'événements sportifs par Bessy et Suchet (2016)

Cette présentation de plusieurs typologies montre l'activité de la recherche universitaire sur ces questions depuis une vingtaine d'années. Cependant, après notre recensement des événements parisiens nous avons essayé de nous appuyer sur l'une d'entre elles, en vain. Aucune n'est tout à fait adaptée à la variété des événements sportifs parisiens observés à travers un prisme socio-politique. Celle de Gratton et Taylor (2000) nous semble manquer de catégories pour représenter la complexité du réel et la diversité du terrain. Son cadre anglo-saxon n'est de toute manière pas adapté à la prise en considération d'un événement de proximité, organisé par une association de quartier ou un office pour le Mouvement Sportif.

Celle de Gresser et Bessy (1999), très large ne prend ne se centre pas vraiment sur le porteur de projet. Compte tenu de notre approche socio-politique de l'événementiel, il nous semble que cette variable nécessite une attention plus soutenue. De la même manière celle de Ferrand et Chappelet (2015) ne convient pas à notre terrain puisque les projets sportifs événementiels municipaux d'accès à la pratique ne peuvent y être insérés. Par exemple, un événement municipal gratuit, puisqu'il est récurrent, multisports et non lucratif, correspondrait à tort aux événements de type 4 relatifs aux « jeux anciens ». Enfin, celles de Ferrand et Chanavat (2006) ou de Getz (1997) traduisent particulièrement la diversité du terrain. Toutefois, elles semblent difficilement applicables à nos travaux. Leur modèle offre un cadre de compréhension très large, sous-tendu par une approche managériale pour l'un et de tourisme pour l'autre qui ne répondent ni de près ni de loin à la question que nous nous posons.

Comme l'indique Bessy et Suchet (2016), aucun de ces cadrages n'est vraiment satisfaisant dans la mesure où l'événementiel sportif est à la fois pluriel, en mutation constante et impliquant des acteurs multiples sur des territoires contrastés. Les catégories sont même un enjeu du secteur (Suchet, 2013) par la volonté de se démarquer du projet événementiel concurrent (Bessy, Suchet, 2016).

Pourtant, nous devons organiser les 260 entrées dans notre recensement pour parvenir à construire un échantillon théorique et justifier le choix de nos cas. En conséquence, puisque nous voulons en premier lieu traduire la diversité des événements, nous envisageons de développer notre typologie sur la base de la catégorie « objectif ». Cette dernière répond particulièrement bien à notre question de recherche de départ « *pourquoi organiser un événement sportif ?* ». Face à ce foisonnement d'objectifs identifiés (compétition, patrimoine, spectacle, caritatif, vie locale, tourisme, commercial, participatif, festif, héritage, équipement, initiatique, sport nature, sport pour tous), nous envisageons de retravailler ces catégories qui ne nous semblent pas assez discriminantes³⁰. Pour ce faire, nous nous appuyons sur la littérature et les quelques exemples cités précédemment, ainsi que sur nos observations du terrain, nos échanges avec les experts du sport parisien et notre analyse des événements recensés. C'est ce jeu avec les données qui doit parvenir à constituer des catégories fondamentales pour la compréhension des phénomènes à l'étude.

Enfin, ce qui a motivé avant tout le choix de créer une nouvelle typologie des événements sportifs est la volonté de disposer d'un outil parfaitement adapté à notre recherche. Nous nous appuyons sur les propos de Becker qui invite les chercheurs en sciences sociales à « *créer des formes qui disent exactement ce qu'ils veulent dire, plutôt que de faire entrer de force leurs idées dans des formats standards* » (Becker, 2002). C'est aussi un moyen

³⁰ C'est d'ailleurs la raison pour laquelle nous les mentionnons ici sans plus les détailler.

d'accorder du crédit à la créativité du chercheur et d'accepter d'étudier ce que le terrain donne à voir, tel qu'il est réellement, un précepte découlant de la théorie ancrée (Glaser, Strauss, 1967). La typologie ainsi créée ne sera pas forcément viable scientifiquement à la fin du travail de thèse. Elle ne sera peut-être adaptée qu'au seul terrain parisien. C'est le travail empirique et analytique qui viendra renforcer ou affaiblir les catégories et le modèle. Néanmoins, c'est une étape indispensable à la suite de notre travail de recherche. C'est en premier lieu un outil qui peut nous aider à ordonner la complexité du réel.

1.7.6 La création de la typologie

Selon Grémy et Le Moan (1977), « *élaborer une typologie consiste à distinguer, au sein d'un ensemble d'unités (individus, groupes d'individus, faits sociaux, etc.), des groupes que l'on puisse considérer comme homogènes d'un certain point de vue* ». Ces auteurs identifient trois méthodes de construction de typologies dans les sciences sociales : les types-idéaux, la réduction de l'espace d'attributs et l'agrégation des unités.

Pour construire notre outil, nous empruntons essentiellement à « l'agrégation des unités ». Cette méthode vise à « *regrouper des unités autour d'un petit nombre d'entre elles, choisies comme noyaux de la typologie (agrégation autour d'unités-noyaux)* ». (Grémy, Le Moan, 1977). Elle consiste donc à opérer une comparaison empirique des unités observées. Elle part du présupposé que la réalité est complexe, mais non indifférenciée. Dès lors, il est possible d'en dégager une partition naturelle.

Schnapper (2003) souligne la nécessité de faire apparaître la différence entre les groupes. Au-delà de l'homogénéité « intra-groupe », il est essentiel qu'il y ait une différence forte « inter-groupe » : les types doivent être homogènes et différenciés. Les objets doivent ainsi être les plus similaires possibles au sein d'un groupe, et les groupes doivent être aussi dissemblables que possible.

1.7.6.1 Les volontés premières

Ainsi, le recensement extensif des événements sportifs parisiens fait ressortir certaines variables qui permettent de faire des rapprochements, de créer des catégories. Après de nombreuses heures de réflexion, de jeu avec les indicateurs préexistants, nous parvenons à dessiner les contours d'un concept. Nous l'appelons la « volonté première ». Il régit l'ensemble de la typologie. Il s'agit d'une catégorie analytique construite sur la base de l'ancienne catégorie « objectif ». Elle vise à répondre à notre question de départ qui structure l'ensemble de notre réflexion.

Définir le concept de « volontés premières » nécessite donc de répondre à la question : « *pourquoi organise-t-on un événement sportif ?* ». Nous observons deux types de volontés premières. Tout d'abord, la « volonté première externe » qui s'observe sur la base de ce qui est énoncé publiquement par les porteurs du projet événementiel : flyers, affiches, sites web et slogans. Il s'agit de ce qui est formalisé publiquement. Quel message envoient les porteurs de projet ? Quelle coloration, orientation, donnent-ils à leur événement ? Par exemple, un événement festif et commercial aura tendance à utiliser des couleurs vives et faire apparaître des logos de partenaires sur ses supports de communication.

Ensuite, la « volonté première interne » correspond à ce qui est souhaité réellement par les organisateurs mais qui n'est pas nécessairement explicité publiquement. Cette dernière s'appréhende lors des entretiens semi-directifs et de l'observation participante. Le concept de la volonté première diffère de l'objectif dans le sens où, en plus d'être un but à atteindre, il est une orientation révélatrice du positionnement de l'événement sur la scène publique.

On doit donc bien distinguer les deux types de volonté qui peuvent ainsi traduire à la fois des attendus en termes de communication sur la scène publique et de jeu politique en interne. Cela correspond à adhérer au « *postulat du sens caché* » qui indique que la réalité est toujours plus complexe que ce qu'on peut en voir de prime abord. Le sens de l'objet se révèle petit à petit au travers d'un processus d'analyse intensif confrontant divers points de vue (Martineau, 2005). Par exemple, un événement porté par l'acteur public présenterait plusieurs objectifs qui se formaliseraient par des volontés premières externes évidentes (comme l'organisation de la pratique) et des volontés premières internes plus implicites (un jeu d'acteurs interne ou un jeu de couleurs politiques entre porteurs de projets et élus). Bien que moins facilement décelables, ces dernières seront tout aussi importantes pour la compréhension du projet événementiel et l'analyse de ses effets. Enfin, il s'agit aussi de questionner la dialectique entre la réalité observée et la rhétorique des discours sur l'événement sportif (Salisbury, 2015).

Ce concept s'est imposé en travaillant autour des objectifs redondants (patrimoine/héritage/équipement ; participatif/initiatique, etc.³¹). Le recensement, couplé aux premiers entretiens, a aussi fait émerger des catégories moins classiques comme celle de « l'équipement ». Ce type d'événement, principalement d'initiative publique, correspond à une volonté première interne : faire vivre, animer un équipement sportif. Ainsi, ce type d'événement souligne la présence d'un « éléphant blanc » et renvoie à des problématiques de programmation, d'aménagement et de politiques publiques (Bourbillères, Charrier, Evrard, sous presse). C'est la singularité parisienne qui vient amender une typologie modelée sur les caractéristiques du terrain à l'étude.

Les catégories se sont donc constituées de cette manière : tantôt en agrégeant des objectifs précédemment identifiés comme redondants, tantôt en intégrant des initiatives *a priori* plus inattendues, plus singulières. De manière générale, il y a deux grandes catégories qui créent le clivage central de cette typologie : les événements sportifs dont le sport est la finalité et les événements sportifs où le sport est un outil pour une autre finalité. Une fois ce critère discriminant posé, on trouve deux catégories dans la « finalité sport » et quatre dans le « sport outil ». Le tableau ci-dessous présente et définit chaque volonté première identifiée.

³¹ Pour simplifier la compréhension de la typologie des volontés premières, nous ne présentons pas l'ensemble des catégories intermédiaires identifiées qui relèvent d'une « cuisine interne ».

Finalité Sport	Spectacle Compétitif	<p>Ces événements sont avant tout des compétitions. L'enjeu sportif est le principal paramètre motivant l'organisation de l'événement, avant l'apparition de toutes les autres externalités que l'on peut envisager.</p> <p>Ils ont cependant un caractère divertissant par la dimension professionnelle qu'ils mettent en scène. C'est la raison pour laquelle nous employons le terme de « spectacle sportif » pour parler de ce type de rencontre.</p>
	Organisation de la pratique	<p>Ces événements ont pour objectif de regrouper des pratiquants autour d'une pratique sportive compétitive ou non. Ils sont organisés pour faire pratiquer du sport avant toute chose. Ils peuvent être organisés par l'acteur public pour faire découvrir (initiatique), ou inciter à la pratique (participatif), ou encore par un acteur privé non marchand (association, fédération) pour faire vivre la discipline sportive.</p>
Sport Outil	Animation d'un équipement	<p>Ces événements utilisent le sport comme outil dans l'optique de faire vivre l'équipement. Certains équipements sportifs n'accueillent pas des événements tous les week-ends. La volonté première qui va motiver l'organisation de l'événement sera d'animer l'infrastructure pour éviter qu'elle ne devienne un « éléphant blanc ». Cette problématique est réelle à Paris depuis le début des années 2000.</p>
	Animation de la vie locale	<p>Ces événements sont organisés pour dynamiser la vie locale, le quartier. On parle d'événements de proximité. Ils sont souvent portés par des associations impliquées dans la communauté locale. Le sport n'est qu'un prétexte pour se regrouper, créer du lien. Ils sont généralement très ancrés sur le lieu et, dans le cas d'événements récurrents, peuvent devenir des temps à part, venant rythmer la vie sociale.</p>
	Caritatif et Social	<p>Ces événements ne sont organisés que dans l'optique d'apporter de la lumière sur une cause humanitaire ou sociale. La volonté première se situe dans la mise en valeur d'une cause en vue de créer un élan mobilisateur, de soulever des fonds, ou bien la combinaison des deux.</p>
	Commercial	<p>Ces événements sont organisés dans l'optique de promouvoir une marque. Ils sont portés par des acteurs privés marchands ou non, plus ou moins proches du domaine sportif, utilisant l'événement sportif pour s'octroyer une fenêtre de visibilité à l'échelle locale, régionale ou nationale.</p>

Tableau 8 : Les définitions exploratoires des volontés premières des événements sportifs parisiens

Le point de départ de notre réflexion réside dans la motivation qui entraîne l'organisation de l'événement. Le concept des volontés premières formalise cette intuition. Nous cherchons à identifier ce que vise en premier lieu le porteur de projet en organisant l'événement sportif. Pour rendre cela effectif, nous envisageons le fait que la « volonté première » sera celle qui pourra être perçue dans le discours du porteur de projet en amont de l'événement : plaquette présentant l'événement, publicité et tout autre élément de communication par exemple.

Très souvent les événements sportifs qui vont intégrer ces catégories disposent d'externalités qui tendraient à les placer dans d'autres cases. Pour faire en sorte que ces catégories soient totalement discriminantes, nous ne nous focaliserons que sur une variable caractéristique de chaque événement : la « volonté première ». C'est celle-ci et uniquement celle-ci qui est prise en compte pour pouvoir réaliser cette classification. Pour objectiver cela, nous nous basons sur ce qui est énoncé et formalisé publiquement. Ce sera donc une volonté première *a priori* qui nous permettra de catégoriser l'événement. Il sera ensuite analysé à travers l'étude de cas. Peut-être remarquerons-nous, à cet instant d'analyse, des dissonances vis-à-vis de la volonté première caractérisant l'événement sur la scène publique. L'intérêt de la « volonté première » est avant tout d'établir un constat sur la base d'indicateurs objectifs. Cela nous confère la possibilité de disposer d'un élément de comparaison. La typologie devient un vrai outil d'analyse de l'événement sportif en comparant le discours du porteur de projet à ce que nous observons sur le terrain.

1.7.6.2 Le statut juridique du porteur de projet

Nous n'avons évoqué que la volonté première dans la construction de la typologie à ce stade. Pourtant, une deuxième variable vient compléter notre essai. Il s'agit du statut juridique du porteur de projet. Celui-ci renvoie à certaines typologies existantes qui insistent sur la gouvernance (Ferrand, Chanavat, 2006). Le choix de cette variable s'explique par notre entrée par l'action publique. Nous cherchons à comprendre ce qui se joue autour de l'événementiel sportif, ce qui le rend possible autant que ce qu'il génère. Or, pour comprendre cela, nous suggérons qu'il est nécessaire de mettre en lien les raisons qui motivent l'événement, avec la nature de l'acteur qui les formalise. Cette variable traduit notre souhait de mettre en tension les attendus et les résultats. Nous imaginons que cette comparaison, en plus de la comparaison inter-cas, puisse être un outil analytique riche.

Mais surtout, ce choix s'est imposé à nous tant il nous semble évident de devoir séparer un événement porté par la municipalité, d'un événement porté par une entreprise. Dans le désordre du recensement, ce critère permet d'en éclaircir la lecture. Il y a trop de disparités entre ces types d'événements pour les traiter de manière indifférenciée. À l'intérieur d'une même volonté première, un événement peut être porté par des acteurs de natures différentes. Par exemple, les événements qui organisent la pratique sportive peuvent être initiés par un acteur privé non marchand (une association qui porte un tournoi de football) ou un acteur public (un événement gratuit destiné à inciter à la pratique sportive à destination d'un public spécifique). Pour ces raisons, il est nécessaire d'établir un critère discriminant. Il débouche sur trois modalités : acteur public, acteur privé non marchand (association, fédération), acteur privé marchand (entreprise).

Dans le cas d'événements portés par plusieurs acteurs à la nature juridique différente, nous partons du statut juridique du détenteur des droits de l'événement. Par exemple, la ligue

nationale de basket-ball qui a la charge d'organiser les championnats professionnels possède les droits du « LNB All Star Game ». Cependant, elle en délègue l'organisation à une société privée (Sport Plus Conseil) et à un producteur délégué³² (Nike). Dans ce cas, c'est bien la LNB qui est le « porteur du projet » au sein de notre typologie.

De manière générale, pour comprendre les dynamiques locales, il est impératif d'identifier le rôle que joue chacun des acteurs dans la communauté locale. L'étude d'impact suppose en effet une comparaison entre l'activité quotidienne et ce qui est généré par l'éphémère projet événementiel. À cet égard, la distinction est nécessaire pour éclaircir des jeux d'acteurs ou des types d'impacts divers, en vue de comprendre les phénomènes à l'étude.

1.7.6.3 Les événements parisiens par la typologie des volontés premières

Le tableau ci-dessous présente donc la typologie des volontés premières, construite sur la base du recensement des événements parisiens. Ce véhicule analytique est adapté à notre objet de recherche puisqu'il vise à comprendre la raison qui sous-tend l'organisation du fait social « événement sportif » en essayant d'inclure l'ensemble du panel observé dans toute sa diversité. Nous avons justifié le choix de ces critères qui semblent être, pour notre recherche, les plus pertinents. Toutefois, la matrice ainsi constituée revêt des zones d'ombre : certains types d'événement ne sont pas observés empiriquement. C'est le cas des événements de type 8 et 9 qui ont pour volonté première l'animation d'un équipement. En effet aucun événement de ce type recensé n'est porté par un acteur privé³³. De la même manière nous n'avons pas recensé d'événement de types 1, 13 et 16 relatifs à l'acteur public. Cela signifie d'après notre recensement que ce dernier s'investit dans l'événementiel sportif uniquement pour organiser la pratique, animer un équipement ou la vie locale. Ce constat nous semble logique dans la mesure où ces types d'événements sont généralement inscrits dans le cadre de politiques publiques. Les événements les plus fréquemment recensés sont les événements de type 2 et 5, à savoir les événements pour organiser la pratique ou de spectacle compétitif, portés par une association. Cela semblerait indiquer que le mouvement sportif est bien, assez logiquement, le premier acteur dans l'organisation de l'événementiel sportif à Paris.

Volonté première / Statut juridique	Finalité Sport		Sport Outil			
	Spectacle Compétitif	Organisation de la pratique	Animation d'un équipement	Animation de la vie locale	Caritatif et Social	Commercial
Acteur Public	1	4	7	10	13	16
Acteur Privé non Marchand	2	5	8	11	14	17
Acteur Privé Marchand	3	6	9	12	15	18

³² Nike s'est retiré du montage en 2016.

³³ Nous envisageons que cette catégorie, pertinente pour la compréhension de notre terrain, s'insère plus généralement dans les événements qui « animent », que ce soit l'équipement ou la vie locale.

Tableau 9 : Typologie des événements sportifs par les volontés premières

Il est à noter qu'à ce stade de la recherche le recensement avait été étudié à partir de catégories d'objectifs qui ont évoluées au fil de l'analyse pour aboutir au tableau que nous venons de présenter. En conséquence nous disposons de données chiffrées qui permettent de donner une tendance, mais qui ne sont pas suffisantes pour être le support d'une analyse. Les chiffres présentés dans le tableau suivant ne sont donc qu'une indication des types d'événements recensés sur la base de la distinction sport-outil/finalité-sport.

Finalité Sport		Sport Outil			
Spectacle Compétitif	Organisation de la pratique	Animation d'un équipement	Animation de la vie locale	Caritatif et Social	Commercial
173		87			

Tableau 10 : nombre d'événements sportifs recensés selon la finalité sociale

On constate que deux tiers des événements sont organisés pour une finalité sportive. Le reste des projets recensés se partage la catégorie « sport outil » entre l'animation d'un équipement ou d'un quartier, la recherche de visibilité et de dons pour une cause humanitaire ou encore les événements purements commerciaux qui ne mettent pas en scène la compétition. Pour aller un peu plus loin dans la présentation du contexte parisien, nous présentons dans la partie suivante quelques chiffres supplémentaires.

1.7.7 Quelques tendances concernant l'événementiel sportif parisien

Un recensement des événements sportifs est un outil rarement développé au regard de la structuration de la classification des équipements et sites de pratiques sportives³⁴. À cet égard, il nous semblait dommage de ne pas présenter quelques chiffres. Ceux-ci, sont moins des résultats que des tendances. Pour ce faire, nous présentons dans cette sous partie quelques tableaux qui nous paraissent éclairer le phénomène « événementiel sportif » à Paris. Ils viennent compléter les résultats du tableau 10. Néanmoins, compte tenu des raisons évoquées précédemment et surtout de l'usage premier que nous faisons du recensement³⁵, nous restons très prudents dans l'utilisation de ces données. Comme l'indique Weed (2006), la réduction des résultats qualitatifs à une mesure statistique de probabilité va générer la perte d'une grande partie de la richesse du qualitatif. En conséquence, ils ne donnent pas lieu à une analyse approfondie mais simplement à une description à plat de données chiffrées.

En premier lieu, nous pouvons noter que près de 3 événements recensés sur 4 (73%) sont portés par la sphère privée non marchande. Un événement sur 5 est porté par le secteur privé et seulement 6% par le secteur public. Ces résultats témoignent de la prégnance du mouvement sportif (clubs, ligues, fédérations, mouvement olympique) dans l'organisation de l'événementiel sportif parisien. La ville de Paris n'initie que 16 projets parmi les 260 événements recensés. Il n'est pas évident d'analyser ce chiffre qui peut être lu comme faible

³⁴ <http://www.res.sports.gouv.fr/> (consulté le 6 juillet 2015).

³⁵ Il nous sert en premier lieu à sélectionner nos cas, dans une perspective d'échantillonnage théorique (Gagnon, 2012).

en proportion, mais relativement élevé compte tenu du fait qu'il n'est pas du ressort statutaire de la ville d'organiser des projets événementiels sportifs (au-delà des projets qu'elle subventionne).

Statut juridique du porteur de projet		
Public	16	6%
Privé non marchand	190	73%
Privé marchand	54	21%
Total	260	

Tableau 11 : nombre d'événements sportifs récurrents parisiens recensés par statut juridique du porteur

Le tableau 12 présente les événements sportifs recensés selon qu'ils soient de compétition ou de loisirs. On constate un relatif équilibre, avec néanmoins un peu plus d'événements « compétitifs », eu égard aux 73% organisés par le mouvement sportif et en particulier les associations.

Le rayonnement participatif quant à lui vise à retranscrire la manière dont l'événement mobilise le public. C'est un indicateur dérivé des typologies de Gresser et Bessy (1999) ou Bessy et Suchet (2016) qui identifient des « événements sportifs de masse ». Il s'appuie également sur la définition des « petits événements sportifs récurrents » de Wilson (2006) adaptée de Gratton et Taylor (2000). En l'occurrence, nous distinguons par ce critère les événements qui présentent plus de spectateurs que de participants, de ceux qui, inversement, mobilisent plus de participants que de spectateurs. C'est un moyen simple de distinguer les événements de proximité de ceux qui auront un rayonnement médiatique plus important³⁶.

Finalité sportive			Rayonnement participatif		
Compétition	150	58%	Pratique	174	66,90%
Loisir	110	42%	Spectateur	86	33,10%
Total	260				

Tableau 12 : nombre d'événements sportifs récurrents parisiens recensés selon la finalité sportive le rayonnement participatif

Le tableau ci-dessous croise les deux précédents développements. Il illustre le nombre d'événement recensés par mes statuts juridiques des porteurs et la finalité sportive. Logiquement, l'acteur public n'organise que des événements ludo-sportifs intégrés de près ou de loin dans des politiques publiques. Le mouvement sportif et les associations organisent une majorité d'événements sportifs compétitifs bien que l'on trouve un grand nombre de projets (77) visant à faire découvrir la pratique en dehors du cadre fédéral. Les organismes privés marchands s'intéressent de manière assez équilibrée aux événements sportifs compétitifs à forte valeur médiatique (ASO avec l'arrivée du Tour de France, le

³⁶ Bien sûr, nous pouvons évoquer une limite importante à ce « rayonnement participatif » en mentionnant certaines disciplines qui par définition ne mobilisent que peu de participants comme le tennis. Il n'en reste pas moins un indicateur général indiquant une tendance. À cet égard, nous ne lui conférons pas une plus grande portée analytique.

Marathon de Paris) et aux projets de rassemblements plus ludiques (« La Parisienne », « Color Run »).

Statut du porteur	Privé marchand		Privé non marchand		Public	
	Compétition	Loisir	Compétition	Loisir	Compétition	Loisir
nb	34	20	113	77	0	16
Total	54		190		16	

Tableau 13 : nombre d'événements sportifs récurrents parisiens recensés par statut juridique du porteur et finalité sportive

Enfin, le dernier tableau présente le nombre d'événements par arrondissement. Selon ces résultats, le sud (12^e, 13^e, 14^e) et l'ouest (8^e, 16^e) parisiens sont beaucoup plus pourvus en projets événementiels sportifs. Surtout il est à noter que le 16^e arrondissement est le terrain privilégié par un événement sur quatre (27%) traduisant ce qui s'apparente à un déséquilibre dans la répartition géographique des événements sportifs à Paris.

Arrondissement	Nombre d'événements	Arrondissement	Nombre d'événements	Arrondissement	Nombre d'événements
1 ^{er}	5	8 ^e	19	15 ^e	5
2 ^e	6	9 ^e	2	16 ^e	69
3 ^e	3	10 ^e	12	17 ^e	2
4 ^e	9	11 ^e	6	18 ^e	7
5 ^e	4	12 ^e	27	19 ^e	11
6 ^e	4	13 ^e	32	20 ^e	15
7 ^e	4	14 ^e	13	Région ³⁷	13
Total	268 ³⁸				

Tableau 14 : nombre d'événements sportifs recensés par arrondissement

Ces chiffres mériteraient d'être repris et complétés au sein d'une analyse plus précise. Nombreuses sont les difficultés inhérentes à la récolte de données : nécessité de définir le périmètre de l'événementiel sportif, difficulté d'accès aux informations, choix des critères et catégorisations des événements, prise en compte de l'évolution des projets selon les années, etc. Malgré cela, une structure centralisée comme la ville de Paris ou un observatoire comme l'Institut Régional de Développement du Sport pourrait se saisir de cette thématique, très peu éclairée que ce soit dans la littérature universitaire ou dans les rapports d'études professionnels. Dans notre cas, bien que révélateur de tendances, ce recensement est surtout l'outil qui nous permet de construire notre typologie des événements sportifs basée sur les volontés premières.

³⁷ Certains événements itinérants partent d'en dehors de Paris.

³⁸ Nous comptons ici 268 événements car il y a certains doublons : des événements itinérants qui impactent plusieurs arrondissements.

1.7.8 L'essence de la typologie des volontés premières

La typologie nous invite à nous concentrer sur le discours des acteurs et la volonté qui les animent, le sens qu'ils donnent à leurs actions. Pour bien comprendre les effets qu'ils peuvent induire, nous partons de l'idée qu'il est nécessaire d'identifier ce qui est souhaité, attendu par les organisateurs et les différents acteurs impliqués dans l'événement en amont. En outre, elle nous permet de sélectionner des événements sportifs pour la constitution des études de cas, à partir d'un échantillon théorique (Gagnon, 2012), construit lui-même sur la base d'un recensement empirique extensif. L'événementiel sportif, par son caractère transversal nous amènera à traiter diverses thématiques nourrissant les dynamiques locales : réseau, jeu d'acteurs, aménagement territorial, programmation d'équipement, politique sportive, etc. Ainsi, chaque étude de cas constituée d'un événement viendra alimenter cette matrice générale d'une nouvelle thématique satellite éclairant le processus des dynamiques locales. Plutôt que de chercher à annihiler la singularité de ces cas, ou de les considérer comme des limites, nous envisageons d'en faire un élément d'analyse. C'est un prisme analytique de plus pour appréhender la richesse des processus initiés par l'organisation d'un événement sportif, de quelque type que ce soit. Par exemple, le recensement indique que l'espace urbain est mobilisé par de nombreux événements comme les courses hors stades. Cette mobilisation s'accompagne d'un certain nombre de processus et d'interrelations entre l'événement sportif, ce qu'il donne à voir, et l'espace urbain ainsi transformé (Evrard, 2014).

Par cette typologie, nous n'avons pas la volonté d'imposer une vérité quelconque (Bessy, Suchet, 2016). Cette classification reste discutable. Cependant sa création nous permet d'ores et déjà de disposer d'un outil garantissant la fiabilité de la démarche scientifique pour la constitution des études de cas. En effet, en justifiant ce véhicule analytique, nous sommes en mesure de sélectionner des événements qui vont représenter le mieux possible selon nous, la diversité empiriquement observée des événements sportifs parisiens. C'est un échantillon théorique (Gagnon, 2012).

Enfin, c'est également le moyen d'entrer rapidement sur le terrain et de se nourrir le plus tôt possible de ce qu'il laisse entrevoir puisque la construction de cette typologie est la transcription de la situation parisienne que nous avons observée. C'est la raison pour laquelle cette typologie s'est dessinée progressivement tout au long du recensement, des entretiens et de nos lectures. Maintenant que nous avons justifié le choix de nos catégories, sur la base des volontés premières, nous devons justifier le choix des événements à proprement parler.

1.8 Le choix des études de cas : un éloge de la diversité

Le choix des événements se fait avant tout sur la base de la typologie. Nous envisageons *a priori* de sélectionner des événements de chaque catégorie pour respecter la diversité des volontés premières et des statuts juridiques des porteurs de projet. Toutefois, bien que notre typologie présente 18 entrées, nous ne pouvons sélectionner autant de cas. Après avoir soustrait les quelques cas non observés empiriquement, il s'agit de repérer les catégories de volontés premières qui sont les plus représentées dans le recensement. Par exemple, les événements à finalité sportive organisés pour la pratique sont très nombreux. Dès lors, il nous semble intéressant de sélectionner deux événements de ce type, avec des porteurs de projets au statut juridique différent. Nous effectuons le même raisonnement pour la catégorie « animation de la vie locale ». Pour la catégorie commerciale enfin, nous avons aussi sélectionné deux événements car les deux projets étudiés sont revenus régulièrement dans le discours des acteurs. En effet, la sélection était aussi soumise au contenu perçu lors des premiers entretiens.

Le premier critère de choix est donc basé sur la diversité appréhendée et ordonnée par la typologie. Le deuxième renvoie aux observations et entretiens exploratoires avec les « experts » du sport parisien. Le troisième est un critère d'échantillonnage, nous sélectionnons les événements de manière à avoir des disciplines sportives différentes. C'est vraiment la diversité qui sous-tend l'ensemble de la sélection. Pour les besoins de la thèse, nous ne sélectionnons que des événements sportifs récurrents. Cela nous permet de mettre en place notre dispositif méthodologique et d'enrichir la réflexion sur plusieurs éditions. Voici les événements qui composent notre étude de cas multiples. Nous les détaillons les uns après les autres dans les pages suivantes.

Volonté Première	Finalité Sport		Sport Outil			
	Spectacle compétitif	Organisation de la pratique	Animation d'un équipement	Animation de la vie locale	Caritatif et social	Commercial
Acteur public		Femmes en Sport	Charléty sur Neige	(événements sportifs organisés dans le cadre des Berges de Seine		
Acteur privé non marchand	Roland Garros	Course cycliste du 14 ^e		Famillathlon	Courir Ensemble	LNB All Star Game
Acteur privé marchand						La Parisienne

Tableau 15 : Les événements sportifs sélectionnés pour la thèse et inscrits dans la typologie des volontés premières

1.8.1 Les événements à finalité sportive

Nous choisissons neuf événements sportifs pour constituer nos études de cas. Le premier est le tournoi de tennis Roland Garros. C'est un événement de spectacle compétitif qui fait la renommée sportive de Paris. Dès les premiers entretiens, il revêt une place prépondérante dans le discours des acteurs qui évoquent tous ce prestigieux tournoi lorsqu'on leur demande de se prononcer sur l'événementiel sportif parisien. C'est un tournoi à finalité sportive qui organise la pratique compétitive. La dimension professionnelle génère un rayonnement médiatique important et en fait un spectacle prisé. Sa périodicité (printemps), sa longueur (deux semaines), son niveau (les meilleurs joueurs de tennis professionnels) en font un rendez-vous incontournable du calendrier du passionné de sport, comme du parisien.

D'ailleurs, nous avons cherché à nous intéresser à la manière dont l'événement est vécu dans la ville. Le dispositif mis en place sur le Champ de Mars pendant le tournoi est un élément de réponse. Il permet au tournoi de rayonner matériellement en dehors du 16^e arrondissement, son ancrage historique. Autre élément intéressant : il y a déjà beaucoup d'études d'impact qui ont été faites directement par la fédération française de tennis visant notamment à broser les contours des retombées économiques. Le fait que les organisateurs soient déjà en possession d'éléments de ce type prouve qu'une réflexion a déjà été menée en ce sens. Cela entraîne peut-être de la rétention d'information et une difficulté d'accès pour nous, compte tenu d'un regard *a priori* « bienveillant » sur ces éléments en interne. Au contraire, nous y avons peut-être trouvé des interlocuteurs à l'écoute, motivés à l'idée de disposer d'éléments supplémentaires de compréhension des enjeux et des effets, plus intangibles ? Dans tous les cas, observer cela est intéressant pour notre travail de thèse dans la mesure où le sens réel de l'événement, ce qui est attendu « implicitement » et non pas formellement au sein des volontés premières se trouve dans ces éléments. Enfin le récent débat sur une éventuelle relocalisation du tournoi nous confirme qu'un événement patrimonial comme tout événement sportif doit s'adapter en permanence au contexte et faire face à de nouvelles contraintes. Ceci renforce l'idée que la construction de la relation entre un événement et son territoire se trouve aussi et surtout dans son histoire, et dans sa capacité à muter, s'adapter. Ces éléments consacrent le choix de Roland Garros parmi nos études de cas.

Pour la deuxième volonté première nous sélectionnons deux événements sportifs en fonction de la nature juridique du porteur. Ils organisent aussi la pratique mais ne comportent pas la dimension professionnelle qui en fait un spectacle médiatisé. Nous travaillons sur deux événements de ce type car le nombre d'événements recensés relevant de cette volonté première est important. Surtout, il nous semble que les implications inhérentes à un événement porté par le mouvement sportif ou la sphère publique sont bien distinctes.

Le premier est « Femmes en Sport ». C'est un événement gratuit à destination du public féminin organisé par la mairie de Paris par l'intermédiaire de sa direction Jeunesse et Sport (DJS), dont la finalité est la pratique sportive et l'incitation à la dépense physique. Il est organisé dans l'objectif de toucher un « public spécifique » et s'inscrit directement dans le programme d'une politique publique sportive. Dans le cas présent, il s'agit de « l'objectif prioritaire » du développement de la pratique féminine. Il est mis en place pour éclairer les

dispositifs municipaux annuels d'incitation. Il s'agit d'aller chercher des pratiquantes mais aussi et surtout des non-pratiquantes. L'événement a muté ces dernières années. Nous le choisissons car l'axe de développement de la pratique sportive féminine est l'un des principaux axes de la politique sportive, et probablement celui qui concentre le plus l'attention de la direction Jeunesse et Sport en 2013. Ceci était vrai au sein du second mandat de Bertrand Delanoë et de son maire adjoint au sport Jean Vuillermoz. La nouvelle mandature ne change pas significativement de cap. C'est pourquoi dans la liste des événements initiés par l'acteur public, « Femmes en Sport » fait partie des événements incontournables dans le contexte parisien. Par conséquent, il le devient aussi pour un travail comme le nôtre.

Le second événement visant à organiser la pratique est la course cycliste du 14^e arrondissement. C'est une compétition organisée par et pour le mouvement sportif. Ce qui nous a motivés pour le choisir est son caractère unique. C'est la dernière course cycliste dans Paris intra-muros. Il s'agit, en 2014, de la 25^e édition, ce qui en fait un événement porteur d'histoire et de valeurs. En outre, au fil du recensement nous sommes entrés en contact avec le président de l'OMS 14 qui nous a immédiatement suggéré de porter notre attention sur cette course, notamment pour les raisons que nous venons d'évoquer. Considérant la liberté offerte par le nombre de projets événementiels de ce type qui ont été recensés, il nous semble opportun de choisir un événement singulier qui puisse également représenter l'ensemble des événements portés par et pour le mouvement sportif tout en ayant un accès au terrain facilité par le dynamisme et l'envie des organisateurs de mettre en lumière leur course historique. Enfin, le cyclisme est une pratique très répandue qui a également le pouvoir de concentrer l'intérêt de tout un pays et des médias internationaux, pendant 3 semaines, chaque été, avec le Tour de France. L'originalité de l'organisation de cette pratique dans l'espace public, ainsi que le rayonnement international de sa sphère professionnelle viennent richement compléter le panel de nos études de cas. Nous passons ensuite aux événements sportifs dont la finalité n'est pas sportive.

1.8.2 Les événements qui utilisent le sport comme un outil

Le premier est « Charléty sur Neige », un événement organisé pour faire vivre un équipement et à destination d'un public spécifique (les enfants). La problématique des « éléphants blancs » est une question récurrente dans l'analyse socio-politique du phénomène sportif. À Paris, un équipement cristallise particulièrement cette problématique au milieu des années 2000 : le stade de Charléty. La mairie de Paris par l'intermédiaire de sa direction Jeunesse et Sport développe donc des événements sportifs dont l'objectif prioritaire avéré est de « faire vivre l'équipement sportif », et en l'occurrence ce stade : « Charléty sur Roulettes », « Charléty sur Neige », « Charléty fait son cirque ». Le cas de cet équipement et de ce type d'événement est d'autant plus intéressant qu'il fait figure d'exception sur le territoire parisien où le contexte de saturation des équipements sportifs est connu de tous. Ainsi, choisir « Charléty sur Neige » semble intéressant pour traiter cette problématique et voir de quelle manière les différents acteurs tentent d'y remédier. Ce dispositif retient notre attention car c'est celui qui est le plus coûteux pour la ville parmi les trois déclinaisons. Le stade Charléty est un exemple réellement probant de ce qu'est un « éléphant blanc » au milieu des années 2000, au moment de la création de l'événement. L'opportunité de s'y intéresser est à saisir.

Nous continuons avec les événements destinés à organiser la vie locale avec le dispositif des « Berges de Seine ». Ce projet, qui est porté par la ville de Paris et livré en délégation à l'entreprise ARTEVIA de 2012 à 2016, nous permet d'aborder la thématique du sport dans l'espace urbain. Cette étude de cas tient une place un peu différente puisqu'il ne s'agit pas d'un seul événement mais plutôt de projets événementiels sportifs inscrits dans le cadre d'un dispositif plus global. Ce choix nous permet d'ouvrir de nouveaux pans de réflexion liés à l'espace et au territoire tout en restant proches de notre questionnement de départ autour des objectifs de l'événementiel sportif, entendu dans toute sa diversité. Sur ce site, le rôle du sport induit donc des questionnements forts relevant pleinement de l'action publique. La formalisation de cette orientation, favorisant tantôt l'accès à la pratique sportive, tantôt l'animation d'un espace public parisien singulier visant à créer du lien social, peut nourrir notre réflexion autour du potentiel du phénomène sportif à impulser des changements dans la société, ou au moins dans la communauté locale. Par sa nature, l'événementiel sportif sur ce site touche un public varié, mobilise des acteurs divers et induit des impacts multiples et transversaux. Enfin, c'est un élément central dans la mandature d'Anne Hidalgo, la maire de Paris depuis mai 2014. Il permet de reconnecter le parisien et la Seine, en mettant en valeur, par l'utilisation du sport et de la culture, un site à très forte valeur patrimoniale. Cet espace, inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO, contribue largement à caractériser le prestige de la ville de Paris en entretenant sa renommée et sa singularité.

Un deuxième événement de ce type est porté par un acteur privé cette fois : le « Famillathlon ». C'est le moyen d'étudier la manière dont une association (du même nom) peut créer du lien, du dynamisme, à travers un projet événementiel à l'échelle municipale. Cet événement qui promeut le sport-santé, encourage la pratique sportive dans un cadre familial tous les derniers dimanches de septembre depuis 2006. L'événement invite également à porter un regard très attentif sur la prévention, la santé et la solidarité. Nous choisissons cet événement pour nous intéresser à ces projets qui ont pour objectif de créer du lien social et qui visent à mettre en relation la population et les acteurs du sport, de la santé et de la culture. Les vertus et les valeurs du sport sont utilisées à des fins préventives ou d'éducation, par l'encouragement à la pratique de l'activité physique et du partage. Cet événement qui se déroule dans une dizaine de départements français prend place à Paris sur le Champ de Mars. C'est aussi pour cette raison qu'il retient notre attention : il s'appuie sur les caractéristiques de la capitale en s'établissant autour de ses symboles. Il tend à regrouper les acteurs sportifs, sociaux et culturels locaux. Enfin, il suppose *a priori* (suite aux premiers entretiens), une dimension idéologique qui peut renvoyer à une conception traditionnelle de la famille. Cela permet de questionner l'éventuelle dimension politique qui peut être perçue par la ville de Paris. Ainsi, nombreux sont les questionnements qui peuvent découler de ce type d'événement dont le « Famillathlon » semble être un représentant pertinent : récurrence, territoire, impacts, espace urbain, politique publique, sport et prévention, santé...

Vient ensuite la catégorie des événements caritatifs et sociaux. Nous choisissons de travailler sur la course « Courir Ensemble », portée par Handicap International. Elle est organisée au bois de Boulogne pour des publics valides et handicapés. Cette association vient en aide aux populations les plus vulnérables, notamment les personnes handicapées, partout dans le monde, où cela est nécessaire. L'association répond à leurs besoins essentiels et spécifiques, améliore leurs conditions de vie et les aide à s'insérer dans la société. Pour ce faire, elle

organise des événements et des projets participatifs. Notre choix est aussi motivé par le nombre de courses solidaires recensées qui est de plus en plus important, environ 8 événements solidaires sur 10 est une course (d'après notre recensement). « Courir Ensemble » représente bien cet élan avec la particularité de mélanger les types de publics puisque la course est inscrite au sein du calendrier officiel des courses parisiennes d'athlétisme. C'est donc un événement qui mixe à la fois la dimension sociale, la recherche du don et la dimension sportive compétitive. Enfin, Handicap International est une organisation mondialement reconnue. À cet égard, il nous semble pertinent de nous intéresser à la manière dont un dispositif local porté par des bénévoles parvient à émerger au sein d'un organisme aussi imposant. L'événement, permet d'utiliser le sport en tant qu'outil pour récolter des fonds, mais aussi et surtout pour mettre en lumière un certain nombre de valeurs autour du « vivre ensemble » et de la « non-discrimination ». Il s'agit, dès lors, d'un événement vertueux à plusieurs niveaux, un objectif prioritaire motive son organisation, mais de multiples objectifs secondaires le jalonnent et le façonnent.

Enfin, pour la dernière volonté première, l'événement utilisant le sport comme un outil pour une visée commerciale, nous sélectionnons deux événements. Le premier est un spectacle non compétitif dont le but est de divertir : le « LNB All Star Game ». C'est le point d'orgue de la saison régulière de basket-ball professionnel, à l'instar de ce que l'on peut observer outre-atlantique avec le « NBA All Star Game ». Il s'agit, en plus, de faire se rencontrer les meilleurs joueurs de la ligue, d'organiser un spectacle avec des épreuves et des démonstrations relevant autant du divertissement que du sport. L'événement n'est pas compétitif, il n'y a pas de titre en jeu, au-delà d'un statut honorifique. C'est la fête et le spectacle qui justifient l'organisation d'une telle soirée. Les places sont en ventes entre 16€ et 50€ et les fonds profitent à l'organisateur, l'association regroupant les équipes de basket-ball professionnelles, à savoir la ligue nationale. Le montage organisationnel mobilise d'autres acteurs privés qui cherchent, par leur implication, à retirer des bénéfices. La dimension commerciale est donc prégnante autour de nombreux sponsors notamment. Cet événement apporte aussi de la visibilité au championnat de PRO A. C'est un produit d'appel devant conduire le public vers les rencontres hebdomadaires de championnat. Compte tenu de la saturation du parc d'équipements sportifs à Paris et des premiers entretiens effectués, il nous semblait important de travailler sur un événement qui se tient à l'Accor Hôtel Arena (appelé « palais omnisport de Paris Bercy » jusqu'en 2015). La ville de Paris, en disposant d'une enceinte comme celle-ci, se donne les moyens de recevoir un certain nombre d'événements qui ne pourraient se dérouler ailleurs. Le caractère stratégiquement incontournable de l'enceinte lorsque l'on parle d'événementiel à Paris motive donc en premier lieu ce choix. Il s'agit aussi d'une pratique sportive qui n'était pas encore représentée dans le panel des événements retenus pour le travail de thèse.

Le second événement commercial retenu est la course « La Parisienne ». Le « LNB All Star Game » est très intéressant pour les raisons évoquées précédemment, mais il est la propriété d'une association. Ici, c'est l'entreprise « La Parisienne », qui possède et organise la course et les trois jours d'événements (village avec des partenaires et des activités sportives diverses et gratuites) autour du Champ de Mars. Elle est désormais la plus grande course féminine d'Europe (plus de 40 000 participantes) et représente un objet de communication de premier plan pour la ville. D'ailleurs les symboles de Paris sont très utilisés dans la communication, et l'acteur public s'y intéresse de près (autorisation administrative, communication conjointe, soutien financier les premières années). Surtout,

ce choix est celui qui est le plus inhérent au recensement : cet événement est revenu de manière très récurrente dans le discours des acteurs du sport parisien rencontrés dans la première partie de notre recherche. Pour toutes ces raisons, une thèse portant sur l'événementiel sportif à Paris, ne pouvait se passer d'une attention particulière accordée à « La Parisienne ».

1.8.3 Le choix de la représentativité du fait social

Il est à noter que les événements sportifs portés par et pour le mouvement sportif représentent plus de la moitié des événements recensés sur Paris. Pourtant, au sein de notre typologie, ils ne correspondent qu'à une seule case et ne représentent surtout qu'une « seule » étude de cas de la thèse. Cette part peu importante de notre attention au regard du poids de ces événements dans la réalité sportive parisienne s'explique.

Les événements sportifs ayant pour objectif prioritaire d'organiser la pratique, et étant organisé par les associations et clubs sportifs ont déjà fait l'objet de nombreux travaux (Gasparini, 1997 ; Coignet, Vieille-Marchiset, 2015 ; Tribou, Dermit, Wojak, 2015). Nous n'avons pas souhaité nous concentrer plus sur ce type d'événements que sur les autres. En effet, ce qui motive cette thèse est la compréhension ou du moins l'éclairage de la relation entre l'événement sportif quel qu'il soit – d'où la typologie visant à répertorier l'ensemble des catégories d'événements sportifs existants – les politiques publiques et le territoire. Chaque type d'événement de cette typologie est discriminant au regard de la volonté première ou du statut juridique du porteur de projet, mais peut s'inscrire dans une définition large de l'événementiel sportif comme celle de Piquet (1985). C'est pourquoi il nous semble pertinent de questionner les formes d'action publique qui accompagneront (ou non) ces types d'événement et les effets qu'ils induisent. Dès lors, notre attention s'est portée autant sur les événements sportifs caritatifs que sur les événements sportifs visant à organiser la pratique. Surtout, le choix de l'échantillon se fait sur une base théorique (Charmaz, 1990 ; Guillemette, 2006 ; Gagnon, 2012), il n'est en aucun cas représentatif de l'ensemble des événements sportifs parisiens. En effet nous ne visons pas la proportionnalité mais plutôt la représentativité du fait social (Stake, 1995) qu'est l'événement sportif parisien récurrent. Le tableau 16 ci-dessous récapitule les événements choisis et les critères de sélection.

Événement	Pertinence Scientifique	Porteur	Opérationnalisation	Type de pratique	Période	Édition observée
Roland Garros	Spectacle compétitif	Fédération Française de Tennis	Fédération Française de Tennis	Tennis	mai/juin	87 ^e en 2015
Femmes en Sport	Organisation de la pratique sportive	Mairie de Paris	Direction Jeunesse et Sport / Associations / Entreprises locales	Omnisport	mai	9 ^e en 2015
Course cycliste du 14 ^e arrondissement	Organisation de la pratique sportive	Paris Cycliste Olympique et OMS 14	Paris Cycliste Olympique et OMS 14	Cyclisme	juin	26 ^e en 2015
Charléty sur Neige	Animation d'un équipement	Mairie de Paris	UCPA	Omnisport / Jeux sur Neige	décembre / janvier	9 ^e en 2015
Famillathlon	Animation de la vie locale	Association Famillathlon	Association Famillathlon	Omnisport / Sport Santé	septembre	10 ^e en 2015
Événements sportifs organisés dans le cadre du dispositif des Berges de Seine	Animation de la vie locale	Mairie de Paris	Associations et Fédérations sportives	Omnisport	avril	3 ^e en 2015
Courir Ensemble	Caritatif et Social	Handicap International	Handicap International	Course à pied	avril	17 ^e en 2015
LNB All Star Game	Commercial	Ligue Nationale de Basketball	Sport Plus Conseil	Basket-ball / Spectacle	décembre	29 ^e en 2015
La Parisienne	Commercial	La Parisienne SA	La Parisienne SA	Course à pied / Omnisport (village)	septembre	19 ^e en 2015

Tableau 16 : Résumé des critères de sélection des événements sportifs pour les études de cas de la thèse

Le choix des événements est distinct des impacts qu'ils peuvent véhiculer. Bien qu'à travers les dynamiques locales, ce soit un élément central de notre processus analytique (pas le seul !), ce n'est pas la variable discriminante. Par exemple sur les « 10 km Nike » et la « Foulée du 8^e », deux courses hors stades, on peut laisser présager que les effets de ces deux courses soient similaires sur la communauté locale. C'est ce que la littérature laisse entendre dans le cas des « événements sportifs récurrents de petite échelle³⁹ » (Wilson, 2006) par une activité économique relative (Walo, Bull, Breen, 1996) et un potentiel sentiment d'implication (McGehee, 2003). Pourtant, ils n'ont pas du tout les mêmes volontés premières. L'un, est organisé par une entreprise privée dans un objectif de visibilité de marque inscrit dans une stratégie marketing. L'autre, est organisée par les Étoiles du 8^e, une association regroupant des coureurs de demi-fond qui a vocation à proposer des entraînements collectifs et la participation à des compétitions par équipes ou individuelles. Cette distinction, qui nous semble *a priori* effective, nous permet dans un premier temps de sélectionner des événements sur la base de critères discriminants en lien avec notre question de départ. Dans un second temps, cette classification sera confrontée aux données recueillies. Dès lors, ce que nous observerons et analyserons sur le terrain, justifiera ou non la pertinence présumée d'une classification par les « volontés premières ».

La diversité des événements sélectionnés ne doit pas être vue comme une limite. C'est plus simplement le cadre dans lequel notre analyse va se développer. Ce n'est pas une comparaison d'objets similaires qui sous-tend la réflexion portée dans cette thèse. C'est justement en comparant le « quasi incomparable » que nous envisageons de mettre en lumière des éléments qui émergent des données du terrain, appréhendées de manière inductive. Cette méthode, laisse le chercheur dans le flou une bonne partie du processus de recherche puisqu'il n'a pas d'idées préconçues de ce à quoi peuvent ressembler ses résultats, au contraire d'une approche hypothético-déductive, confirmant ou infirmant une hypothèse posée en amont. Le doute est le sentiment principal qui nous habite tout le long de la recherche. Toutefois, cela peut s'avérer riche, la théorisation se construisant progressivement dans un jeu d'aller-retour, de confrontations permanentes avec les différentes conceptions de la réalité à l'étude perçues auprès des acteurs, des documents et des observations directes.

Les événements seront présentés de manière synthétique puis détaillée par une description de l'expérience vécue dans le chapitre 2. Nous verrons que ces neuf cas sont le moyen de traiter diverses thématiques influant l'organisation du sport et de la société en général, toutes reliées par l'événementiel sportif. Justement, l'élément commun réside finalement dans la correspondance de chaque événement à la définition de ce qu'est un événement sportif. C'est dans cette diversité et cette complémentarité, que peut se trouver la richesse conduisant à la constitution de dynamiques locales pérennes. La suite de la thèse ambitionne en tout cas de nourrir cette réflexion.

³⁹ Traduction de « small scale sport event » (Gibson, 1998).

Synthèse du chapitre 1

Le chapitre 1 présente les principes de notre cheminement inductif. En utilisant la théorie ancrée, nous partons du terrain dans une posture d'ouverture aux données pour construire notre propre véhicule analytique. Ce fut l'occasion d'expliquer notre posture méthodologique qui est « réaliste interprétative ». Conformément à celle-ci, les outils de collecte de données qui nous sont conseillés sont les entretiens semi-directifs, l'analyse documentaire et l'observation. Nous les utiliserons dans le cadre de l'étude de cas multiples, adaptée à la compréhension du sens que donnent les acteurs à leurs agissements et aux systèmes organisationnels de manière plus générale.

La théorie ancrée se décompose en quatre étapes. La première correspond à la suspension temporaire du recours à des cadres théoriques existants. La deuxième nous invite à préciser les termes de notre recherche. En l'occurrence ce fut l'occasion de présenter notre terrain et le choix que nous avons fait de travailler sur la ville de Paris notamment en évoquant ses singularités. L'objet quant à lui est « l'événement sportif ». Nous l'avons questionné à travers ses différentes définitions qui élargissent ou restreignent son périmètre en fonction du champ qui l'aborde (marketing, sociologie, économique, gestion). Cette analyse qui prend appui sur la littérature nous conduit à mentionner la troisième étape qui est justement l'interaction circulaire entre le terrain et la littérature. C'est ce jeu d'aller-retour permanent qui permet de faire évoluer le véhicule analytique et les thématiques (ou catégories) qui servent de cadre à la « montée théorisante ». Le respect de ce principe nous amène à évoquer la quatrième étape qui correspond aux procédures d'analyse qui favorisent l'ouverture à l'émergence. C'est notamment le cas de la méthode des traceurs qui vise à reconstruire avec les acteurs les processus organisationnels et la saturation des données qui permet de valider le cas lorsque tout ajout de données n'apporte plus rien à la conceptualisation du phénomène à l'étude.

Nous avons ensuite présenté les différentes étapes qui nous ont amenés à sélectionner les neuf études de cas qui composent cette thèse. Pour étudier l'événementiel sportif dans toute sa diversité nous avons posé un questionnement préalable « *pourquoi organise-t-on un événement sportif ?* ». Cette question lapidaire nous mène au recensement des événements sportifs récurrents parisiens, outil qui permet d'avoir une tendance concernant les caractéristiques des projets parisiens. À cet égard, nous présentons quelques chiffres illustrant notamment la prégnance des événements organisés par et pour le mouvement sportif fédéral. Toutefois, le recensement nous sert avant tout à sélectionner des cas sur la base de la diversité empiriquement observées des événements parisiens.

Ce choix prend appui sur la constitution de notre propre outil de classification. Nous avons vu en présentant des typologies d'événements sportifs déjà existantes, qu'aucune n'est parfaitement adaptée à notre terrain et surtout aux questions qui sous-tendent nos réflexions. Plutôt que de faire entrer de force nos données dans des formats standards, nous proposons notre propre outil qui permet de classer les projets recensés à travers deux variables discriminantes : la volonté première (motivation statuée publiquement qui justifie l'organisation de l'événement) et le statut juridique du porteur. Forts de cet échantillon théorique, nous avons ensuite présenté brièvement les neuf projets événementiels retenus.

Chapitre 2 : Les événements sportifs par la description vécue du quotidien

Dans ce deuxième chapitre, nous allons présenter les événements qui constituent nos études de cas. Nous avons présenté précédemment nos choix méthodologiques ainsi que la construction de notre véhicule analytique : la typologie des volontés premières. Dans le processus de théorisation inductive qui sous-tend l'ensemble de la thèse, il est suggéré de partir du terrain. C'est ce que nous avons fait en concevant, à partir du recensement, un premier cadre de réflexion qui tente de rendre intelligible la réalité observée, en l'occurrence la diversité des événements sportifs récurrents parisiens. C'est ce que nous allons continuer à faire dans cette partie en présentant les événements à partir d'une observation directe immergée. Ces notes narratives ont pour ambition de raconter l'événement à partir d'un récit à la première personne. Elles se concentrent sur des observations portées sur des critères objectifs. Bien sûr, notre regard, bien que suivant le triptyque analytique lieux/activités/publics est soumis à une appréciation subjective de la réalité. Ces derniers structurent un regard qui ne pourrait être plus proche du terrain. Il en va de même pour la restitution qui formalise l'ensemble à partir de préconceptions basées sur une culture et des expériences vécues. Cette approche interprétative est défendue par Anadon et Guillemette (2007) qui encouragent à valoriser la « *subjectivité comme espace de construction de la réalité humaine* ». Au-delà de cet espace de compréhension ainsi construit, ils revendiquent la prise en compte de la vie quotidienne comme lieu permettant de comprendre la réalité socioculturelle (Smith, Weed, 2007 ; Guillemette, Luckerhoff, 2009). C'est la raison pour laquelle ces notes d'observation sont à la fois des données produites du terrain, et les premiers éléments d'analyse.

Les neuf événements seront présentés dans l'ordre construit par la typologie. Nous aborderons donc ceux dont le sport est la finalité puis ceux dont le sport est un outil pour atteindre une autre finalité. Pour chaque cas, l'événement sera évoqué de manière synthétique, avec une présentation des volontés premières identifiées. Nous raconterons nos observations dans les récits immergés sur chacun des projets événementiels étudiés. Il s'agit pour chaque événement de présenter successivement le projet de manière synthétique puis narrative. Ces narrations donnent à voir la montée des questionnements, c'est-à-dire le passage entre l'observation et l'émergence des analyses. Pour respecter cet ancrage de la réflexion à partir du terrain qui correspond tout à fait à la manière dont s'est déroulée cette thèse, nous avons choisi de ne pas nous contenter d'extraits et de conserver la version complète de ces notes d'observation. Toutefois, nous n'entrerons pas vraiment dans le détail du porteur de projet ni des historiques de chaque cas. Ce sont des éléments qui seront mobilisés dans les parties 2 et 3 au gré de nos besoins. En effet, ce traitement s'effectuera de manière horizontale dans la deuxième partie de la thèse, autour de thématiques transversales à tous les événements. Pour l'heure, c'est à une promenade narrative autour des cas nourrissant cette thèse que nous vous convions.

2.1 Sport Finalité

2.1.1 Roland Garros (Spectacle Compétitif – Privé non marchand)

Roland Garros est le tournoi de tennis professionnel également connu sous le nom des « internationaux de France ». Il a été créé en 1925 et a la particularité de se pratiquer sur terre battue. Il se déroule à Paris dans le stade Roland Garros depuis 1928, la dernière semaine de mai et la première semaine de juin. C'est un des quatre tournois du Grand Chelem⁴⁰ et l'événement tennistique qui bénéficie de la plus large audience ou couverture médiatique à travers la planète (Pulman, 2013). Ce succès s'explique également par la dimension spectaculaire offerte par la surface : des matchs en cinq sets, des échanges longs et un cadre patrimonial. L'histoire, présente à tous les endroits du site, le musée ou la place des Mousquetaires contribuent à entretenir une dimension mythique par la création et l'entretien d'un récit savamment alimenté par des symboles. La victoire de Yannick Noah en 1983 est toujours régulièrement citée en exemple, elle figure parmi les images les plus célèbres du sport français aux côtés de celle de la Coupe du Monde 1998. Le tournoi des légendes organisé par Mansour Barahmi durant la quinzaine, célèbre les anciennes gloires et continue d'alimenter la communauté admirée et enviée des grands joueurs de Roland Garros (Dominguez, 2008). Pour ces raisons, nous le considérons comme un événement patrimonial (Chappelet, 2014) que nous intégrons dans notre typologie en tant qu'événement de spectacle compétitif.

Nous identifions plusieurs volontés premières. Les volontés premières externes, celles qui s'énoncent clairement dans les outils de communication de la fédération française de tennis, révèlent avant tout qu'il s'agit d'organiser un tournoi compétitif prestigieux sur le circuit professionnel. C'est cet objectif premier, d'organisation de la pratique sportive à un niveau professionnel, qui sous-tend l'ensemble du projet événementiel et le classe dans notre typologie au sein de la catégorie « spectacle compétitif ». C'est bien la dimension de haut niveau qui génère le caractère spectaculaire de l'événement. L'autre volonté première repérée est l'activité de relations publiques qui se tient en parallèle du tournoi. Par l'intermédiaire d'invitations officielles, ou d'offres d'espace VIP, la fédération cherche avec cet événement à être un temps de rencontres et d'échanges privilégié entre dirigeants du monde des affaires.

Nous observons aussi des volontés premières internes. Celles-ci sont perçues dans le discours des acteurs mais non énoncées clairement sur la scène publique. La première réside dans le financement de la discipline en France. Le tournoi, propriété de la fédération, représente sa principale manne financière. À cet égard, elle compte sur son organisation pour faire fonctionner et développer le tennis.

⁴⁰ Le Grand Chelem est l'ensemble des 4 plus grand tournois de tennis dans le monde. Ces tournois sont également les plus difficiles à gagner (128 participants) avec les « prize money » les plus importants.

Volontés premières externes	Volontés premières internes
Organiser un tournoi du Grand Chelem de l'ATP	Financer le fonctionnement et le développement du tennis français.
Faire des relations publiques : Favoriser les échanges, les rencontres entre dirigeants, mais aussi dans le monde des affaires de manière plus générale.	Entretenir l'histoire, le prestige et obtenir des soutiens politiques stratégiques à défaut d'avoir des subventions.

Tableau 17 : les volontés premières de Roland Garros

Dans le cas de Roland Garros, nous avons effectué des observations qui ont donné lieu à plusieurs récits immergés. Le premier évoque les abords du stade à Auteuil le premier jour de l'événement. Le deuxième retranscrit une journée dans l'enceinte du stade, durant la première semaine de l'événement en 2014. Enfin, les deux dernières, plus courtes traitent du projet « Roland Garros dans la ville ». C'est un dispositif porté par la fédération française de tennis avec l'appui logistique de la ville, qui se déroule au Champ de Mars durant toute la compétition dans l'optique de faire vivre l'événement en dehors des courts.

2.1.1.1 Observation aux abords de Roland Garros, le dimanche 25 mai 2014

De 12h00 à 15h30. Météo : Nuageux, 20°C. Premier jour du Tournoi.

À l'arrivée à Porte d'Auteuil, il y a du marquage au sol : des formes de pieds, un pas jaune ou vert et ocre, une balle de tennis jaune. Dans les escaliers également à la sortie du métro, je distingue des petites balles placées sous chaque marche. Il y a dans le métro des panneaux, affiches et kakémonos stipulant d'un partenariat entre Roland Garros et la RATP : « la ligne 10 vous accueille à Roland Garros » ; « la ligne 10 à votre service ».



Photo 1 : exemples de marquages au sol sur les trottoirs de la voie publique autour du stade (photo prise le 25 mai 2014)



Photo 2 : marquage au sol à la sortie du métro Porte d'Auteuil (photo prise le 25 mai 2014)

À la sortie du métro je vois une boutique officielle avec du personnel de sécurité. Un panneau d'information électronique nous souhaite la bienvenue à Roland Garros.

J'observe avec attention la présence de jeunes habillés avec un gilet fluo de type « DDE ». Ils sont placés à des endroits stratégiques autour du site pour informer, diriger les spectateurs. Après avoir discuté avec l'un d'eux, j'apprends qu'ils sont recrutés sous forme d'intérim. Ce ne sont pas des bénévoles. Dès la sortie du métro, il y en a même un avec un haut-parleur pour faire la circulation... Dès cet endroit (je suis pourtant encore à 5 minutes du stade), je perçois la prévenance des organisateurs qui accompagnent concrètement les spectateurs jusque dans le stade. Je me suis rendu plus d'une fois au Parc des Princes, la sortie de métro est la même. Je n'ai jamais vu ce type de service mis en place autour du stade, le flux de spectateurs étant pourtant plus important pour le PSG (40 000 places contre 24 000 pour les deux courts principaux à RG et une moyenne de 27 000 personnes par jour sur site).

Il faut marcher 5 minutes pour arriver à la porte B, l'une des portes principales. Je me trouve désormais sur l'avenue de la porte d'Auteuil et aperçois les autres portes, dans l'enfilade. Avec parcimonie, des voitures officielles tournent autour du stade et entrent par des portes sécurisées. Il y a un peu d'effervescence autour du site. Je vois surtout beaucoup de taxis. Il y a des consignes pour les bagages, disposées régulièrement tout autour de l'enceinte. Le trafic pédestre à 12h45 avenue de la Porte d'Auteuil est parsemé. Pour un premier jour de compétition, il n'y a pas foule. Il y a seulement quelques attroupements au niveau des portes.

À la sortie du métro et jusqu'aux premières entrées du site il y a de nombreux hommes jeunes, d'apparence originaires d'Inde ou d'Afrique du nord, qui revendent et rachètent des places. Ils me rappellent instantanément le trafic qui s'opère de manière similaire autour des matchs du PSG ou de n'importe quel événement à Bercy. Ils disposent de nombreux billets, qu'ils proposent de revendre, au dernier moment à un prix préférentiel. Tout le temps où nous observerons, ils seront sèchement éconduits par les passants, pressés de rejoindre l'enceinte du tournoi. Pourtant, s'ils sont là, et si nombreux, c'est que cela doit fonctionner d'une manière ou d'une autre. Je ne m'attarde pas.

Je note un peu plus loin la présence de supporters étrangers : des australiens et des espagnols arborant les couleurs de leur pays. Le nombre de personnes habillées avec des costards et des lunettes de soleil me frappe d'emblée. Pour rappel, ce jour-là le ciel était nuageux et ne nécessitait pas le port impératif de lunettes. Il y a beaucoup de shorts aussi alors que le temps incertain ne me semblait pas

encourageant. J'eu à cet instant le sentiment qu'il existait comme une sorte d'uniforme du spectateur de Roland Garros. « Je vais à Roland Garros, donc je m'habille en conséquence, quel que soit le temps », semblent-ils penser. En tout cas la population me semble bien moins diversifiée au niveau des portes d'entrée qu'au niveau du métro. C'est essentiellement un public jeune que nous observons ce jour.

Après m'être posté 20 minutes devant la porte B (la première sur laquelle je suis tombée) puis 1h à la porte U (une des principales entrées), je commence un tour du site. Je remarque la présence de portions de visibilité des terrains de l'extérieur (sur le court n°17 par exemple). À certains endroits, on distingue des courts de tennis et des joueurs. Les passants s'arrêtent volontiers pour essayer de voir et de profiter le plus possible, gratuitement, du spectacle qui se joue devant eux. Certains se postent sur leur vélo pour regarder par-dessus les grillages qui sont censés filtrer la vue. J'ai trouvé cela assez étonnant car de certains emplacements, on pouvait vraiment bien suivre le match. Heureusement, les officiels du tournoi qui passent derrière les badauds ne se soucient pas un instant de ce petit manège bon enfant. Rien ne peut empêcher le public sur la voie publique de regarder à travers le grillage. Plus que cela même, ce peut-être une stratégie visant à montrer une partie de ce qui se passe à l'intérieur des grilles, en vue d'inciter l'achat de billets.

Ce sentiment est renforcé par notre observation à la porte L, d'où l'on peut voir certains matchs. J'ai ainsi pu profiter le premier jour d'un échauffement entre Feliciano Lopez et la star Rafael Nadal. Immédiatement, les gens qui n'étaient pas munis de billets se sont pressés à la porte pour observer le champion espagnol. Je me suis demandé si le fait d'avoir placé Rafael Nadal pour son échauffement sur un des seuls courts visibles en partie de l'extérieur était simplement le fruit du hasard. On peut tout à fait imaginer que placer Nadal à cet endroit, le premier jour, est une forme de promotion du tournoi. Les personnes qui ont eu la chance de le voir à cet instant gratuitement, se sont peut-être ensuite mobilisées pour acheter des places durant la quinzaine.

Tout un dispositif de transports est mis en place autour du site pour acheminer les spectateurs. Des mini-vans peuvent venir vous chercher, des pousse-pousse font le tour du site, etc. Il y a aussi des navettes gratuites qui font des circuits. Concernant le marquage urbain encore, le sponsor le plus en vue de l'extérieur est Perrier. Il très présent aux entrées et sur les navettes notamment. Il y a également des limousines marquées du sceau de Roland Garros qui tournent autour du site.

À 14h00, il y a de plus en plus d'effervescence et de flux aux abords de la porte I. Mais ce qui m'a vraiment le plus étonné est le fait que dès que l'on s'éloigne du site, ne serait-ce que de l'autre côté du boulevard d'Auteuil par exemple, il n'y a plus aucune trace de l'événement. Dès que l'on marche 5 minutes de quelque côté que ce soit (sauf vers la station de métro, balisée) il n'y a plus de trace de l'événement. Il n'y a également aucune animation autour du site. Le tournoi est dans le stade, qui lui-même est à Auteuil. Ce n'est pas le tournoi qui est à Auteuil. À aucun endroit n'est mentionné le dispositif Roland Garros dans la ville au Champ de Mars. Même les hôtesses ne l'ont pas cité quand je les questionnais sur les animations autour de l'événement.

En marchant vers la station de métro Molitor, je tombe tout d'un coup sur le marquage de la balle de tennis jaune au sol, dans une zone calme où plus rien ne mentionne qu'il y a un événement sportif international. Je me dis que ce collage a dû se perdre ou qu'il s'agit d'un excédent qui n'avait pas été collé avant. C'est le seul que j'aie vu en continuant mon tour du site et en m'éloignant du stade, ce qui confirmera mon idée.

Enfin la dernière chose qui me frappe en repartant à 15h30 est la différence de population à l'arrivée au métro. Elle me paraît beaucoup plus diversifiée et colorée que ce que j'ai pu observer aux portes d'entrée du site.

2.1.1.2 Observation de Roland Garros, le lundi 2 juin 2014

De 8h30 à 18h30. Météo : Ensoleillé à 20°C le matin et nuageux à 18°C l'après-midi.

Je suis entré dans le stade sans même un regard sur mon invitation. Ceci tranche avec le côté ultra sécurisé du site que l'on m'avait dépeint. Je me l'explique par le fait qu'à 8h du matin, les seules personnes qui entrent sont des employés ou des gens qui ont des invitations. Les responsables de la sécurité à l'entrée étant avertis de la tenue de la conférence de presse sur l'open des jeunes du stade français, la déclinaison de mon identité (de couverture) leur suffit pour me laisser entrer. De plus les invitations étaient envoyées par mail, suivant un réseau fermé. Ce qui m'étonne est que l'invitation n'est pas nominative. Je pouvais en imprimer deux et venir avec quelqu'un d'autre. Nous serions entrés.

Une fois à l'intérieur, j'effectue un premier tour des installations. Je vais jusqu'au Suzanne Lenglen et le restaurant des loges. Je prends des photos des installations. À ce moment de la journée, il n'y a que le personnel travaillant à Roland Garros dans le stade. Les portes ouvrent pour les spectateurs à 10h00 du matin. C'était donc très intéressant pour moi d'observer les lieux avant, puis d'assister à la transformation du site avec l'arrivée du public.

Je ne vois ainsi que le personnel : ramasseurs de balles, agents de sécurité et vendeurs des boutiques, sportifs, entraîneurs et officiels. Tout le monde a une accréditation. J'ai le sentiment qu'il est quand même beaucoup plus simple de se balader dans l'enceinte dans ce contexte, vêtu d'un costard. Les regards ne sont pas suspicieux du tout. Je suis un « officiel » ou peu importe qui je suis. Bien que je prenne de nombreuses photos et que je note frénétiquement mes observations dans mon carnet jaune, je me fonds dans le décor.

À 9h00 du matin il n'y a de l'effervescence que pour préparer la journée, et l'arrivée progressive des spectateurs. Les poubelles sont placées aux endroits stratégiques et marquent le point de départ d'un ballet qui durera toute la journée, sur lequel je reviendrai car il me semble caractéristique de la posture du tournoi. Des palettes de nourritures et de canettes circulent. Il y a des équipes de télévision qui passent sur la place des Mousquetaires, faire quelques plans, réglant probablement leur matériel. Le personnel chargé de nettoyer régulièrement des parcelles du site est déjà à pied d'œuvre. Il est vêtu de K-Way ou tee-shirt bleu, facilement reconnaissable parmi les autres catégories de personnels habillés de manière plus distinguées, le plus souvent en beige. Les boutiques ont toutes le même format. Est noté, toujours selon la même charte graphique le nom de la marque. Ce sont les partenaires, les sponsors, les boutiques officielles ou les ventes de nourriture (il y a aussi des stands Hagen Dasz qui apparaissent un peu plus tard dans la journée, en début d'après-midi).

Il y a un écran géant place des Mousquetaires sur la façade du court n°1. À partir de 10h00 y est diffusé le tableau récapitulatif du tournoi et des tweets : « #RG14 ». À partir de 11h00 c'est le match principal du moment qui est diffusé, généralement celui du court Philippe Chatrier. L'existence de visites guidées avant même que le site n'ouvre ses portes m'a étonnée. Ces visites se font par groupes d'une douzaine de personnes en anglais et en français. D'après ce qui m'a été donné à voir, les visites se concentrent sur les stades principaux et la place des Mousquetaires. Ces petits groupes de touristes prennent des photos de... tout. On pourrait presque croire que certains d'entre eux sont des sociologues en plein travail d'observation.

Les abords pour accéder au stade présentent peu d'effervescence de 8h30 à 9h30.

Concernant les « hôtes » et les « hôtesses », ce sont de jeunes hommes et femmes (entre 18 et 23 ans). Ils sont visiblement sélectionnés en partie sur des critères physiques. Leur rôle est de se placer à toutes les entrées des stades et des différents pavillons, jardins privés ou VIP : le fameux « Village ».

Lors de l'entrée dans les courts, ils doivent réguler le flux de spectateurs souhaitant entrer et sortir de l'enceinte à la fin des jeux et surtout lors de changements de côté tous les 3 jeux. Généralement ils sont postés par binôme. Les uniformes sont la robe beige et la ballerine (éventuellement le K-way beige pour les frileuses) pour les filles, et pull col en V beige, pantalon ocre pour les garçons. Ils ont également tous une accréditation.

Sur place, un quotidien est distribué : il s'agit du « journal de Roland Garros ». Il fait une quarantaine de pages. Il comporte le programme du jour, les tableaux récapitulatifs et surtout de nombreuses interviews. C'est un journal assez complet et riche, ce qui contraste avec la plupart des journaux distribués habituellement pendant les événements sportifs. Roland Garros nécessite ce type de journal quotidien qui répond aux exigences de prestige du tournoi. Il a également une fonction plus pragmatique permettant de combler les nombreux temps morts qui jalonnent un match de tennis.

À 9h35, une première annonce micro est effectuée : les portes ouvrent dans 15 minutes. À ce moment, sur la place des Mousquetaires, le personnel des boutiques de vente de nourriture (que des femmes) est regroupé autour de deux personnes plus âgées pour ce qui est visiblement un briefing. Celui-ci durera bien 15 minutes. Pendant ce temps les mini camionnettes transportent encore les poubelles d'un point à un autre. À 9h47, ce sont les gamins ramasseurs de balles qui entrent en scène. Ils partent pour un petit footing sur l'allée principale en chantant, avant de se séparer en plusieurs groupes pour des exercices d'échauffement. Leur présence apporte un réel côté festif et me rappelle les tournois de football que j'effectuais gamin. Bien qu'ils soient très encadrés, leur vitalité débordante sera un des rares moments de la journée qui m'apparut réellement chaleureux.

À 9h50, les portes du stade ouvrent. Le flux de spectateurs entrant est relativement progressif. Je remarquerai que la majorité des gens viennent au stade entre midi et 14h00. C'est après 14h00 et jusqu'à 18h00, que les travées des stades Philippe Chatrier et Suzanne Lenglen sont vraiment bondées. Autrement dit, il n'y a pas de « ruée » à l'ouverture des portes, loin de là. Aucun stade annexe n'est rempli pour les premiers matchs de 11h00.

À 10h10 je me place dans les tribunes du court n°11. Des jeunes s'échauffent sur le court (quatre par court). Je ne sais pas qui ils sont, s'ils joueront dans la journée ou non. Le bon sens m'invite à le penser. Mais je mentionne cela car absolument rien n'est évident pour quelqu'un qui n'est pas habitué au tennis, et encore moins à venir à Roland Garros (ce qui est mon cas). Sur tous les courts, des personnes s'échauffent ou s'entraînent, nous ne savons pas qui elles sont (le journal, mon principal allié à cet instant, est précis mais n'a pas ce niveau de précision). De plus, ils sont quatre par courts à s'échauffer. Un rapide calcul m'invite à penser sans prendre trop de risques que ce ne sont pas ceux qui joueront à 11h00. Je suis à Roland Garros et je vois des jeunes jouer au tennis, je ne vais pas pousser ma candeur jusqu'à en être surpris. Cependant je regarde sans réellement savoir ce qu'il se passe. Ainsi, je peux imaginer que d'autres spectateurs sont dans la même position que moi. Si ce n'est pas le cas, alors tous les spectateurs de 10h00 du matin sont des initiés. Ce que je ne pense pas. Mais je pressens que ce petit jeu de mise en condition des joueurs, des spectateurs, des terrains a une fonction (a minima un effet) autre que l'utilité strictement pratique permettant l'échauffement de ces sportifs. Cela crée une effervescence, une sorte de montée en puissance jusqu'à 10h50 et l'arrivée des arbitres et des joueurs pour le premier match de la journée. Le bruit des raquettes frappant les balles, des rebonds, des premiers gémissements : tout cela concourt à créer l'ambiance de Roland Garros. Ainsi lorsque les spectateurs entrent dans l'enceinte, il y a déjà du tennis qui leur est donné à voir. J'en conclus que cela fait partie de la mise en scène du spectacle sportif.

J'effectue ensuite de nouveau un tour de l'ensemble du site. Le village Roland Garros est réservé au plus haut niveau des accréditations. Il se situe derrière le court n°1. J'aperçois également des hôtesses « Emirates » habillées en tenue traditionnelle. Derrière ce cordon de sécurité et ces accréditations, c'est le jeu des relations publiques qui prend le pas sur le sport. Je ne m'y attarde pas ne pouvant pas entrer.

À 10h30, l'effervescence est moyenne. À 10h40 j'entre sur le court n°1. L'entrée est libre. Je comprends que l'accès est réservé uniquement pour les courts Suzanne Lenglen et Philippe Chatrier. L'ambiance y est plus que feutrée. Il y a peu de personnes dans le stade (une cinquantaine). Je constate qu'il y a beaucoup d'étrangers parmi cette cinquantaine de personnes. Je présume que ceux-ci sont de réels passionnés de tennis et de Roland Garros qui ont fait le déplacement pour assister aux rencontres. Ils sont en place dès le début de la journée afin de profiter au maximum du tournoi. Cette observation peut cependant s'appliquer à l'ensemble des spectateurs du matin. Il s'agit d'un public d'habitues, au moins d'initiés. Peu de gens semblent perdus, ou découvrir totalement les lieux (au contraire de moi). C'est aussi le début de la deuxième semaine, les « choses sérieuses » commencent sportivement.

À 11h30 (soit 30 minutes après le début du premier match sur le court n°1 avec un double mixte français) le taux de remplissage du stade n'est à vue d'œil que de 20%. Ce faible taux peut s'expliquer par le fait que ce soit un « match du matin ». En outre, le thème du remplissage est plus général et dépasse cette simple observation faite sur le court n°1 le 2 juin 2014 à 11h30. Par exemple, la veille se tenait sur le central la rencontre entre Tsonga et Djokovic. Après un piètre match du Français et une victoire en trois sets du Serbe, futur finaliste, se déroulait une rencontre féminine, avec une jeune française, surprise des premiers tours : Pauline Parmentier. Ce match avait été placé à ce moment-là justement pour pouvoir bénéficier des spectateurs du match précédent. Ce fut un échec avec plus de la moitié des spectateurs qui ont quitté le stade après la défaite de Tsonga. Même les commentateurs de France Télévision, que l'on connaît ô combien consensuels ont noté ce point négatif et dommageable pour la joueuse mais aussi pour le tournoi et le spectacle. Pourtant, ce phénomène est directement engendré par la posture de Roland Garros. Les stades principaux ne sont accessibles que pour ceux qui ont achetés des billets. Il n'y a aucun phénomène de compensation à l'intérieur de l'enceinte pour ceux qui n'auraient pas de billets. Ainsi pour être sur le Chatrier il faut payer 65€. Cette posture relativement « excluante » se fait au détriment du spectacle, des joueurs, du tournoi et des télévisions. Un système a été mis en place et vise, en partie à contrer ce dur constat. Il s'agit des « matchs du soir ». En payant la veille 12€ sur la billetterie officielle on peut avoir accès à une prévente sur des billets qui sont revendus après 17h00 pour les grands courts et 16h00 pour les courts annexes. Cependant, c'est sur une simple observation télévisuelle que se pose le constat que ce système ne fonctionne pas tous les soirs, et ne permet pas un taux de remplissage constant. Le parti pris est celui de la libre circulation dans l'enceinte. J'en prends note.

Le tennis, par nature, ne mobilise pas des excès de supportérisme exacerbés. Mais cela semble être renforcé à Roland Garros. Je n'ai pas eu la chance de me rendre dans un autre tournoi du Grand Chelem. Je me garderai donc bien de faire toute comparaison avec une éventuelle approche française et même « parisienne » du tennis. Cependant je suis dans l'obligation de noter que cette atmosphère cotonneuse semble être cultivée à Roland Garros jusque dans ses travées. Ce n'est pas une fête populaire, ce n'est pas pour tous les parisiens. Ce n'est pas le dispositif Roland Garros dans la ville qui me fera dire le contraire même si l'initiative est à saluer et semble rencontrer du succès. Le tournoi est à destination d'une élite initiée. J'ai assisté à deux matchs de double avec des français. Aucune ambiance particulière. Je n'étais pas sur les deux courts principaux bien entendu. Mais le fait que ce soit le court n°1 explique-t-il l'absence d'ambiance, l'absence de supportérisme ? Je me suis fait une remarque à cet instant : le tennis est finalement aussi long en vrai qu'à la télé. Là où l'on peut se divertir, pris au sein d'une ferveur populaire dans les matchs de football ou de rugby (une ferveur parfois exacerbée et hors limite j'en conviens), on reste stoïque en attendant que la tennismen russe relace ses lacets.

Mais le prestige de l'événement se retrouve lui alimenté par cette atmosphère. En effet, des dispositifs tendent à renforcer cette dimension. Je pense aux objets (tous marqués du sceau de Roland Garros), aux sponsors ultravisibles ou encore à la discipline militaire des arbitres de ligne et des ramasseurs de balles. J'observe avec étonnement le ballet formé par ces enfants qui courent d'un

bout à l'autre du court et qui se transmettent les balles avec une réelle dextérité. Le tout forme une mécanique huilée, les regards ne se dispersent jamais, ils restent fixes. Les jeunes remplissent leur rôle à merveille. C'est intéressant à voir lorsque l'on découvre le tennis, mais la rigueur mécanique de leur geste me lasse rapidement, me rappelant le travail à la chaîne. Peut-on rester une demi-heure à observer une machine construire une porte de voiture sans esquisser une once d'impatience ? Tous ces éléments donnent un côté strict, silencieux et froid.

Sur le court n°1, je vois qu'il y a une entrée réservée. Elle donne accès à deux salons : « exception » et « sensation ». On peut également commander à ce niveau des plateaux repas pour ne pas perdre une seconde du match que l'on suit. C'est le service « pas une minute à perdre ». Je ne sais pas combien cela coûte. Mon sandwich jambon beurre et ma Vittel m'ont coûté 7€.

Ce dispositif va dans le sens d'un taux de remplissage constant des stades, même si je ne suis pas certain qu'il soit très usité.

L'écran géant à Suzanne Lenglen (SL) est vraiment géant. Il diffuse les deux matchs qui se déroulent sur les deux principaux courts. Avant la retransmission du premier match le matin, il y a un jeu vidéo. Il s'agit du jeu de ping-pong, vous savez, avec les deux palettes, probablement le premier jeu de l'histoire des jeux vidéo, d'ailleurs. Pour y jouer, il suffit de placer la main dans une boîte et de la bouger pour activer la palette et renvoyer la balle à son adversaire sur l'écran géant. Distrayant.

Ce qui m'a étonné, c'est le nombre de boutiques de vente de nourriture. Il y a trois menus dans ces boutiques, avec un relatif faible choix de sandwiches, de hot-dogs et de hamburgers. Rien qu'au niveau du court Suzanne Lenglen je compte 6 boutiques de vente de nourriture et 3 boutiques officielles. Il y a également une billetterie à l'entrée de ce stade. 3 offres sont distinctement mises en avant pour le Masters BNP Paribas, la Coupe Davis et Roland Garros.

À mettre au crédit des services, on trouve également sur trois emplacements du site des bornes pour recharger son téléphone portable ainsi qu'un accès WIFI gratuit au court n°7. Parmi tous les stands et boutiques des partenaires, il existe un stand un petit peu plus original : le nouveau stade de Roland Garros. Il a pour fonction de présenter les travaux qui vont avoir prochainement lieu, et dessine les contours de la nouvelle enceinte. Dans la même idée et toujours dans la volonté de communiquer sur l'avenir du stade, des bâches sont également disposées le long des courts pour présenter les aménagements futurs. Des bancs en bois sont placés régulièrement le long des deux allées principales. Ces bancs sont gravés du sceau. Tout ceci contribue au prestige de l'événement car les moindres détails sont estampillés RG.



Photo 3 : sceau du tournoi incrusté dans les bancs (photo prise le 2 juin 2014)

Tous les objets sont marqués du sceau de Roland Garros, la moindre poche, le moindre gobelet, chapeau etc. Il est quasiment impossible d'entrer dans l'enceinte sans repartir avec au minimum un objet du tournoi. Cela contribue au fait de « vivre une expérience » à Roland Garros. On peut même aller plus loin dans l'analyse en disant qu'une fois sur le site, on appartient à Roland Garros. C'est le sentiment que j'ai éprouvé à plusieurs reprises. Rares sont les événements qui sont capables d'être aussi prégnants.

Ce qui est frappant au final, c'est que l'on trouve tous les 10 mètres quelque chose à acheter. Tout est fait le long des deux principales enceintes, lieu de passage obligé entre les différents courts, pour consommer. Afin de renforcer ce dispositif déjà étouffant, des vendeurs ambulants équipés de sacs ou de plateaux circulent dans les allées avec des produits à vendre, essentiellement chips ou boissons. On peut comprendre la présence de ce type de vendeurs sur les plages (quoique) mais à Roland Garros, au milieu même des dizaines de boutiques, ces vendeurs semblent superflus. Ils ne doivent pourtant pas l'être. Leur présence s'explique et confirme mon présupposé, tout est mis en place dans l'enceinte même du site pour que le spectateur consomme. Ainsi, l'adage selon lequel la multiplicité des points d'offre sollicitera la demande semble être suivi avec vigueur (ou rigueur !) par les organisateurs de Roland Garros.

Je note au passage que vers Suzanne Lenglen les boutiques sont plus axées sur la nourriture, que vers Chatrier, plutôt réservé aux partenaires.

On trouve également des bâches expliquant l'histoire de RG sur les grillages des courts annexes. C'est encore à mettre au crédit de l'effet de prestige. Tout est fait pour inscrire le tournoi et le moment présent, le match du moment, dans la longue lignée d'une histoire empreinte de mythes et de symboles. À cet égard le musée de la fédération française de tennis que j'ai pu visiter l'après-midi en est un élément principal.

Il y a des stands de réception privé derrière le court n°1. HEC par exemple tient un stand. Roland Garros en était diplômé... l'histoire toujours.

À 12h40, place des Mousquetaires, il règne une ambiance calme et posée. Les spectateurs mangent assis sur les bancs. Ils profitent du beau temps et de l'écran géant retransmettant le match de Nadal sur le court central. Il y a très peu de gens seuls. La plupart des spectateurs sont en couple, en groupe d'amis, je vois également beaucoup de familles avec des jeunes enfants. Je remarque aussi assez logiquement que plus je me rapproche des pavillons VIP plus la population change et plus le nombre de costumes augmente. Je constate ainsi que le profil du spectateur du tournoi varie également selon l'endroit où il se trouve à l'intérieur du site. Si Roland Garros, par son ampleur, est une ville dans la ville (plus de 10 000 personnes y travaillent), il semble que nous puissions pousser la métaphore plus loin en dessinant des quartiers au sein de cette « ville » traduisant une certaine hiérarchie de statuts.

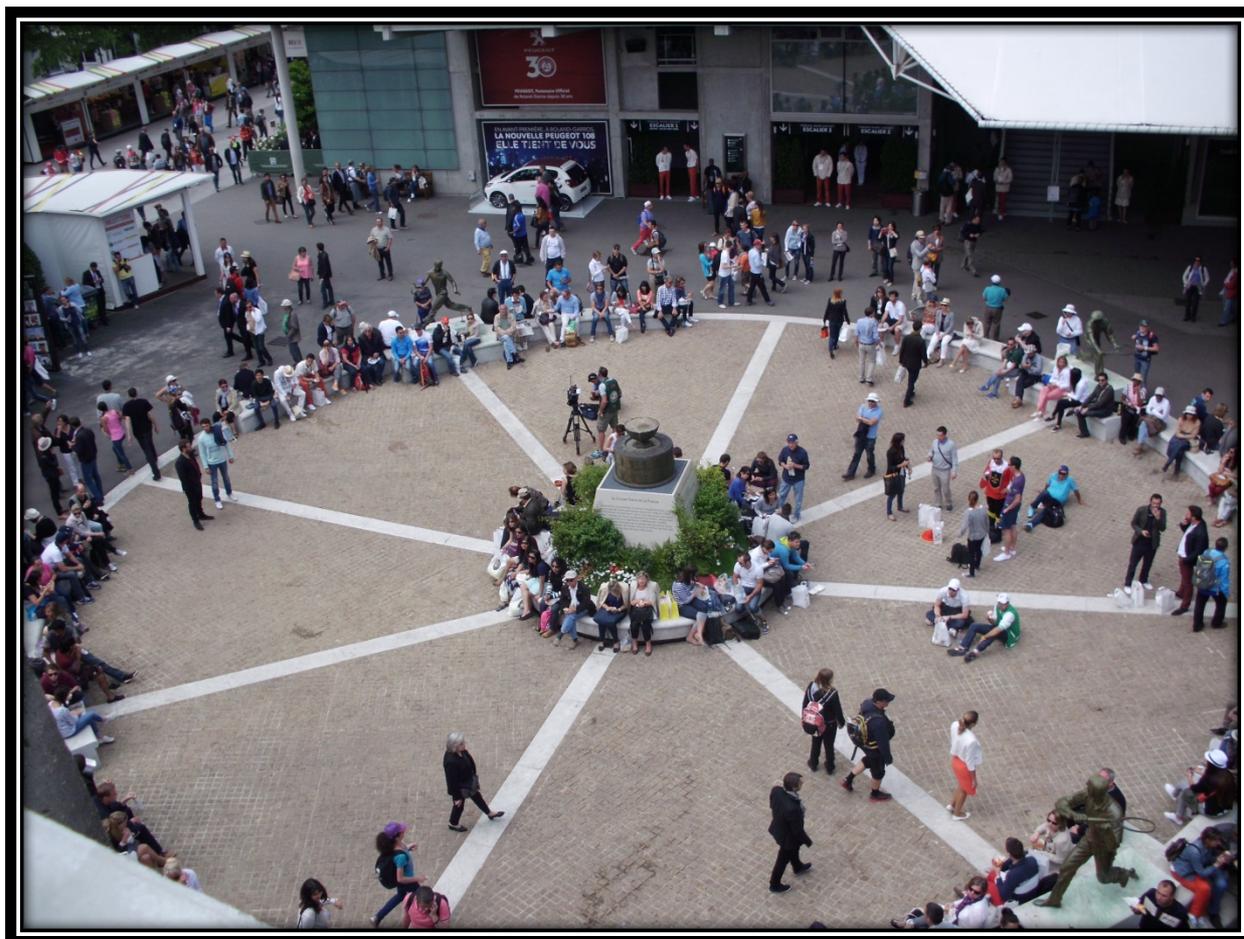


Photo 4 : la place des Mousquetaires (photo prise le 2 juin 2014)

Pendant que les gens mangent, se relaxent ou déambulent de court en court, le « ballet des poubelles » se poursuit. Régulièrement (malheureusement je ne suis pas resté assez longtemps pour observer avec précision à quels moments), une petite camionnette vient chercher les poubelles, les accroche à sa remorque de façon à créer un mini train dont les poubelles seraient les wagons, et les amène dans une zone fermée aux regards. Ce ballet, conjugué aux efforts des « hommes en bleu » permet à l'environnement de rester très propre malgré les flux incessants de spectateurs. Les toilettes sont également assez élégantes et propres. Ce ne sont pas des toilettes publiques ou de vieux Algecos miteux. Je souhaite également mentionner les collages de verdure sur les poubelles. Ceux-ci permettent une intégration très harmonieuse au décor et induisent une référence symbolique à l'éco-citoyenneté du tournoi et au développement durable : « à Roland Garros aussi, je trie ».

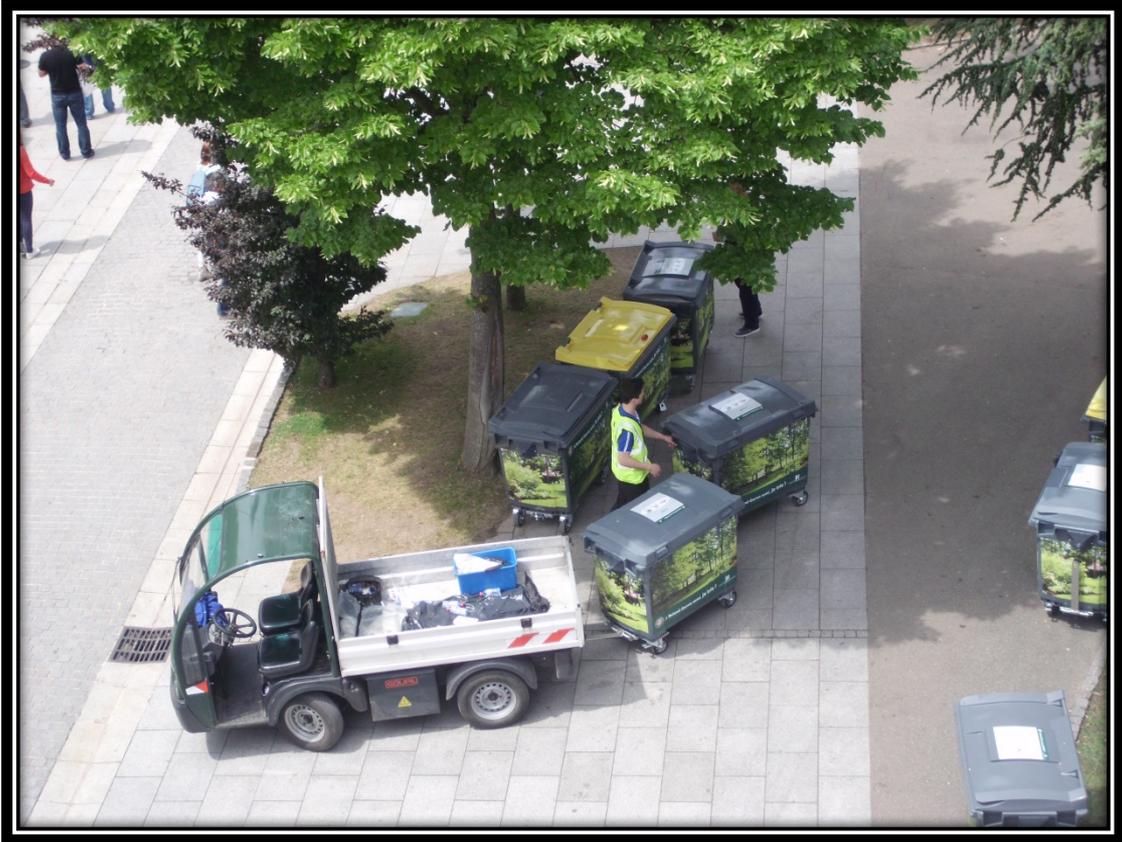


Photo 5 : le « ballet des poubelles », un engagement écologique et un enjeu d'image (photo prise le 2 juin 2014)

À 13h20 je retourne sur le court n°1, le stade est rempli à 40%. Il s'agit d'un double féminin avec une française et une italienne opposées à deux australiennes. Mais là encore point d'élan de supportérisme patriotique à l'horizon. Seulement deux femmes âgées d'une cinquantaine d'années agitent un drapeau australien à chaque beau point de leurs joueuses.

À 14h00, je repars faire un tour sur les courts annexes. Au bout d'une heure je me m'assieds pour me remettre à la prise de note. L'impression que j'ai à propos des spectateurs des courts annexes est la suivante : il y a un tiers de badauds (des gens qui vont de court en court), un tiers de spectateurs qui regardent vraiment le match en question depuis longtemps et un tiers de sièges toujours vides. Parmi les personnes présentes sur le site, il y a également celles qui sont venues pour faire de la relation publique ou pour se montrer. Pour ces personnes, le spectacle sportif est secondaire. Ils sont tantôt badauds, tantôt spectateurs du match sur le court Central ou le Lenglen. Mais le plus souvent ils sont surtout responsables des sièges vides.



Photo 6 : le court n°1 à 14h00 pour un match de double féminin (photo prise le 2 juin 2016)

À 15h00, le Suzanne Lenglen m'offre à voir une chose curieuse. Plus je m'approche du stade, plus j'observe une file d'attente conséquente à l'entrée. L'espagnol David Ferrer (finaliste de l'édition 2013) est sur le court à ce moment-là depuis déjà vingt bonnes minutes. Je m'assieds dans un coin pour observer comment la file va se diluer. Le simple fait d'avoir le billet ne donne pas le droit d'entrer à n'importe quel moment, bien entendu. Je m'amuse à suivre une personne depuis le début de sa file d'attente jusqu'à son entrée dans le stade. Résultat : 20 minutes sont passées. Le flux est nécessairement régulé à la fin des jeux et aux changements de côtés des joueurs, ce qui ne permet pas de faire entrer beaucoup de monde à la fois. Je constate ainsi toujours la même philosophie dans ce phénomène qui ne semble surprendre que moi : au tennis et à Roland Garros, il vaut mieux faire attendre des spectateurs dehors pendant 20 minutes et que le match se déroule tranquillement (et le mot n'est pas choisi au hasard !), plutôt que de faire entrer un bon coup les spectateurs pour plus d'ambiance et de spectacle. On a bien compris que l'ambiance n'est pas la priorité, les spectateurs non plus. Ce sont les règles et même dans ce cas les codes du tennis que de laisser les joueurs dans leurs bulles et dans leurs petits rituels au détriment du spectacle au sens de ce qui est donné à voir au public.

Après 14h00, le flux sur l'allée Bernard et sur la place des Mousquetaires est grand. Des hôtesse distribuent toute la journée des badges aux enfants, avec plans / services / etc.

Il n'y a pas de « pollution visuelle », tout est fait et optimisé pour la visibilité des sponsors, ou pour inciter le comportement d'achat du spectateur.

Je constate que le principal afflux de spectateurs se fait entre 14h00 et 15h00. Après 15h00 il devient impossible d'avancer à une vitesse de marche normale sur l'allée Bernard. De petites animations jalonnent l'allée et créent des regroupements de spectateurs. Il y a des musiciens, des jongleurs. Pour

la première fois, je ressens une vraie ambiance festive. Roland Garros, ce n'est pas que du tennis (et des relations publiques). C'est aussi une fête... à certains moments. Je me dis à cet instant que c'est le premier élément qui confère à l'événement sportif une dimension supérieure au simple tournoi de tennis international. Je me rappelle à cet instant, le Tour de France, un événement sur lequel j'ai travaillé plusieurs années, et me rappelle pourquoi celui-ci rencontre un tel succès. La caravane publicitaire et la mise en valeur du patrimoine local sont les éléments qui font du Tour de France l'événement planétaire qu'il est. Un événement sportif international, s'il souhaite s'affranchir de ses « limites » sportives, doit outrepasser sa fonction première en proposant du divertissement. Roland Garros n'est pas dans cette optique. Cet événement patrimonial au sens de Chapelet (2014) est dans une toute autre posture que le Tour de France mais il y a quand même des animations qui semblent faire office de « figures imposées » pour un événement de cet ampleur.



Photo 7 : musiciens et jongleurs dans l'enceinte de Roland Garros à partir de 15h00 (photo prise le 2 juin 2016)

Ce qui fait que Roland Garros n'est pas un événement populaire, est le fait que ces quelques animations ne soient pas également (surtout !?) en dehors du site, que ce soit à la sortie du métro Porte d'Auteuil, ou sur le Champ de Mars.

À 16h00, le court n°1 est rempli à 85%. Je comprends alors que les gens viennent plus tard. Ce sont probablement des spectateurs qui bénéficient d'un « pass » sur plusieurs jours et qui ne viennent pas le matin. Ils privilégient les matchs de fin de journée, plus relevés. Ceci confirme une nouvelle fois ce que j'avais précédemment, l'ambiance tout le long du tournoi n'est pas une priorité pour les organisateurs. En effet si tel est le cas, on peut imaginer qu'ils cherchent à proposer des billets à moindre coût pour chaque match afin de viser un taux de remplissage des stades plus importants. Ce n'est pas gênant à Roland Garros qui ne s'adonne pas (ou très peu) au « yield management ».

Il est 16h30 et les plus belles affiches démarrent. Sur le court n°1 où je me situe, commence le match des frères Bryan n°1 mondiaux en double contre Granollers et Lopez, futurs finalistes. Sur le central c'est au tour de Gaël Monfils d'entrer en scène.

Je me suis fait une réflexion : il y a plein d'endroits dont on ne sait si on est en droit d'y pénétrer, surtout avec une entrée classique pour courts annexes. Dans le doute, bien entendu, j'essayais de nombreuses fois, et me faisait gentiment éconduire. Mais ce sentiment, je ne dois pas être le seul non plus à l'avoir éprouvé dans l'enceinte du site même si mon rôle m'incite à être particulièrement

fouineur. En effet, si l'on développe un peu ce ressenti, on peut avoir l'impression qu'il y a un Roland Garros qui se vit à plusieurs vitesses. L'événement, déjà excluant de l'extérieur, provoque également ce sentiment étrange à l'intérieur. J'étais pourtant invité... On en revient à la métaphore de la ville et des différents quartiers. Si vous n'avez qu'un billet « classique », attendez-vous à ne visiter que la banlieue de Roland Garros.

Je me suis ainsi attelé à essayer de catégoriser sur l'unique base de mes observations les différents types de spectateurs présents sur le site, qui, chacun selon leur type, devaient vivre un Roland Garros différent, n'ayant pas accès aux mêmes « quartiers » :

- *Les « VIP », qui profitent de l'événement pour se montrer ou pour travailler (relations publiques). Ils se trouvent dans le quartier des affaires où les restaurants ne sont pas payables en ticket restaurant.*
- *Les « passionnés » qui connaissent bien la discipline et profitent de l'ensemble du site y compris des courts annexes. Ils constituent la classe moyenne vivant dans la ville et pouvant se payer le luxe de se promener dans le centre-ville historique (les courts Suzanne Lenglen et Philippe Chatrier).*
- *Les « badauds » qui viennent pour se divertir, pour se promener qui sont relégués à la banlieue de Roland Garros : les courts annexes.*
- *Les « spectateurs de RG » types, assez caricaturaux qui ne vont que sur les Chatrier ou Lenglen. Il vient souvent en famille. Il est habillé pour « aller à RG ». Il profite de l'événement pour se montrer avec sa famille, sa petite tête blonde. On l'imagine aisément déclarer à ses amis la semaine avant l'événement : « alors on se voit à RG, vieux ? ». Toujours selon notre métaphore urbaine, ce spectateur dispose d'un duplex en plein centre-ville.*

Après cette description volontairement caricaturale et provocante je me dis malgré tout qu'il doit bien exister un juste milieu entre la caricature du spectateur de tennis et celle du spectateur de football... Je revois ici la pertinence des travaux de Pociello (1995, 1999) qui voyait dans les codes, les schémas sociaux, les habitus et les hexis pour faire référence à Bourdieu (1980), les caractéristiques de chaque pratique sportive.

J'ai repéré certaines personnes (des couples d'un certain âge notamment) qui entrent sur le site simplement pour être aux abords du stade, ressentir l'ambiance, regarder les matchs sur les écrans géants, profiter des courts annexes. Certains semblent être de réels passionnés. Je pense par exemple à ce couple de personnes âgées d'origine espagnole, assis devant le grand écran à Suzanne Lenglen et qui réprimande vigoureusement toutes les personnes qui se mettent en travers de leur champ de vision. J'ai observé ce petit manège 5 minutes, non sans amusement et me suis dit qu'il fallait être sacrément motivé pour se lancer dans pareille aventure, tant la position qu'ils tenaient était en plein milieu du passage... En repassant 15 minutes plus tard j'ai finalement compris que ce couple n'était pas spécialement farfelu et que beaucoup d'autres personnes les avaient rejoints. Ces gens préfèrent être au stade à moins bien voir le match plutôt que de rester bien tranquillement installés dans leur canapé à savourer l'exhaustif dispositif de France Télévision. Je me suis alors dit que si ce type de spectateurs existe, les installations à Roland Garros ne sont pas faites pour les accueillir. Le grand écran qui donne sur la place des Mousquetaires est plutôt accueillant mais celui du Suzanne Lenglen, qui est pourtant deux fois plus grand et qui permet de suivre deux matchs en même temps n'est pas agencé pour faire profiter de nombreux spectateurs. J'ai eu l'impression lors de cette journée d'observation que les organisateurs auraient tout intérêt à y remédier, la demande étant là. Ils sont cependant déjà contraints par l'exiguïté du lieu. Ceci pourrait pourtant permettre de créer plus de communion autour des matchs... ce n'est qu'une supposition. Ces spectateurs passionnés sont vraiment dans l'ambiance de Roland Garros. Plus que cela encore, j'ai le sentiment qu'ils en sont les moteurs.



Photo 8 : le principal écran géant du site sur l'enceinte du court Suzanne Lenglen (photo prise le 2 juin 2016)

Cette ambiance, j'ai du mal à la définir. Je vais essayer de le faire avec quelques mots clés : prestige, rang social, cotonneux, feutré, strict, aisé, distinction, élite sportive, fête (un peu, il faudrait un terme s'en rapprochant mais introduisant une nuance, je le cherche encore...).

Ce qui m'a étonné est l'absence totale de musique sur le site. C'est également cela qui crée cette atmosphère feutrée. Sans aller jusqu'au « tac tac boom » des fêtes foraines et de la pêche au canard, il est évident qu'un fond sonore génère une enveloppe chatoyante et contribue à ce côté festif qui m'a semblé faire défaut à plusieurs reprises. D'ailleurs, et je l'ai mentionné plus haut, c'est lorsque j'ai vu le jongleur et les musiciens dans l'après-midi que le mot « fête » m'est venu à l'esprit pour la première fois.

Sur les écrans géants les commentaires ne sont pas audibles. En revanche, le son de la publicité lui est bien présent (eh oui !). Plusieurs fois, pris corps et âme dans ma prise de notes je me suis vu sortir de ma verve littéraire par un slogan BNP diffusé à tue-tête... de telle sorte qu'on l'entende d'un court à un autre. Ces spots de pub durent en moyenne 1 minute.

À 17h00, toilettes, boutiques et stands sont bondés. Les gens viennent vraiment tard. Ou, plus probable, les « spectateurs du soir » sont arrivés et s'ajoutent aux spectateurs déjà présents.

De 17h00 à 17h30 je visite le Musée de la fédération de tennis. J'y trouve de nombreux éléments attestant de la dimension historique du lieu. En lisant les exploits passés on comprend réellement la majesté de l'endroit et surtout à quel point l'histoire est une composante principale de la grandeur d'un événement sportif. À plusieurs reprises j'aperçois des signaux dans le musée qui confère à l'événement une dimension supérieure. L'utilisation du stade comme camp de transit pour étrangers jugés indésirables pendant la seconde guerre mondiale introduit une dimension politique et une certaine gravité qui ne fait que renforcer l'importance du lieu, voire même sa solennité. De plus une

exposition s'est spécialement ajoutée au musée pendant la quinzaine en guise de commémoration à la guerre 1914/1918.



Photo 9 : le musée du tennis dans l'enceinte du stade Roland Garros (photo prise le 2 juin 2016)

Globalement on trouve dans ce musée un vrai argumentaire pour le tennis et la justification du « prestige » dont jouit ce sport. Dès lors, ce dernier semble dépasser argement le strict cadre sportif pour rejoindre la sphère politique symbolique, voire pour ce qui est du terrain de Roland Garros, la sphère historique et patriotique. Dommage que l'ambiance ne traduise pas cela...

À 17h30, je retourne sur la place des Mousquetaires, m'attendant à voir une foule massée prête à vibrer aux exploits de Gaël Monfils, en piste sur le central. Il n'en n'est rien. Il n'y a pas plus de monde que pour Nadal ou un autre match. Je me demande alors s'il est trop tard, ou pas assez. Ou si finalement, et tout simplement, il n'y pas de réel engouement pour les joueurs français. Ou qu'on le ressent moins dans l'enceinte du stade qu'à travers les médias chauvins. Ou que ce jour-là, de manière inexplicable et qui coïncide justement avec ma venue, il y a moins de ferveur. Ou que ceux qui sont venus supporter Monfils sont tous dans le stade. Bref je me contenterai de poser des questions sur ce point.



Photo 10 : la place des Mousquetaires et la vue sur l'écran géant du court n°1 à 17h00 (photo prise le 2 juin 2016)

Sur la place des Mousquetaires, les spectateurs sont assis ou allongés sur le sol. La plupart n'a pas de serviettes ce qui m'invite à penser que se poster à cet endroit pour regarder le match n'était pas prévu. Un homme en bleu continue son travail, il balaie le moindre papier, certainement pour permettre aux spectateurs de s'asseoir sur la place. Je revois donc mon jugement quant à l'aménagement des sites de visionnage des écrans géants : sur la place des Mousquetaires, l'effort est fait dans ce sens. C'est bien simplement sur le Suzanne Lenglen que les choses n'ont pas été pensées ainsi. L'intérêt de cet écran est avant tout de se placer dans la perspective de l'allée Bernard. Sur la place à ce moment de la journée je vois une mixité générationnelle : des groupes de jeunes filles, des jeunes couples ou des grands parents avec des enfants... Ici la population est relativement hétérogène même si je dois noter qu'elle est clairement moins cosmopolite qu'à Châtelet. Monfils gagne le premier set, un petit groupe de personnes essaie de lancer un mouvement de supportérisme. Leurs efforts resteront assez peu suivis d'effets. J'entends des applaudissements légers. Je me dis que c'est domma... non je ne suis désormais plus surpris.

À 18h10, derrière le Suzanne Lenglen, les quelques courts restants commencent à être désertés. Les animations, en revanche, fonctionnent toujours (« Beach tennis » et mini-tennis) et l'effervescence reste importante. La moitié des terrains annexes sont fermés. J'effectue un dernier point d'observation, à Suzanne Lenglen. Finalement, il y a presque plus de monde pour regarder cet écran géant (qui diffuse deux matchs) qu'à Chatrier. Les gens sont pourtant moins bien installés que sur la place des Mousquetaires. Il y a toujours une réflexion à faire là-dessus...

À 18h30 je sors du stade. Pour sortir il faut passer un portique électronique (similaire à ceux que l'on trouve dans les remontées mécaniques des stations de ski) qui s'ouvre sous présentation du billet. Après avoir essayé d'expliquer pourquoi je n'ai pas de billets à un jeune homme peu vif (ou fatigué de sa journée, restons courtois), on m'indique la sortie « invité ». Heureusement qu'il y a une sortie

« invité » ! J'ai un instant cru qu'il était finalement plus compliqué de sortir que d'entrer... Des moto-taxis me proposent de me ramener chez moi au meilleur coût. Habillé comme je suis j'ai probablement plus le profil pour rentrer en moto-taxi qu'en métro. Pourtant c'est bien vers la station porte d'Auteuil (à 5 minutes à pied) que je me dirige. En chemin, je croise de nombreux jeunes hommes qui me proposent d'acheter ou de vendre des places. L'énième annonce micro du stade retentit en même temps : « n'achetez pas de billets en dehors du stade, l'accès pourra vous être refusé ! ». Ah oui il y a cela aussi... je me dis alors une dernière fois que Roland Garros est bien un fait social digne d'intérêt.

En réalité, tout est d'une cohérence extrême à Roland Garros. Tout est relativement lisible. On peut ne pas être à l'aise avec le postulat de départ, le côté élitiste du tournoi ou au contraire admirer cet événement planétaire devenu institution ; on est obligé de reconnaître que toute la stratégie qu'elle soit commerciale, marketing et promotionnelle, de relations publiques ou encore de diffusion et de présentation du spectacle sportif, suit une ligne directrice très cohérente du point de vue de l'observateur participant.

2.1.1.3 Observation de Roland Garros dans la ville, le dimanche 31 mai 2014

De 15h00 à 17h00. Météo : Soleil / Grand Ciel Bleu 25°C. Lieu : Champ de Mars.

J'ai eu connaissance de ce dispositif en effectuant le recensement des événements parisiens. Il se déroule sur le Champ de Mars et ambitionne de faire sortir le tournoi de son enceinte d'Auteuil. La première chose que je remarque est la balle jaune géante avec l'inscription « Roland Garros » accrochée à la tour Eiffel, au niveau du premier étage. On ressent de suite que l'événement est d'importance. La tour Eiffel fait toujours son effet, que l'on soit parisien, étranger, petit ou grand. Pour qu'un objet promotionnel y soit accroché il faut qu'il se trame quelque chose d'important. C'est la dimension symbolique qui nous saisit d'emblée.

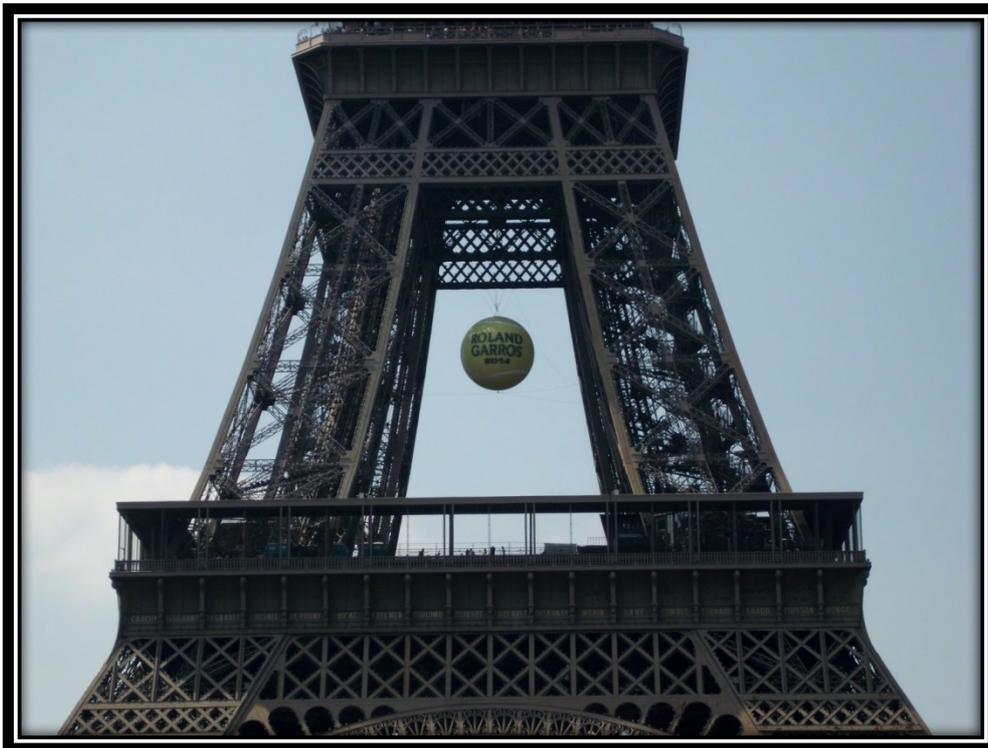


Photo 11 : balle de tennis géante accrochée à la Tour Eiffel, liant symboliquement l'image du tournoi à celle de la ville de Paris (photo prise le 31 mai 2014)

L'écran géant est disposé dos à la tour Eiffel. De part et d'autre de l'aire herbeuse qui est face à l'écran, il y a des stands. Deux boutiques officielles, et des stands partenaires : GDF Suez, Lacoste. En revanche, il n'y a pas de buvette ni de vente de nourriture sur le site. Ceci est particulièrement étonnant surtout lorsque l'on se rappelle du nombre de boutiques au stade d'Auteuil. Cette absence s'explique peut-être par une interdiction de vente sur le Champ de Mars. C'est la seule hypothèse plausible qui me vient à l'esprit. Les sponsors les plus visibles sur le site sont clairement Longines et Lacoste. Il y a une animation Longines : un chronométreur mesure la vitesse du service. J'ai également remarqué la présence d'un robot (un homme déguisé posté sur des échasses) dont je n'ai d'ailleurs pas réussi à faire le lien avec Roland Garros.

Sur l'écran géant, je note une seule inscription qui ne peut échapper au regard du spectateur : fédération française de tennis. Il y a également un terrain de tennis en terre battue à l'entrée du site lorsque l'on arrive du côté de l'Ecole Militaire. C'est sur ce terrain qu'ont eu lieu les matchs des -16 internationaux. La finale de ce mini tournoi a eu lieu le dimanche matin, à la fin de la première semaine du tournoi.



Photo 12 : terrain de tennis en terre battue éphémère sur le Champ de Mars (photo prise le 31 mai 2014)

D'après l'un des officiels de la sécurité, il y avait beaucoup de monde ce matin-là pour assister à cette finale. Les gens sont venus nombreux pour voir la finale des jeunes. La tribune était pleine à craquer. Les gens sont ensuite repartis entre midi et deux avant de revenir plus massivement pour l'après-midi. Toujours selon cet officiel, de toute la première semaine, il y a beaucoup plus de monde le week-end, ce qui n'est pas en soi une information stupéfiante. Le flux sur l'ensemble du site est variable selon la météo et le moment de la journée. Le remplissage de l'aire herbeuse pour regarder le match du moment retransmis depuis Roland Garros est lui largement dû à l'affiche. Par exemple, au moment où j'étais présent, commençait le match Monfils/Fognini. L'affiche était suivie avec pas mal d'attention, ce qui ne semble pas toujours être le cas.

Les couleurs prégnantes sont le « vert bouteille » caractéristique (Perrier, BNP) et l'ocre (la terre battue), les couleurs du logo de Roland Garros. L'entrée est facile. Au niveau du terrain, sur la droite lorsque l'on arrive du Champ de Mars, des palettes sont disposées et les stands bien délimités avec de la rubalise (officielle de Roland Garros bien sûr je ne parle pas de la rubalise classique rouge et blanche de la course à pied de quartier !). D'ailleurs, en arrivant à cet endroit, on peut marquer un temps d'arrêt et se demander si c'est réellement ouvert au public. En effet les officiels de la sécurité, vêtus de costumes et munis de talkie-walkies et d'accréditations, ne font rien pour encourager la démarche. Après une brève hésitation cependant, on comprend en voyant déambuler les passants que le site est libre d'accès.

La pelouse étant assez remplie, je me place directement sur la tribune pour avoir une vue dégagée sur l'écran géant, mais aussi sur une grande partie du site. Ce qui m'étonne d'emblée est l'écran : c'est un écran géant pas très géant. En effet celui-ci est plus petit que celui qui surplombe la place des Mousquetaires sur le site même à Auteuil, et encore bien plus petit que celui du Suzanne Lenglen. Il est à la bonne taille pour l'aire herbeuse qu'il domine mais n'espérez pas suivre correctement un match depuis les jardins du Champ de Mars de l'autre côté de la place Jacques Rueff et de l'avenue Joseph Bouvard. Ce que je remarque lors de cette première observation est que le site est petit. Ce sentiment sera confirmé par la seconde observation effectuée le 08 juin 2014, le dimanche de la finale Nadal/Djokovic, ou un second écran aurait tout simplement pu doubler le nombre de spectateurs tant les gens se pressaient les uns contre les autres pour observer le coup droit fouetté du champion

madrilène, lorsqu'ils ne jetaient pas l'éponge, découragés par la foule ou la chaleur. Trois-quatre échanges avec des spectateurs avaient indiqués cette tendance.

Au bout d'une heure d'observation, il me semble qu'il faille distinguer deux types de spectateurs :

- *le « promeneur du Champ de Mars » qui passe sur le site, s'y arrête quelques instants pour observer les rares animations des partenaires (le service de tennis organisé par Longines étant la seule réelle) ou le match, puis continue sa route sur le Champ de Mars en direction du Trocadéro ou de l'Ecole Militaire. Sa présence sur le dispositif est due à son emplacement.*
- *le « spectateur de Roland Garros », qui s'est déplacé par curiosité, pour échanger quelques balles sur le terrain (accès et inscriptions gratuites après le 31 mai et la fin du mini tournoi de jeunes), pour regarder le match du moment sur l'écran géant.*

Parlons désormais des spectateurs assis sur l'aire herbeuse : ils sont entre 150 et 200. Certains, mieux équipés, plus prévoyants ou plus habitués ont pris des serviettes ou même des chaises de camping. Le beau temps permet également une séance de « bronzette », les gens en profitent largement. Je note la présence d'étrangers sur la pelouse. Ceux-ci sont plus nombreux à regarder Roland Garros sur l'écran géant que dans le reste du site. Ils semblent que leur présence à ce moment soit avant tout dû au tournoi. Je vois notamment des canadiens, fiers d'arborer leurs couleurs. C'est ce qui est pratique avec la plupart des étrangers présents pour l'événement sportif. Ils mettent en avant leurs couleurs pour représenter au mieux leur pays et pour se distinguer de la « masse ». C'est peut-être également dans une volonté de supporter son joueur ou sa joueuse. En l'occurrence les canadiens n'avaient d'yeux que pour Eugénie Bouchard durant la quinzaine qui a atteint le dernier carré. La majorité des spectateurs sont de jeunes couples. L'ambiance est relativement festive quoique feutrée. Je verrai ensuite ce qu'est réellement une ambiance feutrée sur le site de Roland Garros à Auteuil (le 2 juin). Je qualifierai donc l'ambiance à Roland Garros dans la ville le 31 mai d'estivale et bon enfant. Les rares manifestations de supportérisme qui me sont données à voir sont à mettre au crédit des supporters de Toulon ou de Castres venus soutenir leur équipe pour la finale de Rugby du Top 14 le soir même au Stade de France.

Je suis au Champ de Mars, j'observe donc aux abords du site les mêmes vendeurs ambulants qui sont présents habituellement. Il semble cependant qu'ils aient été relégués au second plan, afin de ne pas importuner les spectateurs avec leurs babioles, du moins au niveau de la tribune et de l'aire herbeuse. Ils sont cependant très proches et si l'on ne porte pas un regard très attentif sur leurs déplacements on aura tout à fait l'impression en se promenant qu'ils sont sur le site. Ils sont mélangés avec certaines animations (notamment le stand de service chronométré Longines qui est un peu excentré).

C'est à cet instant que j'ai vraiment eu l'impression d'un Roland Garros dans la ville, comme annoncé sur les sites de référencement des événements parisiens⁴¹. N' imaginez pas voir un vendeur de Tour Eiffel à Auteuil... Nous sommes au Champ de Mars et bien que ce soit Roland Garros, avec tout ce que l'événement comporte d'histoire et de prestige, c'est celui-ci qui s'adapte à la majesté du lieu et non l'inverse.

En revanche, il y a très peu de communication effectuée pour ce projet. Je n'ai vu aucune annonce sur le site même à Auteuil. Idem pour les petits carnets d'informations distribués à Auteuil : dans la rubrique animation, « Roland Garros dans la ville » n'est mentionné à aucun moment. Peut-on attribuer cela à un simple oubli dans un système aussi bien pensé et aussi bien rodé que l'est le tournoi ? Ou est-ce au contraire une volonté d'exclusion de la part des organisateurs pour qui la moindre animation doit être sur site (autrement dit rémunérée) ? Le reste ne serait qu'un dispositif

⁴¹ <http://www.sortiraparis.com/loisirs/sport/articles/53185-roland-garros-dans-la-la-ville-2015-au-pied-de-la-tour-eiffel> (consulté le 16 juin 2015).

mis en avant par la mairie de Paris et la FFT à l'attention de ceux qui ne peuvent pas accéder au site. Ce constat volontairement sévère et provocateur vise à mettre le doigt sur le sentiment prédominant, qui m'habite lorsque j'ai effectué l'observation sur le site à Auteuil. Roland Garros est fait en premier lieu par et pour une élite. Le site « Roland Garros dans la ville » qui vise, il me semble, à trancher avec cette image n'est pas mis en avant à Auteuil car une fois dans l'enceinte, Roland Garros est à Auteuil est nulle part ailleurs. En témoigne l'absence totale d'animation autour du stade.

Enfin, la relative étroitesse de ce projet, peut notamment s'expliquer par le fait que la semaine, l'affluence soit bien moindre que le week-end, surtout celui des finales. Mais alors pourquoi n'imaginerait-on pas un dispositif plus flexible avec l'ajout d'éléments (animations, un autre grand écran sur un second court) pour les week-ends ou au moins pour le dernier week-end. Bien sûr, cela nécessiterait encore du travail et de la logistique, mais le site pourrait alors être bien mieux adapté à la demande qui existe, à l'observation des milliers de passants du Champ de Mars.

2.1.1.4 Observation de Roland Garros dans la ville (2), le 8 juin 2014

De 15h45 à 17h30. Météo : Ensoleillée, 29°C.

Dernier jour du tournoi. Je me situe dans les jardins du Champ de Mars. Je suis à 200 mètres de l'écran. Autrement dit, je ne vois pas grand-chose. Mais ce qu'il est intéressant de noter est que beaucoup de personnes (une centaine) sont sur la pelouse comme moi, tournées vers l'écran géant. En étant très concentré et en arrivant à attraper la balle dès le début on peut parvenir à suivre un échange. On ne peut en revanche distinguer le score. Peu de personnes finalement parlent du match pourtant tout le monde est tourné vers l'écran et y jette un coup d'œil (probablement machinalement) de temps en temps. Bref, les personnes qui sont ici, y sont avant tout pour prendre le soleil (qui tape très fort !) et se relaxer sur l'herbe, relaxation ponctuée par les lointaines clameurs provoquées par la finale (Nadal/Djokovic). Le match semble être simplement une animation en plus dont ils essaient de profiter. L'ambiance est estivale. Une journée plutôt classique d'été au Champ de Mars finalement. Le profil de ces spectateurs est de 20-30 ans, des groupes d'amis essentiellement et des couples. Il y a également beaucoup d'étrangers, anglo-saxons notamment.

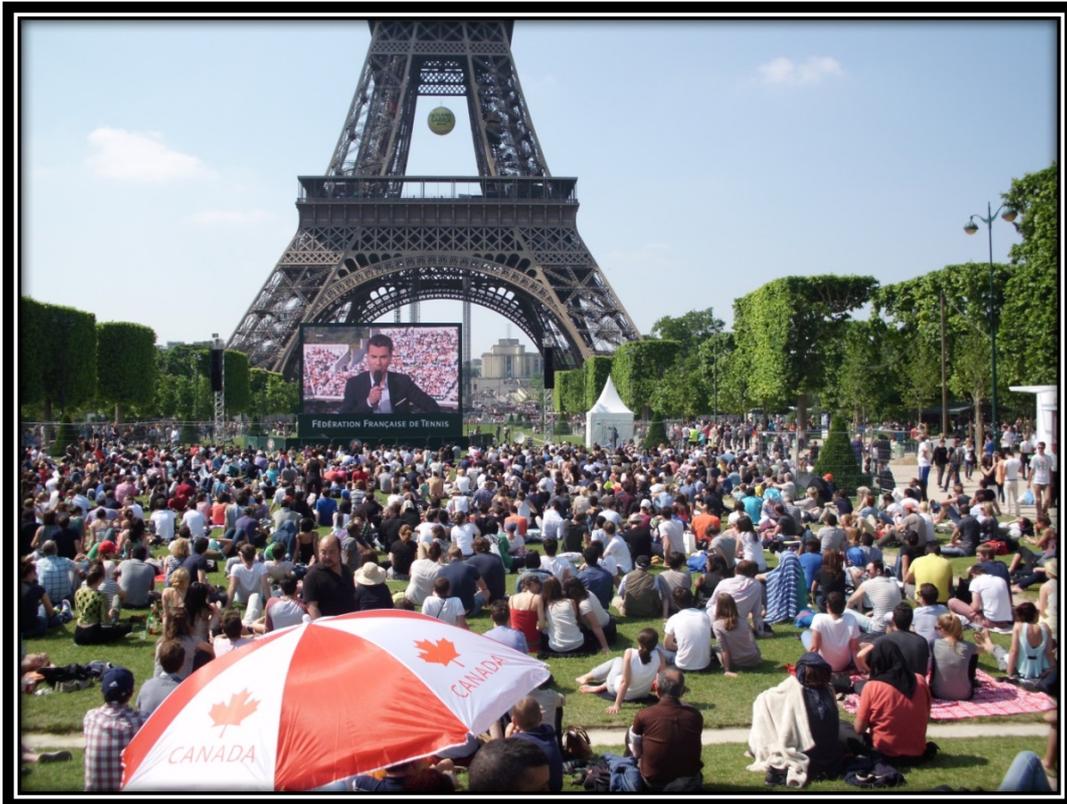


Photo 13 : écran géant sur le Champ de Mars dans le cadre du dispositif « Roland Garros dans la ville » (photo prise le 31 mai 2014)

C'est en traversant la place Jacques Rueff et en s'approchant du site « Roland Garros dans la ville » que l'on commence à sentir une réelle atmosphère de compétition sportive. En soit, c'est déjà un gage de réussite pour l'événement puisqu'il n'y a finalement qu'un écran géant. Les clameurs se font logiquement plus sentir et les spectateurs deviennent de plus en plus concernés par le spectacle sportif. La pelouse face à l'écran est totalement bondée et les abords (surtout ceux à l'ombre !) sont pris d'assaut : deux à trois rangées de spectateurs debout. Ici il y a vraiment des supporters. Je comprends tour à tour qui supporte qui. Il y a un clan espagnol plutôt sur la droite et un clan serbe en plein centre de la pelouse avec drapeaux et chants. Enfin, me dis-je, je me retrouve au sein de spectateurs qui regardent un spectacle sportif et vibrent au rythme de celui-ci. Il aura fallu attendre la finale entre les deux meilleurs joueurs du monde et probablement le point d'orgue de la saison tennistique. On ressent une vraie tension à la fin du set.

Concernant le site en lui-même il y a les mêmes animations que la semaine dernière à savoir le terrain où deux amateurs échangent quelques balles et le stand Longines du service chronométré. Je remarque cependant que celui-ci est plutôt délaissé. Concernant les sponsors, je note que certains bus touristiques affichent à l'arrière les couleurs de Roland Garros et la marque Longines. Vous l'aurez compris, si BNP Paribas et Perrier sont très présents à la télévision, si Peugeot est visible avec la publicité à chaque coupure et à Auteuil, c'est bien la marque Longines qui sort vainqueur du jeu de la visibilité sur « Roland Garros dans la ville ».

Globalement il y a beaucoup plus de monde que le week-end dernier. Toute parcelle de verdure est exploitée. Est-ce l'effet de la finale ? Est-ce l'effet du très beau temps ? Probablement la conjonction des deux. Je constate que le dispositif semble rencontrer un réel succès. Je ne peux cependant m'empêcher de penser qu'un dispositif encore plus ambitieux aurait largement rencontré son public.

2.1.2 Femmes en Sport (Organisation de la pratique – Public)

Cet événement gratuit est organisé par la mairie de Paris et sa direction Jeunesse et Sport. L'objectif est de toucher un public spécifique. Il s'inscrit directement dans le programme d'une politique publique sportive. C'est la raison pour laquelle il est soumis à de nombreux changements de gouvernance et de concept (Bourbillères, Evrard, Charrier, 2015). Dans le cas présent il s'agit de l'objectif prioritaire du développement de la pratique féminine. Cet événement récurrent a pour ambition de mettre en lumière un dispositif annuel d'incitation à la pratique sportive à destination du public féminin. C'est l'occasion d'aller chercher des pratiquantes mais aussi et surtout des non-pratiquantes. Cet événement s'inscrit dans l'axe de développement de la pratique sportive féminine. Ce volontarisme politique qui existe pour l'ensemble de la mandature de Bertrand Delanoë se poursuit avec Anne Hidalgo et Jean-François Martins l'adjoint en charge des Sports et du Tourisme. En effet, le directeur du cabinet de Jean Vuillermoz, Romuald Guehl nous expliquait déjà en mars 2014 : « avec Hidalgo, on va aller vers le renforcement de ces éléments-là. Ils ont été construits par Delanoë, on serait donc dans la poursuite d'une logique, d'une cohérence. Il peut y avoir quelques éléments supplémentaires, un accent mis sur un point ou un autre mais il n'y aura pas de bouleversements, c'est acté. ».

Malgré deux périodes de gouvernance différentes (avant et après 2011 et la mobilisation de la filière sportive de Paris⁴²), il semble que la volonté première ait toujours été la même à savoir développer la pratique sportive féminine. Ce sont les moyens pour y parvenir qui ont variés depuis 2001 et l'impulsion locale apparue dans le 18^e arrondissement. Pour atteindre l'objectif de l'augmentation de la pratique sportive féminine, l'événement a pris une place de plus en plus importante dans cet axe de politique publique pour en devenir l'élément moteur à deux égards : c'est la vitrine des dispositifs municipaux à destination des sportives, et un élément de découverte et d'accessibilité à la pratique.

Volontés premières externes	Volontés premières internes
Bougez, Faites du sport : « réveillez la sportive qui est en vous » (2013) et « Quelle sportive êtes-vous ? » (2014)	Vitrine des dispositifs
« Inscrivez-Vous ! »	Mobilisation des agents
C'est la fête du sport féminin	Accessibilité à la pratique sportive

Tableau 18 : les volontés premières de « Femmes en Sport »

En ce qui concerne la volonté première externe, les slogans présents dans le tableau illustrent le message de 2013 et 2014. On y voit bien la volonté de faire se côtoyer des femmes de tous âges et de tous horizons sociaux que ce soit en communiquant sur les dispositifs municipaux et/ou en organisant la pratique. Le ton interrogatif du slogan vise à mettre au défi. On envisage ensuite l'inscription dans les dispositifs municipaux annuels. Au niveau de la volonté première interne, on trouve également dans le discours des acteurs la recherche d'un temps de mixité : « un vrai rendez-vous avec toutes les femmes parisiennes et

⁴² Les agents municipaux de la ville de Paris, opérateurs et éducateurs des APS dans les arrondissements et/ou la direction Jeunesse et Sport.

mélanger non-pratiquantes et pratiquantes » nous expliquera Romuald Guehl. C'est une vitrine des actions municipales. La volonté première interne est donc d'avoir un événement qui a une double échelle : une échelle de quartier et une échelle parisienne.

L'événement a changé de concept durant les trois années de notre thèse. Les deux premières années, le dispositif s'établit sur un seul lieu : un complexe sportif. En 2013, c'est dans le 16^e arrondissement à Emile Anthoine. En raison de l'étroitesse du site et surtout de son ancrage dans l'ouest parisien considéré comme un frein à la fréquentation (par les décideurs : mairie de Paris, direction Jeunesse et Sport), un autre site est mobilisé en 2014 : le centre sportif Suzanne Lenglen dans le 15^e arrondissement. Cette même année, une nouvelle équipe municipale est instituée sous le mandat d'Anne Hidalgo. Le nouveau maire adjoint au Sport et au Tourisme, Jean-François Martins souhaite refonder le concept de l'événement et lui conférer une dimension plus locale, de proximité. Il est alors envisagé de mobiliser des associations de quartier et des acteurs locaux pour organiser, sur neuf lieux parisiens en simultané, des animations sportives dans le cadre de la journée de « Femmes en Sport ». Pour les besoins de la note d'observation, nous avons pris le parti de restituer cette version, la plus récente. Nous nous sommes rendus sur trois lieux, le 26 septembre 2015 : les berges de Seine (7^e arrondissement), la place des Fêtes (19^e arrondissement) et le centre sportif Elizabeth (14^e arrondissement).

2.1.2.1 Observation de « Femmes en Sport » sur les berges de Seine, le 26 septembre 2015

De 9h30 à 12h00. Météo : Ensoleillé.

J'arrive sur le site des Berges de Seine par l'Assemblée Nationale. Etant connaisseur du dispositif, je sais que les événements sportifs qui y sont organisés s'installent au port du Gros Cailloux, environ 2 kilomètres plus loin. Le trajet pour s'y rendre ne révèle aucun élément en lien avec une quelconque dimension sportive, ni événementielle. En arrivant sur le lieu, l'impression première qui me frappe est la modestie du dispositif. En réalité, je ne vois qu'un espace d'une cinquantaine de mètres carrés délimités par quelques barrières et de la rubalise. À côté, une tente abrite une table sur des tréteaux, une sono et des cartons de flyers. À cet instant, il n'y pas d'activité de gym suédoise comme indiquée sur le programme. Il y a quelques affiches posées sur les barrières ainsi qu'une banderole « Femmes en Sport » reprenant les couleurs rosées et le logo des années précédentes. En nous approchant nous reconnaissons Arnaud Rollet, rencontré en entretien en 2014 et responsable des animations du 15^e arrondissement (désormais aussi du 7^e) qui est en charge du projet sur ce site.

Il me renseigne sur les conditions de mise en place de l'événement. Elles sont difficiles puisque le projet initial était prévu pour le mois de juillet 2015. En raison de la canicule, il avait été annulé et reporté à une date ultérieure. Fin août, il apprit que cette date serait celle du 26 septembre, ce qui laissait peu de temps pour contacter des associations ou d'autres acteurs pouvant proposer et organiser des activités. D'ailleurs, sur cet espace, seule une association organise du Taji Bang et une entreprise privée propose un cours gratuit de gym suédoise, ce qui est peu par rapport à ce qui est annoncé sur le programme⁴³.

Je demande à Arnaud Rollet de me faire faire un tour des installations, ce qui est rapide. Il me conduit jusqu'aux jardins flottants où se tient le cours de Taji Bang suivi par une dizaine de personnes. Le

⁴³ 9h00-10h00 : running débutants & confirmés, marche nordique, gym suédoise, taji bang

10h00-11h00 : running débutants, marche nordique, gym suédoise, taji bang, parcours sportif, cardio boxe

11h00-12h00 : running débutants, marche nordique, gym suédoise

cadre pour cette activité est magnifique en ce matin ensoleillé d'arrière-saison. Le ciel, d'un intense bleu, conjugué à la verdure des plantes renforcent la dimension grandiose et unique de ce site classé à proximité des plus beaux monuments de Paris. La carte postale est très belle, les voitures paraissent loin à cet instant. En observant cette scène, j'ai vraiment l'impression que ce type d'activité consacre pleinement le potentiel bucolique du lieu.

Toutefois, après m'être laissé aller à ces observations connexes, car principalement inhérentes au site des berges en lui-même, je me rappelle que je suis ici pour m'intéresser à l'événement « Femmes en Sport ». Or, cette activité est pratiquée de manière mixte aujourd'hui. Je me dis que la discrimination positive supposant la mise en place d'une journée sportive pour les femmes paraît peu applicable sur le terrain. C'est aussi probablement en raison du peu de public souhaitant participer aux animations, que les organisateurs n'envisagent pas une seconde empêcher les hommes. On me proposera d'ailleurs de participer. Mais je préfère retourner vers le port du gros Cailloux.



Photo 14 : activité de « Taji Bang » dans le cadre de l'événement municipal et gratuit « Femmes en Sport » sur les berges de Seine (photo prise le 26 septembre 2015)

La gymnastique suédoise a débuté. Là aussi, une vingtaine de personnes participent. En revanche, cette fois, ce ne sont que des femmes. J'apprendrai par la suite qu'il s'agit d'un cours d'une entreprise privée, avec les adhérentes habituelles. Il y a probablement quelques femmes non adhérentes en plus, mais sur un total d'environ 20 personnes, ce ne doit être qu'une portion congrue...

La sono qui délivre une musique « dance » plutôt festive permet de marquer l'événement sur l'espace public. Les passants s'arrêtent, et observent quelques instants l'animation. Toutefois, l'activité est peu spectaculaire d'un point de vue extérieur et assez répétitive. Les passants ne restent donc généralement pas plus d'une quinzaine de secondes. Il est désormais presque 11h00, le flux sur les berges est plus important, mais l'événement ne mobilise pas plus. Cela me laisse le temps de saluer Evelyne Ciriegi, présidente du CROSIF, Julien Girinon, conseiller à la vie sportive et responsable de la circonscription Ouest, Gerard Sanz, le photographe de la direction Jeunesse et Sport et enfin Jean-François Martins. Les élus et représentants du sport parisien se déplacent sur ce site symbolique. Je

prends part de manière discrète à la discussion informelle qui s'organise. Evelyne Ciriegi du comité olympique, regrette que la pratique sportive féminine mise en avant ce jour sur les berges au sein d'un événement municipal soit l'apanage d'une structure privée. Nous aurons l'occasion de revenir longuement sur cette question, notamment dans le chapitre 5 de la thèse. Ce matin sur les berges, on se félicite globalement du dispositif qui, bien que modeste sur ce site, doit s'appréhender à l'échelle de Paris. Dans cette optique j'envisage donc de me rendre pour midi dans le 19^e arrondissement.

2.1.2.2 Observation de « Femmes en Sport » sur la place des Fêtes dans le 19^e arrondissement

De 12h15 à 15h00.

Programme du site : basket-ball, trampoline, escalade, badminton, tennis, boxe, golf, VTT, capoeira, handball, football, zumba, hip-hop, remise en forme, yoga.

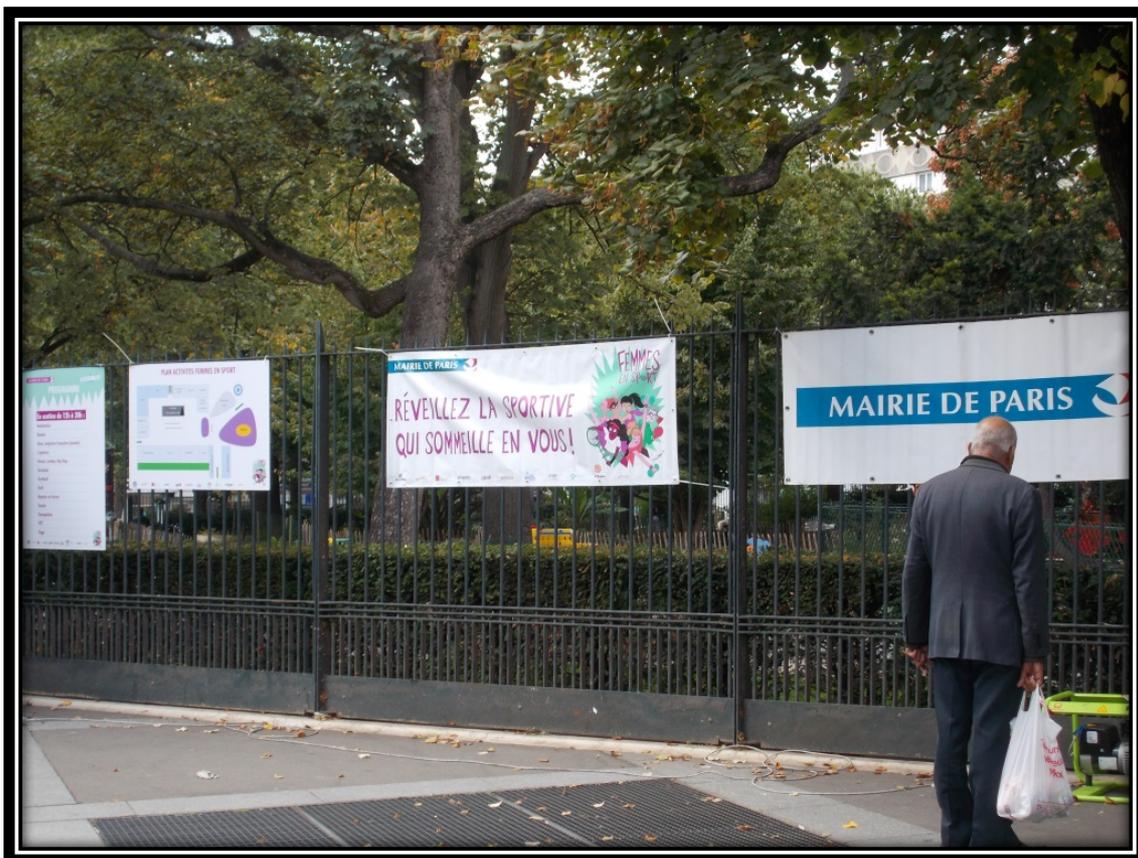


Photo 15 : marquage urbain visuel destiné à délimiter le dispositif « Femmes en Sport » sur la place des Fêtes dans le 19^e arrondissement (photo prise le 26 septembre 2015)

Place des Fêtes, l'événement ne prend pas du tout la même forme. Dès la sortie du métro, j'observe des affiches et des banderoles de l'événement qui me paraît être plus visible et plus ambitieux. En arrivant sur la place, c'est ce que l'on constate. Une dizaine d'animations au total sont proposées avec des acteurs divers, allant de l'association de capoeira à la fondation du Paris Saint Germain, en passant par le comité départemental de boxe. Un trampoline et un mur d'escalade sont aussi installés autour d'une scène assez imposante au centre de la place. À midi, les animations sont encore en préparation, ce n'est que vers 13h00, puis réellement à 14h00 que le public afflue. L'événement profite du site passant qu'est cette place.

Les stands sont fréquentés de manière très inégale. La capoeira par exemple, pourtant forte de cinq professionnels a bien du mal à mettre les gens en mouvement. La plupart du temps ce sont donc des démonstrations qui sont effectuées par les membres de l'association. Régulièrement, une dizaine de curieux profitent du spectacle. Les stands d'escalade, de trampoline ou encore de boxe sont les plus fréquentés de manière générale. Toutefois, et cela vient renforcer l'intuition perçue sur les berges, ce ne sont pas des femmes qui participent à l'événement. L'essentiel des participants est constitué d'enfants et de jeunes du quartier. Interrogées à ce sujet, les associations ne semblent pas être spécialement gênées. Il s'agit pour eux d'organiser la pratique sportive de manière gratuite et participative ce jour, il n'est pas question de faire des discriminations. De la même manière, le comité 75 de boxe vient proposer une animation quasi exclusivement à des adolescents qui semblent prendre un vrai plaisir à suivre les instructions des encadrants. On ne se soucie pas vraiment de la dimension féminine.

Sur la scène principale, un commentateur met un peu l'ambiance et rappelle à intervalle régulier la teneur du programme. Un peu plus tard un cours de zumba y sera organisé. Globalement, ce qui m'est donné à voir ici est beaucoup plus divers et dynamique que sur les berges. Une ambiance festive règne sur cette place jalonnée par les nombreux stands. Place des Fêtes, j'observe un événement d'animations sportives gratuites à destination des plus jeunes. Pour cette raison, on en oublie que c'est dans le cadre de « Femmes en Sport ».



Photo 16 : les activités gratuites à disposition sur la place des Fêtes (photo prise le 26 septembre 2015)

Vers 14h00, je recroise Jean-François Martins, qui, comme moi, semble faire le tour des sites. J'en profite pour aller à la rencontre de Sergio Tinti, maire adjoint aux Sports du 19^e arrondissement de Paris. Il m'apporte des précisions sur l'organisation de cette nouvelle version de « Femmes en Sport ». Ce sont essentiellement des associations locales qui sont présentes ce samedi. Un appel à projet a été lancé par la ville de Paris, par l'intermédiaire de la mairie du 19^e arrondissement pour mobiliser les réseaux d'acteurs locaux. En l'occurrence, cela semble particulièrement bien fonctionner dans cet arrondissement sous l'impulsion de l'office pour le Mouvement Sportif du 19^e et de quelques associations actives tout au long de l'année. Si la volonté première de l'événement est de créer du dynamisme dans le quartier, cela semble être un succès place des Fêtes. Toutefois, si la volonté première, comme nous l'avions pourtant identifié, est d'inciter à la pratique sportive féminine, alors ce que j'observe ce jour ne correspond pas à ce qui est annoncé.



Photo 17 : mur d'escalade sur la place des Fêtes (19^e arrondissement) dans le cadre de « Femmes en Sport » devenu une activité pour les plus jeunes (photo prise le 26 septembre 2015)

2.1.2.3 Observation de « Femmes en Sport » au Centre Sportif Elizabeth

De 15h30 à 17h00.

Pour étayer notre vision du dispositif à l'échelle parisienne, je me rends à 15h30 sur un dernier lieu : le Centre sportif Elizabeth dans le 14^e arrondissement. J'entre dans l'enceinte sans observer d'éléments indiquant la présence d'un événement sportif. Je contourne le gymnase pour arriver sur le terrain de football, centre du complexe. Une affiche qui semble être un peu perdue dans l'immensité verte de la pelouse me rassure sur la présence de « Femmes en Sport » sur ce site. Sur la pelouse, (encore) un

cours de zumba se termine. Une quarantaine de femmes rangent le matériel et rentrent progressivement dans les vestiaires. Rien n'est à observer sur le terrain par la suite.



Photo 18 : un cours de zumba dans le cadre de « Femmes en Sport » dans le centre sportif Elizabeth dans le 14^e arrondissement (photo prise le 26 septembre 2015)

Je ne vois pas non plus d'animateur ni sur le pré, ni dans les gradins. Je continue donc mon tour du complexe en me rendant vers la dernière grande installation, la piste d'athlétisme en tartan. À l'extrémité de celle-ci, j'observe une table et une chaise, ainsi qu'un stock de bâtons de marche nordique. Plusieurs animateurs vêtus d'un tee-shirt bleu turquoise de la mairie de Paris mentionnant « Femmes en Sport » sont aux abords. Je m'approche et reconnait Romain Gron, responsable des animations sportives du 14^e arrondissement qui fut aussi mon interlocuteur par ailleurs, dans le cadre de cette thèse.

Il m'explique que le dispositif est un échec de son point de vue, car ils n'ont pas eu le temps d'organiser des animations en seulement trois semaines. L'animateur pointe également un problème de communication. Par exemple, il a envisagé de créer des flyers au dernier moment à distribuer dans tout l'arrondissement. Cependant, la nécessité d'utiliser les logos de la ville de Paris l'ont obligé à suivre un processus de validation hiérarchique de la charte graphique, particulièrement chronophage. La seule communication effectuée fut donc celle de la ville à l'échelle municipale.

De plus, selon lui le fait que l'événement soit dans ce complexe fermé, un peu difficile d'accès, est un frein à la fréquentation. Il ne peut bénéficier de l'afflux de passants comme ce pourrait être le cas sur une place ou un espace public fréquenté. Les autres animateurs sont même un peu résignés au sujet de leur journée, l'ambiance est à la rigolade et à l'auto-charriage... « Ah non, là on n'est pas débordé c'est clair ». Je comprends même rapidement que le fait que je me présente à cet instant comme un universitaire intéressé par ce dispositif événementiel, renforce le burlesque de la situation, de leur point de vue. Deux femmes pratiquent la marche nordique sur la piste pendant que nous discutons. Le cahier d'inscriptions indique seulement une dizaine de personnes depuis le matin.

Derrière, un terrain de football est occupé par des jeunes du quartier. En échangeant avec ces acteurs de terrain, j'apprends que le site est globalement bien fréquenté par ces jeunes. D'ailleurs, leur travail

du jour consistera essentiellement à les encadrer, de loin. L'événement, mis à part le cours de zumba, porté comme sur les berges de Seine par une entreprise privée (et probablement fréquenté par des adhérentes) n'a pas du tout pris ce samedi 26 septembre 2015 au centre sportif Elizabeth.

J'ai donc constaté des situations très contrastées en fonction des trois lieux observés. Je rappelle que l'ensemble de l'événement « Femmes en Sport » est constitué de neuf sites, répartis dans Paris. Sur les berges de Seine, j'ai vu un site très modeste dans un cadre magnifique et symbolique, fréquenté par des hommes et des femmes. J'ai rencontré des acteurs du sport parisien se félicitant de la nouvelle formule de l'événement. Sur la place des Fêtes, j'ai observé un dispositif beaucoup plus ambitieux mobilisant de nombreux acteurs locaux par la mise en place d'animations sportives. Toutefois, j'y ai vu un événement d'initiation sportive à destination des plus jeunes, bien plus qu'à destination des femmes. Ce pouvait aussi bien être le « Famillathlon ». Enfin, sur le centre sportif Elizabeth, le dispositif n'a pas rencontré son public. La reprogrammation de l'événement a empêché les acteurs locaux de communiquer efficacement. À ce déficit de communication s'ajoute un problème d'accès. L'événement prend place au sein d'un complexe fermé, invisible de l'extérieur.

Par la suite, je pu avoir accès à des informations internes aux équipes de la ville de Paris. Les retours effectués sur l'ensemble des dispositifs, indiquent que cette tendance entre équipement fermé/espace public ouvert, fut le principal critère de fréquentation des sites. Enfin, j'ai constaté une certaine dynamique dans le 19^e arrondissement grâce à l'événement mais son positionnement me laisse indécis. Je ne suis pas parvenu à identifier l'identité de « Femmes en Sport » tant les dispositifs étaient différents. Surtout, je n'ai pas spécialement constaté que la dimension féminine, celle qui sous-tend pourtant les discours et les outils de communications de l'ensemble du projet, soit réellement traitée. Enfin, les quelques fois où ce fut le cas, j'ai constaté la présence de structures privées. Cela doit questionner le mouvement sportif, dans la mesure où l'événement fait pourtant partie d'actions relevant d'une politique publique d'incitation à la pratique sportive féminine.

2.1.3 La course cycliste du 14^e arrondissement (Organisation de la pratique – Privé non marchand)

Il s'agit d'une course cycliste ouverte à l'élite « amateur » (3 premières catégories) dans le 14^e arrondissement de Paris autour de la place Edgar Quinet de la tour Montparnasse au boulevard Raspail. C'est un circuit de 1,2 kilomètres effectué une soixantaine de fois (selon les éditions). Initialement « Prix du conseil municipal », avant de s'appeler « course cycliste du 14^e arrondissement⁴⁴ », elle se déroulait déjà dans le 14^e, autour de la mairie sur un parcours de 3 kilomètres empruntant la rue Cassandrie, puis l'avenue du Maine dès le milieu des années 1970. Raymond Margnoux, directeur sportif devenu président du Vélo Club Paris en 1975 en est à l'origine. Dans le début des années 1980, ce dernier délocalise la course à Porte de Vanves pour deux ans, faute de financement et de partenaires dans le 14^e. Mais ce ne sera qu'une courte parenthèse avant un retour pérenne dans le 14^e, à Edgar Quinet. Ce retour se fit en 1988 sous l'impulsion du directeur du Crédit Mutuel d'alors, fan de vélo et souhaitant aider financièrement le Vélo Club Paris. La course se déroule depuis 26 ans autour de la place Edgar Quinet. Parfois remise en cause, c'est par la volonté de Raymond Margnoux et des élus du 14^e que la course vivra en 2016 sa 28^e édition.

La volonté première qui sous-tend l'organisation de l'événement par le Paris Cycliste Olympique est l'organisation de la pratique. Selon Raymond Margnoux, les clubs ne doivent pas seulement servir à la compétition, ils doivent également s'investir dans la discipline en organisant des événements.

« Quand on a un club de vélo on est quand même obligé d'organiser des événements. Il faut faire vivre la discipline. À l'époque j'étais bien avec l'OMS 14, donc cela a aidé. C'était toujours avec l'OMS et les présidents que l'on s'est débrouillé. Vous êtes un club sportif, il n'y a pas que la compétition il faut aussi organiser des événements. C'est cela notre mission. ». Raymond Margnoux, président d'Honneur du Paris Cycliste Olympique. Extrait d'entretien du 19 février 2015.

Volontés Premières Externes	Volontés Premières Internes
Organiser la pratique sportive	Animer le quartier et l'arrondissement
Effet symbolique de maintien d'une course cycliste compétitive en milieu urbain	Entretenir une identité d'arrondissement

Tableau 19 : les volontés premières de la course cycliste du 14^e arrondissement

L'office pour le Mouvement Sportif (OMS) du 14^e de son côté y voit un moyen de faire vivre l'arrondissement. Soutenir cet événement sportif c'est aussi remplir la mission qui est lui est confiée par la mairie d'arrondissement en utilisant les subventions perçues pour faire vivre une discipline tout en étant en cohérence avec l'identité du quartier. Plus que cela même, la

⁴⁴ On la trouve également appelée dans les calendriers sportifs et certains supports de communication « Grand Prix de Paris OMS 14 ». Les acteurs que nous avons rencontrés parlent plus généralement de la course cycliste du 14^e, nous garderons cette dénomination pour la suite de la thèse.

course correspond à un objectif de sport de proximité qui permet de mobiliser différents acteurs locaux.

2.1.3.1 Observation de la course cycliste, le mercredi 11 juin 2014

De 19h30 à 22h30. Météo : Temps clair, 23°C.

À 19h30, je suis sur le boulevard Montparnasse. Le départ de la course est à 19h30. Il n'y a absolument aucune effervescence. Connaissant bien le quartier, rien de différent par rapport à d'habitude. Je prends la rue Delambre pour me diriger vers la place Edgar Quinet. J'aperçois la première barrière qui bloque une route. Cette rue débouchant directement sur la place doit être fermée toute la durée de la course. Hormis, une barrière et une femme vêtue d'un tee-shirt bleu, il ne se passe rien de spécial. Cet aspect très logistique et caractéristique des courses hors stade est le seul indice qu'il se trame un événement à proximité. En marchant, si l'on n'est pas spécialement attentif, on ne le remarque même pas. C'est au niveau du n°37 de la rue Delambre que l'on entend distinctement le micro du speaker. Un événement a bien lieu. Me voilà soulagé.

Arrivé sur la place Edgar Quinet, je vois un podium, des barrières des deux côtés du boulevard Edgar Quinet, des bénévoles, et des gens qui traversent la route. À 15 minutes du départ beaucoup de passants circulent sur la place. C'est un lieu très passager à proximité de la tour Montparnasse à une heure de sortie des bureaux, ou surtout par ce beau temps de début de soirée.

Les bénévoles sont de deux types : les vestes fluo et les tee-shirts bleus. Je comprendrai ensuite que les tee-shirts bleus sont en réalité des employés d'une entreprise privée (OFRASS), engagés pour assurer la sécurité sur la course. Le rôle des bénévoles et des agents de l'OFRASS est de se poster notamment aux passages cloutés et de gérer les flux de passants lors des rares moments où les coureurs ne passent pas (le tour fait 2 minutes environ). Le speaker essaie de mettre de l'ambiance. Il y parvient très difficilement. Lors de ces appels aux applaudissements on ne peut que constater l'anesthésie ambiante. Je vois également un camion de la Croix Rouge avec 5 secouristes, prêts à intervenir. Heureusement, ce jour-là, ils n'auront pas eu de travail.

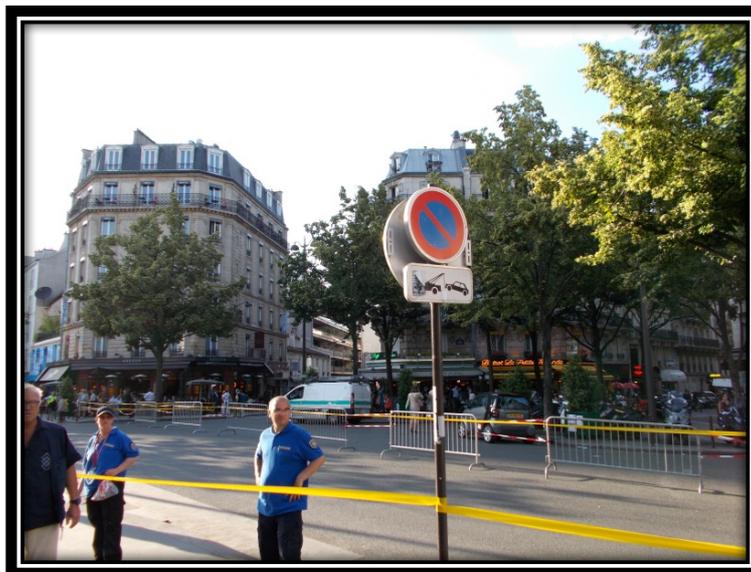


Photo 19 : espace public fermé par des barrières et de la rubalise, un manque d'affichage sur le carrefour principal « privatisé » pour l'événement (photo prise le 11 juin 2014)

Pourtant le speaker est bon. Ce n'est pas Daniel Mangeas, le célèbre speaker du Tour de France et des principales courses cyclistes dans l'hexagone, mais il en a tous les attributs. Son aisance orale, ses traits d'humour, y compris dans les moments où il est nécessaire de meubler (et ils sont nombreux) ne sont pas sans rappeler ceux de son historique confrère. C'est le rôle qui le nécessite, mais on a assez vu de speakers en difficulté, notamment dans certains matchs de handball ou de volley-ball, qui essaient de faire le show mais ne parviennent qu'à exaspérer l'audience. Lui n'exaspère pas, il fait son travail et le fait bien. Je me dirai même à la fin de la course : heureusement qu'il était là pour donner un peu de vie.



Photo 20 : le mobilier urbain et la compétition sportive se mélangent sur la place Edgar Quinet (photo prise le 11 juin 2014)

Je vois également quelques photographes, une caméra. Probablement des médias locaux ou spécialisés.

La course démarre. De légers applaudissements se font entendre malgré tout. Il n'y a pas beaucoup de monde. À vue d'œil, les personnes accoudées aux barrières pour voir le départ sont une cinquantaine. Pas plus. Pour le reste, ce sont des passants. Nombreux. Très nombreux. Je comprends rapidement que pour la majorité des gens, la course gêne. Elle empêche de traverser quand on le veut, elle oblige à faire un détour. Beaucoup de désagréments pour un parisien en retard à son dîner.

Rapidement après le départ des coureurs très nerveux, le peloton éclate sur l'ensemble du parcours. Les intervalles pour pouvoir traverser sont de plus en plus resserrés.



Photo 21 : le passage clouté fermé toutes les minutes pour le passage des coureurs à la sortie du métro Edgar Quinet (photo prise le 11 juin 2014)

La course elle, démarre fort. Le circuit, très court est un aller-retour similaire à ce qui se fait sur les champs Elysée pour l'arrivée du Tour de France. Le tour est bien plus petit cependant. Il y en a 62. Tous les 10 tours il y a ce que l'on appelle en cyclisme des « points chauds », des sprints intermédiaires avec des primes à la clé. Cette course cycliste, la dernière dans Paris intramuros (je ne compte pas le Tour de France hors concours) tient plus du cyclisme sur piste et d'épreuves telles que « l'omnium » ou le « Keirin ». Les avantages d'une course de circuit sont évidents, notamment d'un point de vue logistique puisque la course se déroule sur le même lieu. Imaginez les dégâts pour les automobilistes que pourrait causer une course traversant trois arrondissements parisiens à 20h00. Impossible. L'autre avantage est celui du spectacle. Il y a plus d'attaques et d'animations tout au long de la course que pour une épreuve plus longue. Tout le monde est plus nerveux, on observe de nombreuses attaques et de nombreux groupes se forment rapidement. Les premiers ne tardent pas à prendre des tours d'avance. Les derniers abandonnent. Si l'on suit attentivement la course, on ne s'ennuie pas. Le problème cependant est qu'il est justement difficile de suivre la course. Au bout de 20 tours il y a déjà 3 à 4 groupes, des hommes esseulés, dont on ne sait exactement s'ils sont en tête ou totalement largués.

On en revient à notre Daniel Mangeas local. Pour bien suivre la course, il faut rester aux abords du podium ou des hauts parleurs qui l'encadrent et se « mettre dans sa roue ». Et même en écoutant attentivement ses commentaires, cela suppose que l'on connaisse ces hommes, les équipes, que l'on ait le temps de suivre les dossards. Bref, suivre la course d'un point de vue sportif est très difficile. Cela est malheureusement réservé aux initiés.

J'identifie parmi les spectateurs présents, quatre types :

- *Les amis ou la famille, de manière générale l'entourage d'un coureur.*
- *Les passants qui s'arrêtent et regardent la course par curiosité.*
- *Les riverains attirés par la manifestation qui regardent également par curiosité des « vélos qui passent ».*
- *Les passionnés et connaisseurs venus voir la course.*

Ce qui est frappant, c'est que les personnes qui semblent correspondre à ce dernier profil ne sont qu'une poignée. Je pense que j'aurai pu les compter sur les doigts d'une main. En outre, ce sont des hommes. À l'apogée de la course j'estime que le nombre de spectateurs sur l'ensemble du parcours s'élève à 200, maximum.

L'absence de haut-parleur aux extrémités du site empêche également de bien suivre la course. Dès que l'on fait 50 mètres et que l'on s'éloigne de la ligne d'arrivée et du podium, il n'y a plus de possibilités de raccrocher le fil de la course si l'on n'est pas initié ou que l'on n'a pas suivi attentivement depuis le début. Je comprends ainsi le côté abscons que peut revêtir un événement comme celui-ci pour quelqu'un qui ne connaît pas du tout la discipline. Même moi, habitué à ces courses et passionné de cyclisme, j'ai ressenti cela. Le faible nombre de spectateurs peut s'expliquer en partie à cause de cette difficile lisibilité de la chose sportive compétitive. Une seule course cycliste nocturne à Paris par an devrait pouvoir attirer beaucoup plus de monde, et ce d'autant plus que la course est conçue pour donner du spectacle. À l'instar du tennis et de Roland Garros qui ont un côté élitiste, le cyclisme amateur n'inclut malheureusement pas plus le spectateur, de par un côté élitiste technique inhérent à la discipline. La comparaison s'arrêtera là cependant, tout opposant a priori ces types d'événements. J'y reviendrai.

La phrase à prendre au premier degré qui me vient à l'esprit pour illustrer le sentiment que j'ai en observant cet événement est que « le spectacle sportif se laisse regarder ». Concernant l'organisation, des banderoles accrochées sur la ligne d'arrivée témoignent de l'implication de l'OMS du 14^e arrondissement et du Paris Cycliste Olympique. Le principal sponsor ou partenaire, qui est visible sur la course et sur la ligne d'arrivée également : il s'agit de la Société Générale. Le speaker quant à lui, insiste bien dans son discours sur le côté historique de la course. « Dernière course cycliste intramuros » et « 26^e édition » sont répétés à foison.

J'ai pu échanger avec un bénévole durant la course. Mon expérience en tant que bénévole sur l'étape du Tour à Bagnères-de-Luchon en 2012 m'a bien servi pour lui poser d'emblée des questions qui le mirent en confiance, voyant qu'il s'adressait à quelqu'un connaissant un peu le contexte. Mais je n'avais pas besoin d'user de beaucoup de stratagèmes pour le faire parler. Parmi le flot d'anecdotes, il m'apprit notamment que certains bénévoles font partie d'un groupe qui est présent sur de nombreuses manifestations dans le 14^e (l'équipe EVA). Il m'a également renseigné sur cette entreprise privée de sécurité : l'OFRASS. J'appris même « qu'ils étaient sur la course Paris-Colmar la semaine dernière ». Il a été contacté directement par l'OMS 14, ayant déjà été bénévole pour quelques éditions précédentes, ainsi que sur beaucoup d'autres manifestations sportives comme le Meeting Areva début juillet. Les bénévoles se connaissent pour la plupart et se suivent sur un bon nombre d'événements. Cela s'accompagne souvent d'un esprit festif de partage qui contribue grandement à colorer la manifestation sportive.

J'ai pu constater que les bénévoles ne voyaient pas d'un très bon œil la présence des employés de l'OFRASS qu'ils considèrent comme des « robocops munis de talkie-walkies ». Certains en effet semblent profiter de leur petit « pouvoir » sur les bénévoles pour leur donner des ordres et se placer dans une situation de supériorité exacerbée. Pour faire court, (pour certains d'entre eux bien entendu), ils ne concourent pas à l'ambiance festive en vociférant un peu à tout bout de champ. Ceci dit c'est aussi un spectacle, mais d'une autre nature.

Autour du podium et de la ligne d'arrivée, là où se concentre la majorité des spectateurs règne une ambiance plutôt bon enfant où finalement chacun encourage de temps en temps le coureur qu'il est venu supporter. Il n'y a cependant pas d'applaudissements réguliers, et ceux-ci n'apparaissent que sur sollicitation du speaker. Les seuls spontanés auxquels nous avons eu droit sont au moment du passage de la ligne d'arrivée par le vainqueur. Encore heureux.

Autrement dit l'ambiance est difficile à décrire. Je note quand même que l'on se sent impliqué dans l'événement, pas nécessairement dans la course d'un point de vue sportif comme je l'ai expliqué précédemment, mais plutôt par les entraîneurs, les voitures et les roues qui nous entourent. D'un point de vue plus général donc. Ce phénomène agréable est inhérent au cyclisme. En effet à l'arrivée du Tour de France par exemple, il est facile pour les spectateurs de se retrouver au milieu des cars des coureurs ou des voitures officielles. Le cyclisme, contrairement à beaucoup d'autres, est une discipline où les sportifs sont accessibles. Ce sentiment est le même pour cette course amateur et il est même logiquement renforcé. Sur l'allée Georges Besse, l'esplanade autour de laquelle les coureurs roulent, il y a un parking où toutes les voitures des coureurs et des accompagnants sont garées. Si l'on marche 20 secondes au-delà du podium, on se retrouve au milieu des objets des coureurs, voire parfois de leur intimité (changement de vêtements dans les voitures, débriefing de la course avec les entraîneurs, etc.). On a parfois l'impression d'être là où l'on ne devrait pas. Par opposition caricaturale, ce sentiment me change de Roland Garros où il n'y a absolument aucun risque d'être là où l'on ne doit pas être.

À 20h15, je note petit à petit qu'il y a de plus en plus de monde autour du podium et de la ligne d'arrivée. L'animation et le haut-parleur dans lequel le speaker s'évertue à commenter la course sans interruption aucune, doivent attirer progressivement. Le principal flux (hormis les coureurs qui déboulent toutes les deux minutes à 45kmh) reste néanmoins celui des passants, qui ne font justement que passer. La sortie du métro Edgar Quinet donne directement sur le podium et la ligne d'arrivée. C'est habile de la part des organisateurs. Cela permet de déverser un flux continu de spectateurs potentiels en plein milieu du site.

Je me suis d'ailleurs amusé à suivre les gens qui sortent de la station souterraine et qui se demandent ce qui se passe, se retrouvant parachutés subitement au centre d'une manifestation sportive. Comme le speaker et les coureurs sont des indices assez parlant, il semble qu'ils ne restent pas longtemps dans l'ignorance. À vu d'œil, 9 personnes sur 10 continuent leur chemin sans même un regard. Une personne sur 10 restera un moment pour observer la course. Le caractère répétitif et animé de celle-ci amène certains à rester quelques instants. Lorsqu'il s'agit d'un groupe et qu'une seule personne est intéressée, en général, le groupe reste mais moins longtemps. Peu importe il y a quand même trois spectateurs de plus sur le critérium de Paris... Vous l'aurez compris, le nombre de spectateurs est variable et reste soumis au caractère passager du site. Globalement il reste très faible compte tenu du potentiel du lieu.

En marchant vers l'extrémité ouest du parcours (vers Raspail), je constate qu'il y a vraiment peu de personnes. Il y a des groupes de spectateurs parcimonieusement dispersés dont on ne peut savoir avec précision s'ils sont là pour la course ou par pur hasard. En m'approchant, je comprends que pour la plupart, il s'agit encore de proches de coureurs. Plus je continue vers Raspail et moins je vois de bénévoles. Toutefois, il y a encore, disposés régulièrement, des membres de l'OFRASS.

Il est intéressant de noter que le lieu est aménagé, mais en aucun cas transformé. Les bars qui donnent sur cette route servent en terrasse comme si de rien n'était (d'ailleurs les clients boivent leurs bières comme si de rien n'était non plus). Certains riverains pensent même qu'ils peuvent quand même passer sur la route en vélo. Ils ne voient pas l'importance de la course et surtout la dangerosité d'un tel acte. Je pense que cela est dû en partie au manque de signalétique « événementielle » et à un manque de communication. Je ne vois pas à cette extrémité du parcours de banderoles, ni même

d'affiches ou panneaux présentant la course. J'ai même entendu deux « mamies » s'interroger sur la course et se demander si ce n'était pas le Tour de France. Hormis, la drôlerie de cette remarque naïve, il semble manquer de l'affichage, des éléments qui pourraient marquer l'identité de la course, qui se veut pourtant unique, résistante et historique. Trouver un petit logo, un slogan pour le placer sur les barrières aux endroits stratégiques serait un léger effort qui aurait à mon sens un effet bénéfique concret pour la reconnaissance du projet dans l'espace public.

Afin d'argumenter encore sur le fait que cet espace urbain n'est finalement que très peu modifié, je pense à un fait relativement classique sur les courses hors stade mais néanmoins pertinent. Un homme assez âgé se déplace en vélo sur le boulevard Edgar Quinet (sur la route de la course donc). Il pense qu'il peut se mettre sur la droite de la route sans gêner les coureurs. Il se fait immédiatement alpaguer par les entraîneurs présents à cet endroit du circuit. Soit dit en passant il n'y avait pas de bénévoles ni de membres de l'OFRASS à proximité. Un drôle d'échange se déroule alors :

- « sortez de là, ils vont arriver ! »

Le papy, très serein et agacé :

- « cela va, c'est bon je vais sortir...
- mais maintenant vous sortez, mettez-vous sur le trottoir c'est dangereux !
- Oh cela va, cela fait 30 ans que je fais du vélo !!
- Vous cela fait peut-être 30 ans, mais eux ils arrivent vite !! »

Finalement, les coureurs sont arrivés 10 secondes après. J'observe la scène d'un œil amusé car il n'y a pas d'incident fâcheux et la répartie de cet homme est percutante. Mais deux choses me viennent à l'esprit à l'énoncé de cette anecdote. Soit la manifestation sportive et le dispositif mis en place ne font pas assez « sérieux » pour que ce genre d'impression soit immédiatement balayé de l'esprit de tout un chacun. Soit cette personne n'a pas, du moins à cet instant là, un jugement fiable sur la situation dans laquelle elle est plongée. Dans tous les cas le constat qui s'impose est que la course dérange certains riverains dans leur quotidien.

J'ai également entendu un cycliste passablement agacé par le comportement d'un homme qui traverse au dernier moment. « Casses-toi, enclulé va ! » sont les termes qu'il a employés. Outre la formulation relativement directe du cycliste pour se faire comprendre, cela nous rappelle que les sportifs eux-mêmes pâtissent du manque de civilité de certains passants. Pour ces derniers, les sportifs se croient chez eux et se sentent tout permis. L'incompréhension sort vainqueur.

Il s'agit pourtant d'une course du plus haut niveau amateur. Au niveau supérieur, nous basculons dans le professionnel. Une voiture du PCO (Paris Cycliste Olympique) précède le groupe principal, et une voiture (civile celle-ci) ferme la marche, en « warning ». Mais ces petits problèmes dépassent cette course et sont inhérents au cyclisme avant tout. On a en tête ces jeunes hommes qui courent déguisés et vociférant à côté des coureurs dans les étapes de montagne...

Un moment j'aperçois un groupe d'une dizaine d'adolescents qui encouragent vigoureusement les coureurs, les chambrent également. Je comprends rapidement qu'il s'agit de jeunes cyclistes dont les entraîneurs sont en course. Tout cela reste donc encore une fois dans un cercle très fermé de pratiquants ou d'initiés.

À l'extrémité ouest, au pied de la tour Montparnasse, il y a plus de monde. Le lieu est lui-même encore plus passager. Un groupe de jeunes probablement un peu éméchés, vêtus de maillots de l'équipe de France de football met l'ambiance. Deux policiers en vélo (c'est bien dans le thème de la soirée), parcourent les allées Georges Besse puis se postent à ce virage.

Je vois des jeunes filles asiatiques étonnées par le spectacle qui semble leur paraître incongru. C'est du moins l'hypothèse que j'avance à l'observation de leurs réactions singulières (rire, étonnement). En remontant vers le centre du parcours et la ligne d'arrivée je retrouve mon ami bénévole. Le dénommé Michel m'informe de l'identité de certaines personnes stratégiques sur la course. J'apprends l'existence de Françoise Fidon Présidente de l'OMS 15 et de François Denis de l'OMS 14.

À 21h50, les bénévoles rangent les barrières. Le trafic de voitures reprend sur la place Edgar Quinet. Reste seulement fermé le boulevard Edgar Quinet, où se prépare la cérémonie de récompenses. À 22h00, elle débute. Je note particulièrement à cet instant, l'efficacité avec laquelle l'organisation a, dès la fin de la course, dégagé les lieux, puis enchaîné sur la remise des récompenses.

Lors de celle-ci, il ne reste plus qu'une cinquantaine de personnes faisant photos et vidéos. Il semble que ce soit des habitués. Le speaker interviewe les coureurs primés. Les gens qui restent à cet instant sont des passionnés ou sont directement concernés par les coureurs. L'ambiance est plus intimiste, j'ai l'impression d'être « spécialiste ».

Le speaker ne manque pas de saluer les organisateurs et les partenaires une dernière fois, puis clôture le « Grand Prix de Paris OMS 14 » à 22h12. Il donne rendez-vous pour l'arrivée du Tour de France fin juillet.

2.2 Sport Outil

Dans la sous-partie 2.1, nous avons présenté les 3 événements à finalité sportive sélectionnés pour les cas de notre thèse. Nous continuons de présenter les éléments de notre corpus dans la partie 2.2 avec les 6 projets qui représentent le sport en tant qu'outil pour une atteindre une autre finalité. Toujours sur le même principe, nous présentons très synthétiquement l'historique et les volontés premières de l'événement avant de décrire, à la première personne, ce que nous avons vu et ressenti pendant les séquences d'observation de ces projets événementiels.

2.2.1 Charléty sur Neige (Animation d'un équipement - Public)

Charléty sur Neige est créé en 2006. Contrairement à l'événement sportif à destination du public féminin à Paris, qui a beaucoup changé d'emplacements ou de modes de gouvernance depuis 15 ans (Bourbillères, Evrard, Charrier, 2015), Charléty sur Neige a peu évolué. L'objectif est de transformer un équipement sportif parisien en une base de loisirs ouverte au public et accueillant des sports d'hiver. La dimension du lieu, intégrée jusqu'au nom, fait donc partie de l'ADN de l'événement. Les activités sont diverses et varient peu d'années en années. Lors de la première édition on trouve : piste de saut à ski, jardin des neiges, piste de glisse (ski ou snow), raquettes à neige, roller ski, escalade, tyrolienne, air snow, jeux-vidéo. Une centaine d'enfants peuvent pratiquer en simultané. L'événement est financé par la ville de Paris mais n'est pas porté dans son organisation par la filière sportive municipale (les agents de la mairie). Un appel d'offre public est lancé chaque année par la direction des achats de la ville. C'est l'UCPA qui est le principal organisateur délégué chaque année depuis la création.

La volonté première externe est de proposer une animation gratuite pour les enfants. Pierre Zizine de la mission des grands stades et de l'événementiel, directement en charge de l'organisation de l'événement, explique que l'objectif premier est de « *faire plaisir aux enfants tout en amenant avec nos petits moyens un 'esprit montagne' pour ceux qui n'ont pas la possibilité d'aller à la montagne* ». L'analyse des éléments de communication révèle bien ce souhait de créer une expérience unique en proposant une atmosphère rare à Paris. Les communiqués de presse que l'on trouve sur les sites internet présentant l'événement font généralement un état exhaustif des activités proposées tout en employant des expressions mélioratives comme « la station de sports d'hiver la plus spectaculaire et la plus étonnante ! »⁴⁵. La volonté d'inscrire l'événement dans le quartier est également énoncée publiquement.

Ci-dessous, les affiches de la première et de la dernière édition présentent l'événement avec des éléments faisant référence à cet imaginaire : pingouin, ours et bonhomme de neige. Le visuel que nous pouvons observer en 2014 (à droite) est utilisé depuis plusieurs éditions. Ce recyclage, outre un coût nul et un gain de temps, peut permettre d'ancrer l'événement dans le calendrier et les habitudes des parisiens.

⁴⁵ Consulté le 2 avril 2015 sur

http://quefaire.paris.fr/fiche/52287_charlely_sur_neige_une_station_de_ski_en_plein_paris



Figure 8 : les affiches 2006 et 2014 de « Charléty sur Neige » illustrant la linéarité du projet

Pour la volonté première interne, l'événement est un moyen d'animer l'équipement. L'un des objectifs fixés à Jean-Claude Coucardon le 1^{er} mars 2006, date de la reprise en régie du stade par la ville de Paris, est d'ouvrir les équipements vers l'extérieur. Il réfléchit donc en collaboration avec Pascal Cherki, adjoint au Sport de Bertrand Delanoë autour d'un dispositif similaire à Paris-Plage pour l'hiver. Charléty sur Neige est créé. Il prend part à une déclinaison d'événements sportifs grand public. Ces événements capitalisant sur le nom du stade construisent leur identité en relation étroite avec l'équipement hôte. Ce choix ambitionne de mettre à mal la situation de sous-utilisation du stade et la réputation dont il souffre encore aujourd'hui. Charléty sur Neige présente donc le cas singulier d'un événement sportif organisé en partie pour animer et faire vivre un équipement. Certains acteurs du sport parisien parlent même d'événements créés pour empêcher sa « mort »⁴⁶. Le tableau ci-dessous présente les volontés premières de l'événement.

Volontés premières externes	Volontés premières internes
Organiser un événement gratuit pour tous les jeunes parisiens. Tout public. « Créer des souvenirs »	Ouvrir l'équipement aux parisiens
Dynamiser le quartier	Faire vivre l'équipement

Tableau 20 : les volontés premières de « Charléty sur Neige »

⁴⁶ Entretiens avec Wissem Abderrahmani, le 10 septembre 2014 et avec Stéphane Heuzé le 12 février 2014 respectivement conseiller à la Vie Sportive de la circonscription Sud et chef de la mission du développement des pratiques sportives à la direction Jeunesse et Sport de la mairie de Paris.

2.2.1.1 Observation de Charléty sur Neige, le 29 décembre 2014

De 12h30 à 15h30. Météo : Temps ensoleillé à nuageux. 3°C.

J'arrive au stade Charléty par le RER B et la sortie Cité Universitaire. Dans la rame, j'avais déjà remarqué la présence de groupes de trois ou quatre enfants encadrés par un adulte, un parent ou un proche. À l'écoute des discussions de ces enfants, il est clair qu'ils vont à l'événement. La plupart n'ont jamais vu la neige. Ils sont très enthousiastes à l'idée de s'y rendre. En les écoutant, j'espère que l'idée qu'ils s'en sont faits ne sera pas supérieure à la réalité. Pour nuancer cette crainte, je me dis qu'ils n'ont pas beaucoup de points de repères ni de comparaison. Les organisateurs, en se positionnant essentiellement dans leur communication sur les enfants qui n'ont jamais eu la chance de connaître les sports d'hiver, s'adressent à une large demande et ne peuvent pas vraiment se tromper en proposant ce type de dispositif.

En sortant de la gare de RER, un petit garçon s'exclame très déçu : « mais il n'y a pas de neige ! ». On ne peut pas lui donner tort. Ne lui sont donnés à voir à cet instant que des éléments de son quotidien, un tramway, des voitures, en deux mots un environnement urbain. Les deux jeunes femmes qui accompagnent les enfants ne relèvent pas et cherchent de leur côté le stade. Deux remarques suite à cette observation :

- 1- Ces personnes ne sont jamais venues à Charléty ni peut-être même dans ce quartier.*
- 2- Il n'y pas de signalisation de l'événement.*

En descendant le boulevard Jourdan, on remarque vite la masse bétonnée du stade qui lui, est indiqué. C'est en arrivant au carrefour porte de Gentilly que l'on entend de la musique. On aura beau faire tous les efforts du monde au niveau du marquage urbain, de la signature urbaine d'un événement et la manière dont il se donne à voir aux alentours mais il sera toujours difficile d'égaliser l'impact que peut avoir un fond sonore entraînant.

Sur le stade, aux côtés de l'affiche du Paris FC, l'un des deux clubs résidents, se trouve l'affiche de Charléty sur Neige.

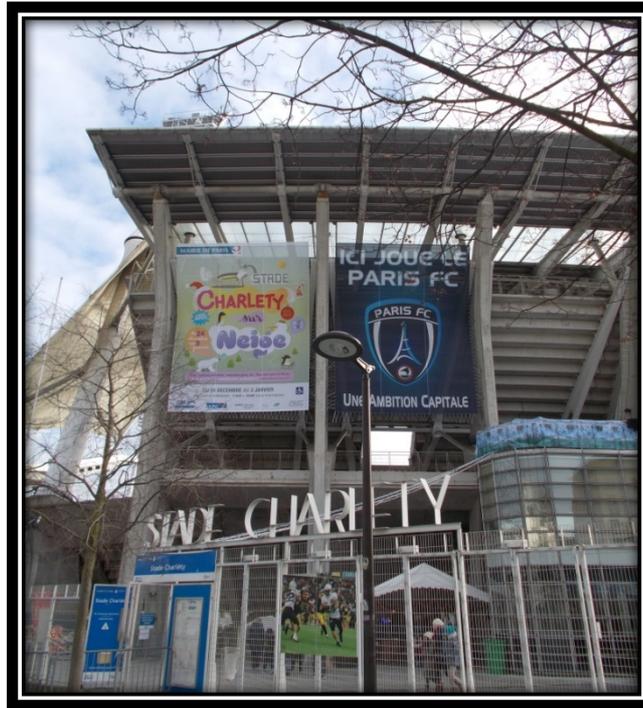


Photo 22 : affiche de Charléty sur Neige dans l'enceinte du stade Charléty dans le 13^e arrondissement (photo prise le 29 décembre 2014)

Il n'y a pas foule à 12h30 pour accéder à l'intérieur de l'enceinte régulée par un vigile. Les groupes sont très divers. On trouve rarement les deux parents avec les enfants. En général, il semble qu'un parent accompagne son/ses enfant(s) et quelques-uns de ses ami(e)s. Une grande structure métallique occupe le parvis du stade sur laquelle est constituée une double piste de luge.

Une piste pour les enfants/jeunes adolescents et une piste pour les tout-petits. La file d'attente est déjà longue à cette heure-ci. Mais le débit est plutôt important et les enfants semblent bien profiter de la piste. Je me déplace facilement entre les différentes animations. Je me sens d'ailleurs un peu trop repérable. Je ne suis pas accompagné par un enfant, je porte des lunettes de soleil et prends des photos. Je sens des regards interrogateurs se poser régulièrement sur moi, mais je mettrais cela sur le compte de ma propre paranoïa. Les enfants sont très joyeux et courent entre les ateliers ce qui ne manque pas d'agacer les accompagnateurs aux aguets. Hormis la piste de luge, qui constitue l'animation la plus imposante et la plus convoitée, on trouve : un jardin des neiges pour les petits, un manège, un parcours « baby accrobranche » et un vrai parcours dans les structures du toit du stade, une patinoire synthétique, un trampoline, des jeux-vidéos Wii. Il n'y a pas de tyrolienne contrairement aux années précédentes.

En réalité, une fois sur site il n'y a pas beaucoup de musique. Seulement sur la piste de luge. Les sons ambiants sont ceux des gamins : des cris, des rires, des pleurs et des gronderies de parents. L'accueil se fait par un vigile à l'entrée mais ensuite, il n'y a plus de guidage humain. Tout est cependant bien fléché. De toute manière, l'espace délimité occupé par l'événement n'est pas si grand. Seuls le parvis, les travées sud, la tribune honneur et la portion de piste d'athlétisme en face de cette tribune sont mobilisés.

Le matériel logistique, pour la fabrication de la neige notamment, se trouve derrière la structure métallique qui fait la piste de luge, non loin du poste de secours.



Photo 23 : piste de luge en neige artificielle sur le parvis du stade dans le cadre de l'événement « Charléty sur Neige » (photo prise le 29 décembre 2014)

Le jardin d'enfants est décoré de sapins et de tout ce qui peut faire référence à l'univers de la montagne, de la neige mais aussi des fêtes de fin d'année. On peut penser à certains égards que cette décoration puisse faire un peu « cheap » par moment. Mais les sapins, par exemple, apportent un cachet indéniable qui doit contribuer à construire ce « hors temps », « hors espace », significatif d'une expérience particulière et d'un événement réussi. De plus, pour y parvenir il y a fort à faire tant le gris du béton est assommant dans les travées de Charléty. Dans le jardin, on trouve des igloos, des représentations d'animaux, des balançoires, des guirlandes et une « baby-tyrolienne » tractée par un animateur.



Photo 24 : le jardin d'enfants dans les travées du stade (photo prise le 29 décembre 2014)

Je suis étonné par les câbles alimentant en eau et en neige le jardin. Ils constituent de véritables obstacles pour des enfants. J'aurais d'ailleurs rapidement la confirmation de cette intuition lorsqu'un jeune garçon de 6 ans environ se prend les pieds dans les câbles à toute allure devant moi. J'hésite entre apporter mon aide, et prendre une photo. Mais en relevant ce petit je me dis que l'observation participante a ses limites. Il n'y aura donc qu'une photo du câble.



Photo 25 : câble logistique apportant la neige artificielle (photo prise le 29 décembre 2014)

Après avoir traversé ce jardin d'enfants je me rends dans les gradins du stade conduisant à la patinoire synthétique disposée sur la piste d'athlétisme. On est obligé de se dire à cet instant que le dispositif n'est pas très important par rapport à la grandeur et le potentiel qu'offre le stade, ne serait-ce que visuellement.

Environ 70% de l'enceinte n'est pas mobilisée ce qui est vraiment dommageable. Cependant cette réflexion se fait, bien sûr, sans prise en compte rationnelle du coût de la manifestation et de la satisfaction assez importante qu'elle semble déjà susciter auprès du public. Mais le stade présente des avantages et des inconvénients, l'impression de vide que laissent ces 70% non occupés concourent à cette impression mitigée de gâchis. C'est pourquoi le terme de « Charléty sur Neige », considéré au premier degré, semble en réalité un peu présomptueux et peut conduire à une déception. Dans les éléments de communication relégués sur les différents sites⁴⁷ on peut lire : « Charléty devient la station de sports d'hiver la plus étonnante et la plus spectaculaire ! ». Ne nous emballons pas. Bien que je ne sois pas la cible, il ne m'échappe pas que le gris du stade est malheureusement encore bien plus prégnant que le blanc thématique de l'événement.



Photo 26 : la patinoire synthétique dans l'enceinte du stade (photo prise le 29 décembre 2014)

La patinoire n'est pas très grande. La file d'attente pour participer à cette animation 5 minutes durant est également très longue à partir de 14h00. Une animatrice essaie de se faire entendre de tout le monde pour organiser la file d'attente. Elle y arrive très péniblement. Un haut-parleur n'aurait pas nuit bien qu'il nous aurait privé d'une scène cocasse. En outre, j'utilise le terme patinoire car c'est celui employé par les organisateurs. En réalité il n'en n'est rien puisqu'il s'agit d'une matière synthétique sur laquelle on se déplace en rollers. Il faut donc faire un petit effort intellectuel pour se dire que le roller est en réalité un patin à glace et que l'on est aux sports d'hiver. Mais un enfant de 8 ans ne se pose pas ces questions tordues, il participe avec entrain à l'événement, fait de la luge et du roller/patin, point.

⁴⁷ http://quefaire.paris.fr/fiche/52287_charlety_sur_neige_une_station_de_ski_en_plein_paris
<https://www.zippyguide.com/blog/nos-rendez-vous-sportifs-du-week-end-a-paris-3-4-janvier>
<http://www.des-gens.net/Charlety-sur-Neige> (consultés le 12 janvier 2015).

À l'étage se trouve un trampoline. Une animation dont le lien avec les sports d'hiver peut aussi ne pas se révéler au premier abord... mais dont la rentabilité entre la satisfaction pour le public et le coût est probablement incontestable. En redescendant vers l'animation principale que constitue la piste de luge je passe devant une salle prise d'assaut par les enfants. Plusieurs consoles Wii y sont installées sur des écrans 90 centimètres. Les jeux font référence au sport de manière générale mais on y trouve aussi l'inéluctable Mario Kart. Cette double observation (Wii et trampoline) fragilise encore l'expérience promise par l'appellation « Charléty sur Neige », reléguant cette dernière à un simple élément de communication, aussi bien trouvé soit-il.

Il y a une buvette/snack qui permet de ravitailler les troupes sur place. Les familles ou groupes s'assoient dans les gradins pour manger ou discuter. Malgré le froid glacial, au mieux c'est un cadre agréable, au pire c'est un cadre original.

Après avoir fait le tour de toutes les animations, un premier constat s'impose à moi. Ce dispositif plus ambitieux dans sa communication que dans son opérationnalisation rend heureux un (très) grand nombre d'enfants. La volonté première est respectée sur site. Mais je me demande si la cible est l'enfant qui n'est jamais parti au sport d'hiver ou l'enfant qui ne peut pas partir aux sports d'hiver ? À l'analyse des éléments de communication, un flou existe sur cette question. La différence est importante car à mon sens, un enfant ayant déjà goûté aux joies des sports d'hiver, risque d'être déçu en participant à Charléty sur Neige. Rien de catégorique cependant dans cette affirmation. Je le redis je ne suis pas la cible.

À 14h00 l'enceinte se remplit considérablement. Je suis désormais certain que 12h30 était bien le temps faible de la journée. Les temps d'attente pour participer aux animations se rallongent mécaniquement. Si l'événement semble ravir les enfants, cela s'avère être plus compliqué pour les parents. Les enfants très enthousiastes veulent tout faire et certains parents semblent avoir du mal à les contenir. C'est probablement le stigmate de tous parcs d'activités. En outre, ils doivent composer avec l'impatience pressante des enfants, due aux temps d'attente interminables et au froid sec et venté du jour. J'assisterai d'ailleurs à quelques gronderies débouchant sur le triptyque allégorique : cris, pleurs, mouchoirs. L'ambiance est parfois très tendue entre les parents ou les accompagnants. J'ai en tête une dispute assez violente entre deux femmes d'une quarantaine d'années sur la base : j'étais devant vous / non c'était moi / mais non c'était moi. Devant la tournure des événements les enfants semblaient même penser : « laisse tomber maman cela ne vaut pas le coup je ferai de la luge une prochaine fois. ». Tout ce petit monde est un peu tendu dans la « station de sports d'hiver la plus spectaculaire... ». C'est la résultante de l'équation : beaucoup de demande, une offre limitée.

Ce temps d'attente, je me suis amusé à le mesurer à 14h45 en repérant une personne dans chaque file. Les activités à cet instant sont bondées pour ne pas dire saturées. 15 à 20 minutes pour le jeu vidéo, c'est le moins long. Il est à noter que certains y vont simplement pour se réchauffer car c'est finalement le seul endroit chauffé de l'enceinte ouvert au public. Je compte 30 minutes pour le trampoline et un peu plus de 45 minutes pour la patinoire et la luge. J'ai insisté précédemment sur les quelques tensions qui résultaient de cela, mais il faut bien reconnaître que la grande majorité des gens sont de bonne humeur. Ils sont en famille ou entre amis avec les enfants, il fait beau, ce sont les vacances...tout va bien.

Du côté de l'organisation, ces files d'attente doivent aussi se gérer. C'est l'UCPA qui assure l'animation de l'événement. Les animateurs sont presque exclusivement des jeunes, tous vêtus d'un K-Way rouge. Ils sont plusieurs par animations. Sur la luge par exemple, ceux du haut mettent les enfants sur la luge et donnent parfois quelques instructions. Ceux du bas les récupèrent en essayant d'amortir leur arrivée parfois loin d'être maîtrisée (c'est un euphémisme). Ils sont garants de la sécurité des enfants. Je repère le responsable UCPA en charge de coordonner/manager tous ces jeunes. Il s'appelle Driss. Il discute avec Pierre Zizine de la ville de Paris. J'ai rencontré ce dernier en entretien en décembre 2014. Après leur discussion je suis Driss qui se rend vers les jeunes animateurs

sous ses ordres. Il leur demande « d'envoyer plus les gamins ». Il explique de manière discrète : « tu les mets dedans et t'envoie ! En bas ils les relèvent t'inquiètes ». Je me dis qu'il fait bien de le dire discrètement... Suite à ce petit sermon je me place dans l'escalier qui mène au gradin, au même niveau que le haut de la structure métallique, juste à côté du départ de la luge et des jeunes qui doivent désormais « envoyer ».



Photo 27 : le personnel de l'UCPA encadrant les animations (photo prise le 29 décembre 2014)

Comme je l'avais envisagé j'assiste très rapidement à quelques scènes un peu folkloriques où les animateurs désormais sous pression envoient un gamin sans regarder en bas, ou plusieurs en même temps. L'impression donnée n'est pas très sécurisante. Cela fait du spectacle pour les gens qui font la queue après tout, il y a du suspense à chaque descente ! Après un de ces multiples mini-carambolages dans l'aire d'arrivée, je croise le regard de l'animatrice du haut de pistes qui a envoyé un peu trop rapidement. Je vois bien qu'elle sait qu'elle vient de faire une petite bourde...et que je l'ai vu. Juste après cependant on lui demandera d'accélérer encore. Mais n'exagérons rien. Rien de bien grave ne peut arriver car en bas, l'aire d'arrivée est constituée de boudins gonflables et la vitesse maximale ne fait pas frémir le mur du son. Il n'y aura d'ailleurs aucun incident à ma connaissance. Cependant, l'impression laissée, si l'on observe attentivement ce manège, peut laisser perplexe. Je me dis qu'à trop vouloir en faire, on risque de trop en faire si l'on ne se donne pas suffisamment de moyens.

À 15h00, je fais en sorte de croiser Pierre Zizine. Nous avons le temps d'échanger quelques instants. Il m'explique que « c'est le feu ». Ils ont changé cette année l'accueil du public en mélangeant les centres aérés et les familles, d'où le monde. Il m'affirme cependant que l'an dernier il y avait autant de file d'attente. En 2014, des cars emmenaient les gamins des centres aérés pour manger au parc Montsouris entre midi et deux. Cela faisait perdre un temps considérable aux enfants. De plus, cela fermait des créneaux pour les familles. D'après mon observation, le débit est constitué cet après-midi-là d'un enfant sur quatre, venu avec un centre aéré, le reste des enfants étant venu en famille ou avec des proches. Il estime cette année l'affluence à 2000 enfants par jour et m'assure que c'est bien le maximum qu'ils puissent faire. Je le crois volontiers et lui fait part de mon observation sur les jeunes de l'UCPA. Il me sourit et me rappelle qu'il m'en avait déjà parlé en décembre 2014. Il avait insisté ce

jour-là sur le dilettantisme dont ils pouvaient faire preuve et une certaine froideur parfois à l'égard des enfants (ce que je n'ai pas spécialement remarqué de mon côté). Sur le débit, il m'explique qu'il préfère que les gamins passent tous une fois bien et qu'il n'y ait pas de frustration. Sur les dangers, il m'explique que rien de bien grave ne peut arriver car tout est sécurisé. Les faits ne lui donnent pas tort. Je lui fais part de mon anecdote qui l'amuse mais ne l'émeut pas outre mesure. Il suffit de toute manière de regarder la piste et la file d'attente quelques instants pour s'en rendre compte. Les risques sont légers et calculés. Après tout, ils font partis du concept même de la luge... !

L'événement municipal gratuit, rappelons-le, rencontre un succès important auprès du public, à tel point qu'il semble parfois être au bord de la saturation. L'impression donnée par le dispositif est mitigée car le stade Charléty n'est mobilisé qu'à 30% environ. La volonté première externe constituée par le communiqué envoyé à la presse et aux sites internet répertoriant les événements parisiens semble employer des termes bien ambitieux par rapport à ce qui nous est donné à voir sur site. Mais faute de budget, l'événement ne peut bénéficier d'un dispositif d'animations plus important. En d'autres termes, l'offre n'est pas en mesure d'investir pour se structurer suffisamment en vue de répondre à toute la demande. Enfin, malgré les temps d'attente, l'événement, par l'imaginaire qu'il véhicule, contribue sans doute à forger des souvenirs heureux dans l'esprit de ces milliers d'enfants. Et c'est bien là le principal. Dommage que cela se fasse sous une contrainte budgétaire croissante.

2.2.2 Les événements sur les Berges de Seine (Animation de la vie locale – Public)

Le projet de réaménagement des berges de Seine n'est pas un événement à proprement parler. C'est un aménagement urbain d'envergure, traduisant une volonté politique qui utilise le sport et les événements sportifs comme levier. Derrière ce projet, se trouve une vision politique : elle dresse les contours d'un nouveau mode de vie urbain visant à redonner de l'espace aux parisiens tout en les invitant à définir leurs propres usages. L'espace est un élément problématique à Paris, la ville est forte d'une densité urbaine de plus de 21 000 habitants au km². C'est pourquoi lorsqu'il s'agit de redonner de l'espace aux piétons, cela nécessite d'en prendre aux automobilistes. Ce n'est pas une guerre déclarée aux voitures explique Armelle Gros du Secrétariat Général de la mairie de Paris. L'essence de ce projet est bien d'évincer progressivement les voitures du centre de Paris. C'est aussi une des réponses des décideurs politiques aux pics de pollution de plus en plus réguliers⁴⁸, soulignant là un réel enjeu environnemental.

Le sport occupe l'un des trois pôles autour duquel est construite la programmation du projet (avec la culture et la nature). Développer le sport en espace urbain est un des enjeux que s'est fixé Jean-François Martins dans sa mandature⁴⁹. C'est un moyen d'encourager la pratique sportive malgré la saturation des équipements sportifs parisiens. Durant la phase d'aménagement, la question sportive était principalement relative aux équipements. La réflexion portait autour du type d'équipements et de pratiques à encourager. Suite à l'établissement de la gouvernance du projet (choix du mode et des opérateurs), le sport est revenu sous forme événementielle. Les objectifs de proximité, de mixité sociale et de fréquentation constituent le canevas initial.

La volonté première externe des événements sportifs organisés sur le dispositif des « Berges de Seine »⁵⁰, celle qui est publiquement énoncée, correspond à la redéfinition d'un espace public par le développement de nouveaux usages. C'est aussi le moyen de mélanger des populations différentes, le sport permettant d'attirer *a priori* (c'est le raisonnement des acteurs) des publics différents de ceux qui fréquentent habituellement cet espace. D'un point de vue interne, nous pouvons le voir comme un outil qui alimente une vision politique de la ville, de l'urbanité future, en écartant les voitures des centres-villes pour générer de nouvelles aménités urbaines. Enfin, c'est un puissant moyen de communication, tant la dimension historique et patrimoniale sous-tend l'ensemble du projet. Pouvoir organiser un événement sportif au pied de grands monuments parisiens est un moyen de renforcer l'image d'un Paris empli de prestige. Le tableau ci-dessous récapitule les volontés premières des événements sportifs organisés sur ce site.

⁴⁸ <http://www2.prevoir.org/actualites/episode-de-pollution-particuliere-de-mars-2015-elements-dinterpretation> (consulté le 27 septembre 2015).

⁴⁹ Entretien du 26 janvier 2015 avec Jean-François Martins, adjoint à la maire de Paris en charge des Sports et du Tourisme depuis 2014.

⁵⁰ Dès que nous évoquerons le projet nous l'indiquerons « Berges de Seine ». En revanche lorsqu'il s'agira de parler du lieu en lui-même nous écrirons les berges de Seine.

Volontés premières externes	Volontés premières internes
Nouveaux usages de l'espace public	Outil pour alimenter une idéologie politique autour du développement durable
Mélanger des populations	Outil de communication sur la ville

Tableau 21 : Les volontés premières des événements sportifs organisés dans le cadre du dispositif des Berges de Seine

2.2.2.1 Observation du projet des « Berges de Seine », le 11 juillet 2015

De 14h-17h. Météo : Temps Ensoleillé, 27°C. (Note d'observation agrémentée de plusieurs observations informelles).

J'arrive sur le site par l'Assemblée Nationale. Il y a peu de monde aux alentours en ce samedi après-midi estival. Le temps est pourtant au beau fixe et la température agréable. Je prévois de remonter le dispositif des « Berges de Seine » en partant du musée d'Orsay, jusqu'au Pont de l'Alma. Je vais donc franchir tour à tour les différents espaces : consommation, activités culturelles, sport, nature comme l'indique le programme.

Si l'on analyse les objectifs du site par mot clés, dès la première impression nous parlerions de « qualité de vie » puis rapidement de « mise en valeur du site ».

En descendant sur les berges je constate de suite que les planches en bois ont beaucoup de succès. Les producteurs les appellent les « mikados ». Ces sortes de bancs sont destinés à divers usages. Ils sont parfaits pour s'asseoir un instant, profiter de la vue et des monuments bordant la Seine. Quelques vélos circulent mais globalement c'est l'oisiveté qui fait la loi dans cette première partie du site. Les gens se prélassent, consomment dans les concessions, lisent ou écoutent de la musique. Le « Faust » et le « Rosa » (bars/restaurants) font le plein, leurs terrasses étant particulièrement agréables à cette saison. La population que je vois est plutôt jeune, autour de la trentaine. De jeunes couples occupent principalement les espaces oisifs et les terrasses. Il y a aussi des familles avec des enfants en bas âge. Ces dernières consomment moins, elles utilisent surtout la promenade tel un espace déambulatoire. Les enfants s'adonnent à la plupart des agrès (mur d'escalade, jeux de balles, parcours suspendus...). En avançant je remarque la présence de nombreux mini pelotons de cyclistes. Ce sont souvent des familles utilisant les « vélibs » distribués aux deux extrémités du site. Les enfants de manière générale profitent des berges pour se dépenser. On sent bien que leur présence est un moyen de profiter d'un lieu, de sa proximité avec l'eau et d'animations diverses. Les parisiens ont rarement l'occasion de jouir d'autant d'espace que sur ces berges (hormis les deux grands bois en périphérie). À cet égard, le dispositif a une fonction d'amélioration de la « qualité de vie ».



Photo 28 : verdure, mikados et agrès de musculation sur le site des « Berges de Seine » (photo prise le 12 juillet 2015)



Photo 29 : mur d'escalade, agrès de musculation et mikados, sur le site des « Berges de Seine » (photo prise le 12 juillet 2015)

Je remarque aussi la présence de nombreux étrangers. En observant les bateaux-mouches qui circulent très régulièrement sur la Seine, l'ensemble donne instantanément l'impression d'être sur un site à forte valeur touristique. Bien que le projet soit conçu avant tout pour réconcilier les parisiens avec la Seine, il jouit d'un environnement à forte valeur patrimoniale. Lorsque l'on est sur place, on a

la sensation qu'il est aussi aménagé en vue de redonner du cachet à un endroit stratégique de Paris avec une exigence de maintien d'un certain prestige devant éblouir les touristes. Le dispositif a une fonction de mise en valeur du site.

Ce positionnement sur un espace public urbain est original mais à ce stade, la dimension sportive n'est pas très visible. L'aménagement vise à redonner de l'espace mais c'est aux parisiens ensuite d'en reprendre possession pour y faire des activités physiques : courir, pédaler, se muscler, s'étirer. L'événement sportif qui se déroule plus loin (sur le port du Gros Cailloux), organisé par la fédération française de « Double Dutch » n'est pas perceptible sur cette partie des berges. Il n'y a pas d'affichage relatif à cet événement, ni même d'affichage de manière générale. Le site, inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO est soumis à une réglementation très stricte. Des brochures sont présentes à proximité des animations, dans les points infos ou auprès des médiateurs vêtus de tenues sportives orange et noires. Ces derniers sont présents avec parcimonie sur l'ensemble du parcours. Ils assurent l'orientation et l'accueil dans les points d'information. Ils sont présents plus particulièrement autour des animations. Leur rôle est de prévenir tout incident. Ils aident par exemple à assurer le respect des créneaux horaires réservés dans les « Zzz » (concept d'usufruit d'une cabine à louer pendant une heure). Nous les verrons par exemple interpellé un scooter roulant sur les berges sans se rendre compte de l'incongruité de sa manœuvre. Ils sont sur site selon des horaires de bureau classiques et la plupart sont munis d'un talkie-walkie.

Je suis quand même étonné par le peu de monde. Le flux sur la promenade au niveau du RER des Invalides (en plein centre du dispositif) est faible. La période est pourtant tout à fait propice. Peut-être est-ce dû au fait que les parisiens quittent la capitale pendant les vacances ? Ceux qui n'ont pas les moyens de la quitter, ne sont pas vraiment ciblés par cet aménagement. Dès lors, on peut se questionner sur la pertinence d'un espace aussi coûteux, en vue d'une population qui n'est pas dans le besoin. À la période la plus favorable pour profiter de cet aménagement, cette population cible s'évapore pour une large partie et n'en profite pas. Bien sûr, il est tout à fait possible de se rendre sur les berges en venant de la périphérie de Paris, ou d'autres quartiers que le 7^e ou le 6^e arrondissement... mais le fait est que le site n'est pas rempli. Ces populations seront selon moi plus tentées par un « Paris Plage », plus orienté vers le sport, plus grand et plus accessible. Il nous apparaît donc, d'autant plus une fois sur site, que la dimension touristique des berges est une motivation centrale justifiant les investissements.

En m'approchant de l'événement sportif qui est quand même la principale raison pour laquelle nous étudions ce sujet, je franchis de nombreux agrès et animations, dont les plus jeunes profitent allègrement. Je pense au mur d'escalade qui est toujours occupé par une dizaine d'enfants. Je pense aussi à ce Jokari en libre usage qui a pas mal de succès. Les gens, interloqués, s'arrêtent et testent l'animation quelques instants.

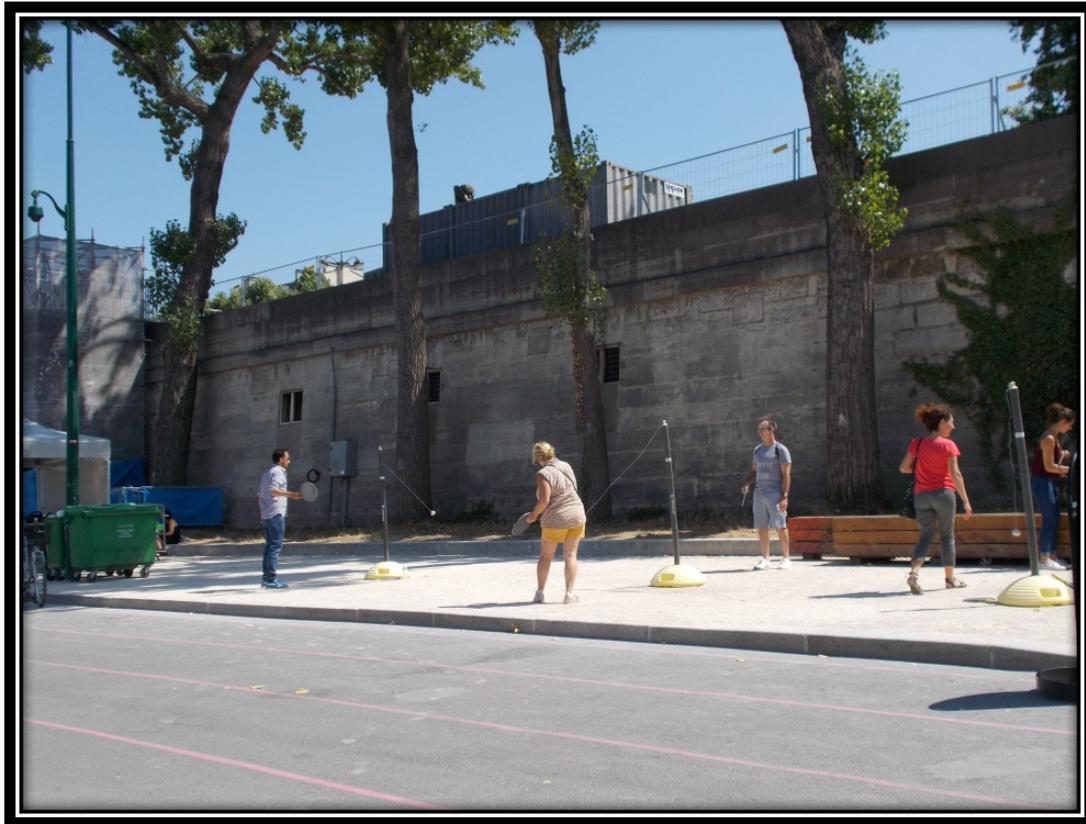


Photo 30 : jeu de « Jokari » en libre accès et marquages au sol sur les berges de Seine (photo prise le 12 juillet 2015)

Une multitude de points d'eau sont régulièrement répartis tout le long la promenade. Ils sont très utilisés par les promeneurs ou les sportifs. Je croise régulièrement des joggeurs. Les berges, rendues piétonnes, sont très utilisées pour cet usage. Je ne suis pas surpris de ne pas en voir tant que cela pendant ce temps formel d'observation puisque nous sommes en plein après-midi, au moment où le soleil est le plus pressant au mois de juillet. Les tables de jeux de société, en plein soleil justement ne sont pas très garnies. Elles sont utilisées par quelques personnes pour pique-niquer. En ayant déambulé plusieurs fois sur ces berges, je me demande quand même à cet instant si ces tables servent vraiment à leur usage premier. Il est toujours difficile avant la mise en place d'un dispositif de ce type de prévoir avec certitude la manière dont la population va ensuite se l'approprier au quotidien. En l'occurrence, la qualité de ces équipements est justement d'être conçue pour répondre à des utilisations différentes. Leur dimension standard permet tout à fait ce type d'usages secondaires.

Globalement, l'ambiance est conviviale. Un parfum de vacances, de repos et de sérénité se ressent. Il n'y a presque pas de musique (seulement dans les concessions et sur l'animation principale du jour). Le ballet incessant des bateaux renforce cela. Il contribue à cette atmosphère générale tout en appuyant la dimension touristique.

J'arrive auprès de l'événement sportif de la semaine. Mon premier sentiment est la déception. Il ne s'agit simplement que d'un enclos délimité par des barrières et de la rubalise au sein duquel 4 jeunes font pratiquer le « Double Dutch » à une douzaine de personnes. Juste à côté se tient une tente avec de la documentation sur le dispositif des « Berges de Seine » et sur les championnats du monde de la discipline qui se déroulent la semaine d'après (à la halle Carpentier du 21 au 26 juillet 2015). C'est dans une optique de promotion/animation que la fédération a souhaité organiser cet événement. Les autres événements sportifs organisés pendant l'été 2015 sont dans la même optique : Speedminton

(par la fédération française de badminton), Slackline (par Lineservice Events), Rugby sur Berges (par la FFR pendant la coupe du monde de rugby).

Il y a très peu de monde. Quelques passants s'arrêtent, amusés par l'activité relativement singulière. Les animateurs de la fédération sont très à l'aise avec les enfants et le public en général. Ils mettent en confiance les gens en les faisant danser sur les rythmes entraînants délivrés par la sono d'Artevia. Il y a de plus en plus de personnes qui viennent à participer au fil de l'après-midi. Néanmoins, la pile de flyers présentant le championnat du monde reste élevée. Je n'imagine pas vraiment à cet instant que l'événement puisse être un atout promotionnel de premier plan. Cependant, en faisant pratiquer les enfants, la discipline se donne à voir d'une manière pratique et conviviale dans un cadre assez unique. Cela peut donner envie de pratiquer a posteriori. La limite de ce type de discipline réside cependant dans son accessibilité. Il suffit d'avoir des partenaires et deux cordes. En conséquence, la politique d'adhésion de la fédération doit passer par ce type de manifestations de petite envergure, très accessible. Pour les « Berges de Seine » c'est le moyen de proposer une activité sportive originale.

Les organisateurs nous ont expliqué vouloir favoriser les pratiques sportives urbaines émergentes plutôt que les sports dits « traditionnels ». Toutefois, le rendu une fois sur site est très modeste. Lorsque l'on parle de programmation sportive dans les documents de communication, on imagine naturellement des dispositifs plus imposants pour un site disposant de ces moyens. L'événement ici, est simplement un moyen d'agrémenter un concept tablant en premier lieu sur la réappropriation et les pratiques sportives auto-organisées.



Photo 31 : événement sportif installé sur le site du 11 au 19 juillet 2015 (photo prise le 12 juillet 2015)



Photo 32 : animation de Double Dutch sur le site du 11 au 19 juillet 2015 (photo prise le 12 juillet 2015)

Le dispositif de « Double Dutch » est d'ailleurs installé juste au bout de la piste de 100 mètres dessinée à la peinture rose sur le bitume. Autour, d'autres formes géométriques sont représentées, donnant forme à des marelles géantes. Presque toutes les petites filles passant par cet endroit dans la période de mon observation y ont jouées. Le « 100 mètres » en revanche n'est pas utilisé. À vrai dire, il serait même incongru compte tenu de l'ambiance plutôt sereine et détendue qu'un individu se poste avec sa bouteille d'eau au départ du couloir 1 pour couvrir la distance à pleines foulées... Nous savons par ailleurs qu'il a déjà servi concrètement pour des événements parrainés par Ladjji Doucouré. Mais son usage au quotidien relève plus de la décoration que de la contribution à l'activité physique et sportive. Les agrès de musculation en revanche sont plus utilisés. Quelques joggeurs s'arrêtent et démarrent des séries de traction ou d'abdominaux. Les promeneurs les utilisent aussi mais de manière ludique quelques dizaines de secondes simplement.

En continuant mon chemin, je me surprends à me refaire la remarque du peu d'affluence en ce beau samedi après-midi. Mais en réalité, ce site c'est aussi un moyen de respirer. C'est une manière de sortir du cliché du parisien stressé, du métro et des odeurs, des espaces confinés et de la pollution. Ainsi, les « Berges de Seine » deviennent une véritable bulle d'air en plein Paris, où l'affluence raisonnable permet justement de déambuler à son aise. Il n'y a pas réellement d'entrée ni de sortie, c'est un espace ouvert de 2,3 kilomètres intégré harmonieusement à l'environnement urbain. Cela représente selon nous la principale force du dispositif.

La dimension sportive apparait bien secondaire à cet égard. Les jardins flottants nous confortent dans cette idée. Ce poumon vert situé tout au bout du dispositif du côté du pont de l'Alma est fréquenté par de nombreuses personnes seules venues lire ou écouter de la musique. Beaucoup de petits groupes ou de couples ont aussi des sacs et des provisions indiquant l'organisation d'un pique-nique. Il y a deux agents de sécurité qui veillent aux deux extrémités du jardin. Il est évident que pouvoir marcher dans cette verdure aménagée, sous ce ciel ensoleillé et dans ce cadre patrimonial est assez remarquable. Cependant les places sont chères sur ces jardins flottants relativement restreints par

rapport à l'ensemble du site. Dès lors, même en ce jour d'affluence modérée, certaines personnes tournent en rond, déçues de ne pouvoir trouver un endroit où s'installer. A minima, ils entrent pour visiter la structure et observer sommairement les plantes rares. D'autres en profitent pour bronzer et buller. L'oisiveté est reine sur cet espace calme et reposant.



Photo 33 : oisiveté et verdure sur le site des « Berges de Seine » (photo prise le 12 juillet 2015)

En face, il y a des conteneurs, symboles des « Berges de Seine ». Étrange attribut de prime abord, il s'agit en réalité d'une allégorie renvoyant aux anciens usages du site lorsqu'il était exploité pour l'activité industrielle. C'est une manière de créer un lien entre l'héritage de l'espace et son imaginaire docker gris, avec son usage moderne, véritable espace de vie coloré (charte graphique à tendance orange et rose). Il s'agit aussi de souligner l'innovation urbaine dont la ville de Paris et son exploitant délégué Artevia font preuve. Les 2,3 kilomètres sont délimités par des codes couleurs et des aménagements parfois très singuliers.



Photo 34 : table de jeux et conteneurs constituent une partie du marquage urbain du site (photo prise le 12 juillet 2015)

C'est le cas de cette capsule de spationaute qui intrigue beaucoup les passants. On sent malgré tout qu'un véritable effort a été effectué en vue d'une intégration respectueuse du site, sans dénaturation. On pense aussi au mur d'escalade sur les parois des docks vers le pont Alexandre III. L'art et l'urbanisme se confondent par la mise en valeur de fresques colorées et de sculptures contemporaines. En observant les promeneurs et notamment les touristes étrangers face à ces œuvres, nous voyons beaucoup de personnes interloquées et amusées. Certains semblent ne pas vraiment comprendre le concept. Ils observent l'ensemble d'une manière un peu détachée...sans oublier malgré tout de prendre une photo.



Photo 35 : capsule spatiale intrigant les promeneurs sur le site des Berges de Seine (photo prise le 12 juillet 2015)

Beaucoup, parmi les promeneurs que j'observe sur les berges font des photos. Vraiment beaucoup. Il semble que pour ces touristes ou ces promeneurs, tout soit sujet à curiosité. Est-ce parce que c'est beau ? Etrange ? Simplement parisien ? Toujours est-il que ces personnes ne sont pas blasées et semblent, du moins pour l'instant présent, adhérer au projet. Nous pouvons en déduire deux choses. La première est que le public doit bien avoir le sentiment d'être sur un site original, assez unique en son genre en France, particulièrement dans un cadre aussi prestigieux que le centre historique de Paris. La seconde découle de la première et renvoie à la dimension touristique qui une nouvelle fois ressort avec vigueur. Les « Berges de Seine », plus qu'un espace culturel ou sportif, restent avant toute chose un espace que l'on visite.

Pour montrer à quel point tout est sujet à l'immortalisation picturale, je peux évoquer une anecdote. Afin de prendre les notes qui me permettent d'écrire ces lignes, je m'assoie au bord d'une table de jeu de société sur le port du Gros Caillou. Au bout de dix minutes, au moment même où je me fais la remarque du nombre de photos prises au mètre carré par minute, une femme d'une quarantaine d'années s'approche à deux mètres de moi. Au bout de dix secondes je me retourne pour la saluer. Elle me répond dans un anglais bredouillé tout en m'immortalisant de son smartphone. Si moi-même je deviens modèle photo sur les « Berges de Seine », c'est bien que le site dispose d'une aura particulière, que l'aménagement sert d'une manière ou d'une autre.

Notons qu'il n'y a aucun sponsor ni affichage promotionnel au sein du dispositif. Le marquage urbain, par l'énonciation des divers éléments précédents (mikados, conteneurs, marquages au sol, fresques...) est très présent. Logique puisque c'est l'essence même du concept de l'aménagement urbain dont le site fait l'objet. Mais en réalité il est surtout très encadré par « Port de Paris » (organisme rattaché à l'État et propriétaire du lieu) qui veille à sa préservation dans son esprit historique, conformément aux attentes de l'UNESCO. La publicité est interdite. Je ne partage pas les nombreuses critiques formulées à l'encontre du projet notamment sur les couleurs et les matériaux singuliers qui dénoteraient dans cet environnement. Selon moi, le résultat très épuré et moderne profite indéniablement au cachet du lieu et au renforcement de son identité. Néanmoins, cette question plus encore que le reste, n'est qu'affaire de subjectivité.

Une fois arrivé au bout des deux kilomètres, je me fais la remarque du nombre de petits agrès qui enrichir le dispositif. Des mini-rondins tels des parcours suspendus, des barres parallèles, des marquages au sol, des tables... Les enfants sont très friands de cette multitude d'objets qui confèrent une dimension ludique à l'espace déambulatoire. En outre, il est possible de les utiliser de différentes manières ce qui rend leur usage encore plus systématique. Le corollaire de cette transversalité réside parfois dans la difficile cohabitation des usages. C'est le cas par exemple de ce filet suspendu dans les jardins flottants qui, similaire au hamac, présente tous les attributs requis pour une somnolence réparatrice. Le problème est qu'il possède aussi tous les attributs d'un délire enfantin de poursuite entre pirates sur un parcours suspendu. Nous observons ainsi cet instant où deux enfants d'environ 6 ans se lancent à corps perdus sur la structure faisant trembler l'ensemble de manière fatale pour le promeneur assoupi. La diversité des usages est une gageure.

Concluons cette note par une réflexion sur la dimension sportive, prisme par lequel nous nous intéressons au dispositif. Les événements, bien qu'ils occupent une place importante parmi les éléments de communication, semblent plus que secondaires une fois sur site. Celui que nous avons observé ce jour est extrêmement modeste. C'est un moyen de faire pratiquer, d'animer nous l'avons dit. Mais du côté de la fédération organisatrice c'est un objectif promotionnel qui motive sa mise en place. Dans les faits, il reste très modeste par rapport à ce qui est suggéré dans les discours. En outre, avec le retrait d'Artevia dès janvier 2016 et la reprise en régie directe par la mairie de Paris, ce type d'initiative ne va probablement pas s'intensifier. Les événements seront organisés avec plus de parcimonie. Ils feront surtout de plus en plus en écho à l'actualité sportive de la ville (« Berges de l'Europe » pendant l'Euro 2016) comme cela a été amorcé dès la rentrée 2015 (animation rugby pendant la coupe du monde de rugby 2015, animation basket-ball pendant l'Euro Basket 2015). Les

événements servent à souligner le potentiel du lieu en attirant des personnes qui ne se seraient pas déplacées à la seule faveur d'une programmation culturelle ou artistique. En revanche, la population ne nous semble pas diversifiée. D'après notre ressenti et nos observations, le site est principalement fréquenté par des parisiens des quartiers environnants et des touristes.

Faire du sport en famille, la promesse est belle. Cependant, pour pratiquer réellement de l'activité physique avec les agrès par exemple, il faut déjà venir avec une tenue prévue à cet effet, donc avec l'idée de pratiquer. Il manque par exemple selon nous des douches ou des vestiaires publics comme cela existe dans d'autres très grandes villes, qui permettraient de venir de plus loin. En conséquence, sans ce type d'aménagement, il semble peu probable que beaucoup d'habitants des arrondissements de la périphérie parisienne ou même de la banlieue, prennent le métro ou le RER en short et serviette, pour pratiquer sur les « Berges de Seine ». C'est pourquoi souvent, un parent va faire trois tractions sous la demande expresse de son enfant, mais cela n'ira pas plus loin. Ce ne sera pas plus de 10 minutes, de manière détachée car cela n'est pas prévu, pas préparé. Ce type de pratique sportive ne peut pas s'improviser. Le facteur de la proximité des infrastructures sportives reste déterminant dans la pratique (Hallman et al., 2012). Dès lors est-ce réellement un lieu pour faire de sport ? Est-ce mieux de venir courir ici en slalomant entre les touristes que sur un parcours prévu à cet effet dans le bois de Vincennes ? Le fait qu'il y ait de nombreux promeneurs, de nombreux mobiliers sur le parcours rend logiquement plus difficile la pratique optimale de leur activité de « running » pour ne parler que des coureurs. N'est-ce pas finalement un endroit où l'on ne fait qu'amorcer un embryon de dépense physique sans jamais réellement pratiquer ? Cette observation/constatation nous a semblé peu assumée dans les discours liés à la promotion de l'espace. La multiplicité des usages permet de faire différentes activités... un peu. Elle ne crée pas les conditions favorables à la pratique intégrale de l'une d'entre elles. Sur les 3 heures d'observation, je n'ai vu qu'un seul couple en tenues de sport suivant le parcours et se donnant à tous les agrès. Bien que la période de mon observation soit probablement une des raisons importantes conduisant à ce constat, il nous semble malgré tout assez prononcé pour dresser les contours d'une limite au dispositif des « Berges de Seine ».

2.2.3 Famillathlon (Organisation de la vie locale – Acteur privé non marchand)

Le « Famillathlon » est un événement qui se veut unique et fédérateur. Il se déroule sur une journée. L'objectif est « *de faire découvrir en famille, la pratique du sport et de faciliter le lien et la solidarité entre les âges, les profils et les capacités* »⁵¹. De nombreuses activités gratuites sportives et ludiques sont proposées. On trouve aussi des stands de sensibilisation à la prévention de la santé par le sport, des centres sociaux ou des associations culturelles. En 2014, c'est la dixième édition qui se tient sur le Champ de Mars le 21 septembre. En outre, le dispositif est plus large que le simple événement sur le Champ de Mars. L'association est présente dans d'autres villes françaises et même européennes (Sofia). Ainsi en 2014, parmi les communes participantes nous trouvons⁵² : Paris (75), Saint Cloud (92), Chartres (28), Nevers (58), Bargemon (83), Saran (45), Bouzy (51), Marseille (13), Maromme (76).

Le « Famillathlon » permet la rencontre de nombreux acteurs : institutionnels, associatifs privés, ou inhérents au monde sportif. Tous ces acteurs sont présents pour fournir des informations aux familles présentes. De plus, on imagine aisément que la mise en congruence de ces acteurs permet la formation d'un « réseau » débouchant dès lors sur des enjeux et externalités divers.

La volonté première externe est d'organiser une journée qui peut se vivre en famille, autour du sport, de la culture ou du loisir. C'est aussi l'occasion, comme évoqué précédemment de mettre des acteurs de différentes sphères en lien (jeunesse, famille, social, sport). En ce qui concerne la volonté première interne, l'événement ambitionne d'apporter de la lumière sur le concept de la famille, qui est trop politiquement connoté selon les organisatrices. Dès lors, le « Famillathlon » est un outil pour le replacer au centre du débat public, de la société, par l'intermédiaire du sport et de la jeunesse. C'est cette référence à la volonté première interne qui attire des inimitiés à l'association à qui l'on prête (interolucteurs rencontrés parmi le mouvement sportif ou la direction Jeunesse et Sport) un positionnement politique, teinté par des valeurs « traditionnalistes » autour du concept de la famille ou de la religion catholique.

Volontés premières externes	Volonté première interne
Proposer une journée adaptée à la Famille	Apporter de la lumière sur le concept de « famille » et le replacer dans le débat public
Mettre en lien les acteurs de la jeunesse, de la famille et du sport	

Tableau 22 : les volontés premières du « Famillathlon »

⁵¹ <http://www.famillathlon.org/> (consulté le 6 juin 2014).

⁵² Extrait du communiqué de presse.

2.2.3.1 Observation du Famillathlon, le 21 septembre 2014

De 11H à 14h30. Météo : temps pluvieux.

Comme la semaine d'avant pour « La Parisienne », je me rends vers le Champ de Mars par la station de la Motte Picquet Grenelle, cette fois pour participer à la 10^e édition du « Famillathlon ». Sur le parvis face à l'Ecole Militaire se tient une étrange réunion qui nourrit ma curiosité. Des hommes et des femmes côte à côte tenant une banderole sur une vingtaine de mètres regardent fixement devant eux sans broncher. Sur la banderole, le slogan : « Méditons : 1 minute pour la paix ». Ce fait n'est pas anecdotique. Il me rappelle avant même que je n'arrive à l'emplacement de l'événement que nous sommes sur un espace de symboles, un lieu central de la capitale régulièrement sollicité ou récupéré pour diverses opérations ou causes. Autre constat, aucune trace à ce niveau de l'événement pour lequel je me suis déplacé et dont la scène principale est pourtant à cinquante mètres à peine.

Le soleil n'est pas au rendez-vous, des averses parfois violentes jalonnent la journée. Pas l'idéal pour un événement sportif de plein air. La flashmob' de l'après-midi, point d'orgue de la dimension festive (parmi de nombreuses autres dimensions nous y reviendrons) risque d'en pâtir. Le programme sera bousculé. Élément important à signaler avant de vous narrer les résultats de mon observation, l'événement a lieu le même jour que la journée du patrimoine. Rude concurrence... Je ne sais pas encore si les organisatrices ont choisi cette date ou si elles se sont insérées sur le calendrier serré du Champ de Mars au seul moment qui leur était accessible. J'opterai pour la seconde option tant la journée du patrimoine doit a priori mobiliser les familles. En outre, le lieu d'implantation du site est tel qu'il permet un afflux permanent de parisiens et surtout de touristes. Ce qui nous amène à faire la même remarque que nous ferons pour « La Parisienne » : il serait peu pertinent, et même faux, d'avancer un nombre concernant la fréquentation du « Famillathlon ». Les organisatrices dans leur communication annoncent 45 000 personnes. N'ayant aucun outil pour mesurer cela, nous laisserons cette affirmation dans le registre d'une communication ambitieuse fournie par l'association elle-même et nous nous garderons bien de l'utiliser dans notre analyse. L'observation que je ferai sur site confirmera d'ailleurs ce ressenti. On en est bien loin.

Concentrons donc nos propos sur l'observation du lieu. En arrivant, j'entends l'agitation provenant de la scène principale. Des hauts parleurs sont disposés aux quatre coins de la pelouse du Champ de Mars pour diffuser ce qui se trame sur scène, ce qui en fait assurément un des éléments moteurs de l'événement. Tour à tour les différents stands sportifs et leurs animateurs sont conviés à monter pour présenter le sport sous forme de démonstration. C'est parfois un peu maladroit, l'animation étant peu spectaculaire ou le sport ne se prêtant pas forcément à ce genre de démos. Dans ces cas-là nous assistons à des présentations un peu lentes avec beaucoup de « blancs » et des interviews un peu fades... Le speaker, lui, tente de faire de l'humour. Je ne résiste pas à vous faire part de ce trait d'esprit le conduisant à demander s'il existe un club de cannes à un jeune homme originaire de Cannes.

Cette remarque nous amène presque à penser que l'événement paraît plus animé et dynamique entre les « animations », lorsque la musique retentit et dynamise le site. Je constate aussi des problèmes techniques avec la sono à 12h07. Mais ne soyons pas trop pointilleux... pour contrer ce constat un peu sévère, il faut bien reconnaître que la majorité des animations et des intervenants sont bien préparés. L'apport des « ambassadeurs du sport » se fait notamment à ce niveau. Il s'agit d'un dispositif proposé par la Région permettant d'envoyer un certain nombre de sportifs professionnels sur les événements pour faire la promotion d'un sport « vertueux » et « valeureux ». Les athlètes franciliens sélectionnés aux derniers Jeux Olympiques et Paralympiques choisissent de devenir « Ambassadeurs du sport » auprès des lycéens et des apprentis d'Île-de-France. En contrepartie, la Région les fait bénéficier d'une aide financière dédiée à leur formation et à leur reconversion. Ainsi les sports représentés par ces ambassadeurs, des jeunes licenciés et/ou des dirigeants de fédérations ou de

ligues, assurent des démonstrations de sport de contact, d'escrime, etc... C'est une vitrine intéressante pour eux. Ils semblent surtout venus dans l'optique de faire découvrir le sport, pas d'en faire nécessairement la promotion avec une idée de faire de l'adhésion. C'est ce qui rend ces animations sympathiques et surtout cohérentes avec le positionnement du « Famillathlon ».



Photo 36 : scène principale du Famillathlon, démonstration de savate (photo prise le 21 septembre 2014)

Lorsque j'arrive c'est un jeune homme faisant du diabolo qui s'exerce. Il n'y pas foule pour admirer sa performance somme toute relativement classique si l'on reste chez soi le samedi soir à regarder Patrick Sébastien. Premier constat, nous ne sommes déjà plus dans du sport. Sur la pelouse des groupes d'hommes et de femmes sont regroupés par disciplines. Deux hommes font de la capoeira, d'autres font différents arts martiaux sur un tatami, il y a un jeu d'échecs géant...



Photo 37 : jeu d'échecs géant, une des nombreuses animations du Famillathlon (photo prise le 21 septembre 2014)

Les disciplines sont diverses. Le rendu est agréable. On a l'impression de se promener au sein d'un jardin voué au culte du sport dans sa dimension la plus étendue (santé, éducation, intégration, civisme, compétition).

Sur les allées bordant la pelouse, des stands sont positionnés tous les dix/quinze mètres. Comme pour « La Parisienne » (le parallèle est obligatoire, événement sportif, même lieu, une semaine après), les stands sont pour la majorité pro-actifs. Nous pensons au stand « mains propres » dont les animatrices n'hésitent pas à héler les passants et surtout les enfants en leur promettant une animation ludique. L'idée semble donc d'avoir des stands très animés allant chercher le public sur le Champ de Mars. J'entendrai d'ailleurs une discussion à ce sujet entre deux animatrices échangeant sur la meilleure technique d'approche du public. Le stand le plus imposant est quand même celui du « Ping Tour ». Il s'agit d'un dispositif comprenant 25 étapes à travers la France et visant à promouvoir la discipline mais aussi et surtout les championnats du monde qui se sont déroulés à Paris en 2015. Un bel exemple d'événement sportif international créant une dynamique globale pour la discipline sportive dans le pays hôte. De nombreuses tables sont à disposition du public. Il y a aussi des animations telles que le record de vitesse en smash. De jeunes licenciés semblent avoir été invités. Ils jouent.

Une table est disposée un peu à l'écart. Il s'agit de celle où chacun peut échanger quelques balles avec le célèbre pongiste Jacques Secrétin. Ceci donnera lieu à de très belles scènes entre le champion et des enfants admiratifs. Secrétin ne résistera pas à faire étalage de sa carrière à quiconque passera dans son espace. Il est un peu là pour cela après tout.

Parmi les stands qui jalonnent la pelouse, il y a beaucoup de diversité. Cette dernière cristallise d'ailleurs les critiques qui sont parfois formulées à l'encontre de l'événement. On ne sait plus exactement par moment à quel événement nous avons à faire, à quel positionnement, quel est l'objectif, où est la cohérence ? Il y a des chiropracteurs, des associations sportives, des fédérations sportives, des associations familiales, des associations étudiantes... Des kakémonos rouges marqués du logo de « Famillathlon », disposés avec parcimonie nous rappellent régulièrement la raison de ce rassemblement parfois surprenant par son hétérogénéité.

Les stands sont regroupés en différents villages. Il y a notamment un village santé/équilibre : prévention nutrition, des instructeurs de premiers secours, etc. Les exposants sont nombreux. Il y en a même un « enfance sans drogues ». Sur le plan, les stands sont divisés en quatre couleurs : sports activités et nature, solidarité, associations familiales, santé. Le sport ne concerne donc théoriquement qu'un quart des stands. Mais en réalité ce quart représente 44 des 77 stands (contre 13 pour la

solidarité, 4 pour la famille, 16 pour la santé). Je constaterai cependant que tous les stands ne sont pas répertoriés exhaustivement. C'est notamment le cas de stands tels que l'Association des Familles Catholiques. Est-ce volontaire ?

La mairie de Paris est là par le biais de sa direction Jeunesse et Sport. Les informations que l'on y trouve concernent les femmes et le sport. Toujours le même axe prioritaire. Il y a aussi des documents sur la prévention de la maltraitance, des chiffres sur le sport féminin... Vous voyez que ce stand illustre bien le positionnement diffus et parfois difficilement lisible du « Famillathlon ». La DJS en se déplaçant sur le site ne semble pas réellement savoir sur quoi axer son message. Qu'à cela ne tienne. Ils communiqueront sur la maltraitance et le sport féminin. Bien sûr, on ne parle jamais trop des maltraitances faites aux femmes, mais associer ce genre de message au sport et à la famille me semble être un cocktail étonnant. Sans jugement de valeur je me contenterai d'en souligner la singularité et une nouvelle fois l'hétérogénéité. Je poursuis mon chemin.

J'arrive devant un stand d'associations familiales (marquées sur le plan celles-ci) : l'UDAF (Union départementale des associations familiales), Familles de France, la Fédération Nationale des Familles de France. Nous y voilà, au cœur de ce qui irrite certains élus et certains acteurs du sport parisien qui assimilent le « Famillathlon » au mouvement de la « manif pour tous ». Cette dimension politique dont se défendent avec vigueur les organisatrices. Ce qui est à l'origine de l'événement. Ce qui en fait aussi l'originalité.

Donc qu'avons-nous là ? Tout d'abord, un slogan : « pour une politique familiale globale ». Des documents et des flyers à foison. Si la plupart des stands sont très actifs, ceux-ci sont plus attentistes. Les personnes tenant le stand sont plus nombreuses que le flux du public à cet instant de la journée. Bien plus nombreuses. Elles discutent entre elles. Je m'avance pour me renseigner. Feignant l'ignorance, j'acquiesce le droit d'assister à un discours (récité) sur la structuration des associations familiales et le rôle de l'UDAF et de l'UNAF. Je prends quelques documents, mon interlocuteur me place dans les mains le petit dossier de l'association des familles de France. « Prenez plutôt celui-là » me dit-il. Je lui demande pourquoi. Il me répond que c'est « un des plus importants, c'est bien de le lire ».

L'ADAF (Association de Défense des Animaux Familiers) est également présente. Etonnant ? Non. Les animaux sont « familiers », ils font donc partie de la Famille... Joignez-vous donc à nous ! Deux lectures possibles à cet endroit :

- *soit la famille est réellement considérée au sens large et il y a alors derrière une volonté de « dépoussiérer » un concept un peu désuet et très connoté et d'y intégrer nos amis les bêtes.*
- *soit l'ADAF n'a pas accès à beaucoup d'événements ou salons, ils n'allaient donc pas rater l'occasion.*

Les deux explications ne sont pas très convaincantes. Je laisserai une part de flou dans l'analyse de ce point de détail car c'est la même finalement que celle que nous ressentons sur site. Oui, car rappelons-nous quand même à cet instant que le « Famillathlon » est un événement « sportif » ayant reçu directement l'agrément sport en 2005, autrement dit dès la création de l'association.

Je continue mon chemin et arrive au niveau de l'accueil. Je passe devant des stands de skateboard, de sport adapté, de pétanque un petit peu plus caché mais plutôt bien fréquenté. De nombreux stands au sujet du handicap, comme celui de l'association dénommée « Peindre avec bouches et pieds ». Etonnant toujours... puis assez fascinant de voir cette femme réaliser un paysage alpestre avec son pied droit. C'est ce qui caractérise aussi l'événement. Cette volonté de regrouper une grande diversité d'associations et qui offre comme rendu une sorte de patchwork indescriptible de couleurs, de domaines, de spécialités et peut-être avant tout d'objectifs et de volontés. Comment comparer les attentes de la fédération d'escrime, celles de l'association de peinture avec les pieds et Familles de

France ? Nous aurions a priori, un objectif global et commun de communication mais ne s'opérationnalisant pas forcément dans les mêmes optiques, respectivement : image du sport et modernisation, mise en valeur d'une œuvre originale et singulière, renseignement, défense d'intérêts et partage d'opinions.

Au regard de cette grande diversité, l'événement n'aurait-il pas eu meilleur compte de s'intituler « l'Associathlon » ? Pourquoi se focaliser sur le terme « Famille » ? Doit-on alors voir le sport comme un simple outil pour favoriser une prise de conscience autour du concept de la famille ? Le sport doit-il y voir une simple vitrine et en profiter comme telle ? Le sport doit-il être obligatoirement une activité familiale ?

Revenons à l'observation.

Sur la pelouse du Champ de Mars derrière le stand de l'accueil, des adolescents jouent au football. Le fait de les avoir placés au centre est très intéressant car cela apporte beaucoup de vie à l'ensemble. Connaissant un peu la discipline je peux vous assurer que le nouveau Zinédine Zidane ou la nouvelle Marinette Pichon ne se trouve pas sur la pelouse à cet instant. Mais c'est tant mieux. Cette maladresse dans le jeu initie chez quiconque passe tranquillement aux abords la tête relevée (ce qui élimine un grand nombre de personnes au Champ de Mars) un petit rictus d'attendrissement sincère. Logiquement, le ballon sort (très) régulièrement des limites du terrain. Cela permet aux passants de le renvoyer aux jeunes et de créer une activité ayant une fonction intégratrice et motrice pour l'événement. Voir ce petit jeu sur le Champ de Mars au pied de la tour Eiffel est une des plus belles choses qui m'aient été données de voir ce jour. J'ai le sentiment que les valeurs qui transpirent lors de cette rencontre de football et qui sont bien incarnées et transmises par ces éducateurs dévoués sont réellement palpables. Je me dis qu'elles sont le cœur de la dimension sociale...

Toutefois, je nuancerai cet enthousiasme en explicitant un sentiment un peu dérangent. Celui d'assister à une scène ne présentant presque que des clichés. Ces jeunes sont pour la plupart de couleurs. Jouant sur ces fameux clichés j'imagine qu'ils viennent de banlieue... (J'en aurai bien la confirmation plus tard). Je ne peux m'empêcher de penser que tout est justement très réfléchi. Que l'on cherche à mettre en avant ces jeunes comme un alibi, une réponse à tous ceux qui critiquent le fond politiquement orienté de l'événement. Ou pire encore, pour chercher à compenser la présence d'associations très marquées idéologiquement. Contrebalancer quelque part : des associations se rattachant au cortège de la manif pour tous côtoyant des jeunes de banlieue et des associations de proximité et de médiation de quartier. Alors peut-être ai-je simplement mauvais esprit en cherchant à analyser des choses qui ne le nécessitent pas. Après tout on fait venir des jeunes pour jouer au football, le football est un sport populaire plus pratiqué en banlieue que dans le 16^e. Le football se joue sur de la pelouse donc on les place au centre. Peut-être suis-je moi-même dans l'utilisation de ces clichés que je décris. Doit-on voir nécessairement une opposition radicale entre ces deux types d'association les empêchant de se côtoyer lors d'un événement ? Est-ce réellement incompatible ? Peut-être que c'est justement l'objectif du « Familathlon » que de rapprocher ces associations, de créer des ponts, des ententes ? J'ai moi-même dit que ce match était une des plus belles animations de l'événement... Difficile de faire réellement la lumière à cet endroit. Toujours est-il que ce questionnement est permis grâce à l'événement. C'est déjà un résultat, un impact en soit. Le risque est pris, le débat nourri.

Arrêtons de voir des symboles partout, soit. Toujours est-il que ce sentiment presque de justification est palpable lorsque l'on se rend sur l'événement en ayant connaissance des tensions existantes entre l'association porteuse de l'événement et la mairie de Paris. Il est également possible d'avoir une deuxième lecture, indiquant que l'événement finalement tendrait à être de plus en plus vécu et utilisé par le mouvement sportif se dérobant de la volonté première d'il y a 10 ans.

Un autre stand très coloré est celui du handibasket-ball. L'effet produit est à peu près le même que pour le sommaire terrain de foot abordé précédemment. D'autres stands en revanche semblent s'ennuyer fermement, du moins au moment où je passe. Mais la majorité est plutôt bien fréquentée. Le petit parcours sportif pour enfant proposé par le comité des offices pour le Mouvement Sportif notamment. Je pense aussi à ce stand d'haltérophilie où le père et son fils d'une douzaine d'années s'exercent à soulever des poids. Le stand de baseball a l'air de bien fonctionner également. Je n'aurais pas parié sur ces deux-là. Mais on peut imaginer que les familles se laissent tenter à tester des choses qui sont d'ordinaire peu accessibles. D'où l'intérêt de mobiliser des disciplines variées et originales...

Parlons du public maintenant. Les organisatrices doivent être satisfaites car leur cible – la famille – est bien celle qui assiste à l'événement. Je vois de nombreuses mamans avec les enfants déambuler d'un stand à l'autre. Les enfants semblent globalement très enthousiastes. Ils paraissent profiter de l'événement exactement de la manière qui était souhaitée d'après la volonté première. Je note que je vois également de la mixité dans les familles. Je mentionnerai spécialement ces deux femmes en burqa noire accompagnant 6 enfants galopants, ou encore cette famille de type indien. La mixité culturelle est là. Rien n'est certain en revanche en ce qui concerne la mixité sociale. Je confirmerai ce ressenti en discutant avec la présidente de l'association et d'autres personnes du mouvement sportif, m'assurant qu'il s'agit d'un public essentiellement issu des 16^e, 7^e et 8^e arrondissements réputés aisés. J'identifie globalement deux profils :

- le touriste qui passe
- la famille
 - o le plus souvent seulement un des deux parents avec des enfants
 - o de jeunes couples avec un enfant en bas âge

Il est indéniable que la communication et le placement sur les « familles » semblent fonctionner et prendre réellement du sens durant l'événement. La volonté première est respectée.

Aux deux extrémités du site des personnages constitués de ballon de baudruche flottent dans le ciel. L'un est bleu, l'autre rouge. En les voyant je me représente un petit garçon et une petite fille. La famille.



Photo 38 : ballons de baudruche symbole du Familathlon (photo prise le 21 septembre 2014)

Au fil de mes pérégrinations observatrices, j'engage la conversation avec certains animateurs de stand. Ce sera l'occasion pour moi d'apprendre qu'il y a moins de monde cette année que les années précédentes. Le temps incertain doit jouer pour beaucoup. La journée du patrimoine également. En outre cela contraste avec ce qui sera annoncé à la fin de l'événement par les organisatrices. C'est de bonne guerre.

À 12h45, débute un concert sur la scène principale. Ce sont des adolescents qui jouent. Leur répertoire est rock, allant du classique « Zombie » à Muse en passant par The Raconteurs. Bien que je salue l'effort de ces jeunes, je me sens déontologiquement obligé de mentionner que cela donne un côté « cheap » à l'événement. C'est mon ressenti. Mais fait intéressant, on peut se surprendre à avoir le même petit rictus attendri en écoutant cette prestation sincère que lorsque l'on passe près du terrain de football. C'est certainement ce qui est recherché d'ailleurs... et c'est également ce qui rend légitime la présence de ces jeunes. De plus ils attirent au niveau de la scène plus de personnes qu'il n'y en aura eu de toute la matinée. Il suffit de faire un concert finalement. Mais on ne peut pas en abuser... rappelons-nous que le « Famillathlon » a l'agrément sport. Il y aura pourtant un second groupe qui enchaînera, plus confirmé celui-ci.



Photo 39 : groupe de musique pendant le Famillathlon (photo prise le 21 septembre 2014)

Je continue de déambuler sur le site. Je passe devant de nouveaux stands « hors sport » : « école de l'énergie », « j'aime lire », « jeux de sociétés géants ». Je tombe en arrêt devant une banderole du stand de l'Association « Edge Compagny Backstage Prod » : « si tous les enfants de Paris se donnaient la main... ». Un peu sirupeux... J'accélère le pas par peur de perdre mon ton caustique et corrosif.

À 13h00, le soleil est de retour ; preuve s'il en est que ces jeunes ne jouaient pas si mal. Je me dirige vers une animation un peu en marge de l'événement à l'extrémité est. Il s'agit d'une boucle d'une cinquantaine de mètres pour les enfants à effectuer en voiture à pédales. L'animateur du stand fait le show avec les enfants. Je pense à cet instant à un forain, à une fête foraine.

Certes, cette dernière animation n'est pas du sport. Mais c'en est une énième révélant l'extrême diversité de l'événement, un des gages semble-t-il de son succès. Le seul fil conducteur est bien la famille, ce qui correspond avec ce qui est annoncé et valorisé. Nombreux sont les enfants à profiter de ces animations. Beaucoup semblent y trouver leur bonheur. Doit-on encore se poser la question du

sport ? Le « Famillathlon » nous amène à nous poser des questions très intéressantes sur le positionnement et la forme que peut prendre un événement grand public en plein air en 2014, dont le sport-initiation ne serait qu'un élément du cocktail.

En regardant ce petit manège j'observe également les parents. Ils ont l'air heureux de voir leur progéniture faire une animation inhabituelle, et y prendre du plaisir. Quiconque sera un petit peu attentif à ces scènes sera naturellement attendri. C'est la troisième fois que je mentionne cet attendrissement. J'en viens à penser que c'est sur celui-ci que repose finalement tout l'événement. Honnêtement, je ne pense pas voir d'autres desseins derrière ce voile de bons sentiments. Dans le cas où ils existeraient, le voile semble de toute manière assez épais pour les masquer. Mais il est temps d'être au clair à ce sujet. On ne voit pas de dimension politique dans cet événement comme on me l'avait décrit préalablement. L'événement est plein de diversité et la présence certaine du mouvement sportif vient prendre la plupart de la lumière malgré tout ce que j'ai mentionné de « hors sport ».

À 14h00, le speaker tente de lancer les danseuses pour la flashmob'. On surfe sur un effet de mode (datant déjà de quelques années) toujours sur cette dimension participative et « feel good ». Peu de personnes jouent le jeu dans les premières secondes mais une bonne cinquantaine se retrouvent à effectuer la chorégraphie au bout d'une minute, sauvant ce qui aurait pu (j'avoue je l'ai cru) être un moment un peu gênant.



Photo 40 : cours de Zumba lors du Famillathlon (photo prise le 21 septembre 2014)

L'événement dans la diversité qui est la sienne est également assez disparate dans sa dimension spatiale. La scène n'est pas vraiment l'élément central et les principaux points d'interactions se situent plutôt au niveau des deux allées bordant la pelouse et accueillant les différents stands. L'événement fonctionne sur la dynamique des stands, par une multitude de points d'impacts.

J'effectue un dernier tour puis quitte le site à 14h30. Je rentre chez moi en ayant le sentiment d'avoir participé à un événement difficilement lisible, ne ressemblant à rien de ce que j'avais vu auparavant. La « famille » est un terme que l'on entend généralement dans les médias à travers sa dimension traditionnelle. Il est à ce titre un peu désuet et très connoté politiquement. Les récents débats autour du mariage pour tous puis les débats autour de la PMA raniment une idéologie conservatrice, mais aussi un mouvement se faisant entendre par milliers dans les rues (bien que de plus en plus isolé au

niveau politique). Frigide Barjot leader très médiatique du mouvement (qu'elle a quitté depuis) était l'animatrice du « Famillathlon » jusqu'en 2012. Comment ne pas imaginer voir ressurgir un certain nombre de signes dénotant de ce positionnement.

Certains de mes interlocuteurs dans le mouvement sportif m'ont fait part de leurs réticences à l'égard du « Famillathlon ». Les entretiens que j'aurais par la suite avec les organisatrices confirmeront l'existence, l'importance, voire la place centrale de ce débat dans l'histoire de l'événement. Mais mon observation ne le nourrira pas plus. L'événement cherche à mettre en congruence des associations de différentes sphères, de rapprocher des acteurs, de créer des dynamiques et de proposer des animations pour les enfants. C'est tout ce qui m'est donné à voir ce jour et c'est déjà beaucoup.

Quant à la dimension « hors sport » de l'événement, je pense qu'il faut bien mentionner en conclusion le fait que le mouvement sportif profite bien de cette vitrine et que toutes les occasions sont bonnes pour les fédérations et les clubs d'aller à la rencontre des parisiens. Certains me diront que ce ne sont pas les parisiens, seulement quelques familles du 16^e. Je leur répondrais de manière pragmatique que c'est mieux que rien. Ne donnons pas à l'événement plus de crédit qu'il n'en réclame.

J'ajouterais pour finir que le « Famillathlon » se développe actuellement dans d'autres villes françaises : dans la région parisienne puis à Marseille, Lyon ou Toulouse. L'événement doit donc être pris dans sa globalité, comme une franchise où chacune de ces diverses implantations respectera une sorte de cahier des charges, aussi informel soit-il. Il serait pertinent à cet égard d'observer un autre « Famillathlon » pour en faire ressortir les éventuelles spécificités parisiennes. Quoi qu'il en soit le projet parisien que nous observons en est le moteur.

2.2.4 Courir Ensemble (Caritatif et Social – Privé non marchand)

Organisé par Handicap International, l'événement « Courir Ensemble⁵³ » propose plusieurs courses à pieds ouvertes à tous : personnes valides ou handicapées, adultes, enfants, sportifs et amateurs. Depuis 17 ans, les bénéfices de l'opération contribuent au financement des actions du relais bénévole parisien d'Handicap International. L'encadré ci-dessous présente le programme de la matinée proposée par l'association humanitaire le 10 mai 2015.

La course de 10 km est inscrite au Paris Running Tour et a obtenu le label régional FFA pour 2016 :
9h30 : 5 km – personnes nées en 2001, 2002 et avant
10h00 : 10 km - personnes nées en 1999, 2000 et avant (meneurs d'allure)
10h15 : 5 km Marche Solidaire – à partir de 7 ans
11h30 : 1 km (enfants) – enfants nés en 2005 et 2006
11h45 : 2 km (enfants) – enfants nés de 2003 à 2006

Figure 9 : le programme de l'événement « Courir Ensemble », le 10 mai 2015

La volonté première externe de cet événement est d'être en premier lieu un outil de visibilité locale de l'association et de ses activités. C'est la dimension communicationnelle de l'événement qui est la principale volonté première externe. L'événement est aussi et surtout un moment qui permet de souligner le vivre ensemble, en l'occurrence par l'intermédiaire de « Courir Ensemble », en mélangeant valides et handicapés sur le même parcours. Pour ce qui est des volontés premières internes, nous identifions dans le discours des acteurs une volonté d'engagement par la mise en place d'une action concrète du relais bénévole parisien. Enfin, c'est un temps qui est utilisé pour inciter au don.

Volontés premières externes	Volontés premières internes
Outil de visibilité locale d'Handicap International et de ses activités	Volonté d'engagement et d'activité concrète de la part du relais bénévole parisien.
Démonstration grandeur nature du « vivre ensemble » sans discriminations	Incitation indirecte au don (différé dans le temps par la sensibilisation induite par la manifestation)

Tableau 23 : les volontés premières de « Courir Ensemble »

La fédération d'athlétisme à travers sa délégation de service public pour l'organisation de courses officielles autorise l'inscription du « 10 kilomètres » de « Courir Ensemble » au « Paris Running Tour »⁵⁴. Cette dimension de sport-compétition attire de nombreux coureurs et renforce l'affluence de l'événement. Ce caractère hybride rend cette course caritative singulière et digne d'intérêt.

⁵³ Devenu « Sport Ensemble » en 2017 avec un concept plus ambitieux (<http://www.handicap-international.fr/actualites/courir-ensemble-devient-sport-ensemble-et-ca-change-tout> consulté le 5 février 2017) Dans ce travail de thèse situé de 2013 à 2016, c'est bien l'événement « Courir Ensemble » dans son format au bois de Boulogne qui est le support de nos réflexions.

⁵⁴ Championnat parisien organisé par la fédération française d'athlétisme.

2.2.4.1 Observation de Courir Ensemble, le 10 mai 2015

De 9h30 à 13h30. Météo : Ensoleillé, 20°C.

Le départ de la course est à 10h00 au bois de Boulogne. Je ne suis pas véhiculé. Je dois donc me rendre sur le site à pied, après être descendu du métro à Porte Dauphine (Ligne 2). À ce niveau, aucun marquage urbain ne fait référence à l'événement. J'entre dans le bois. Après une marche de 10 minutes je commence à être inquiet. Est-ce joignable à pieds ? Me suis-je trompé d'endroit ? Muni du plan, je m'assure du chemin à prendre auprès des employés d'une cabane de location de péniches. Mon premier interlocuteur ne peut me renseigner, il n'a pas eu vent d'un événement sportif ici aujourd'hui. Le second... non plus. Mais à la lecture du flyer de l'épreuve que je lui fournis, il se dit capable de m'orienter. Premier constat, l'événement n'est pas clairement identifié dans le bois de Boulogne. Il semble à priori être dilué aussi bien d'un point de vue spatial (étendue du bois) que calendaire (beaucoup d'événements s'y déroulent).

J'arrive sur site après 25 minutes de marche, guidé au bout du quart d'heure, non par les instructions approximatives du pénichier mais par la sono de l'événement. C'est le marquage sonore qui souligne donc la tenue d'un « événement » au sens premier, un temps qui rompt la linéarité du quotidien. Très peu d'affiches de l'événement sont visibles jusqu'à ce que l'on soit sur le lieu.

Le site justement, est divisé en deux parties. Il y a le départ de la course et le village. Le départ est sur une route : arche gonflable, barrière, rubalise, foule de shorts et 'bandas' constituent le paysage. Le village lui, se tient sur une grande place. Il est composé de quelques tentes pour les partenaires ou pour l'organisation et les relations publiques, ainsi que d'un podium relativement modeste. Une très grande arche gonflable similaire à ce que nous pouvons trouver sur le départ s'y trouve également. Elle est un peu à l'écart. On ne comprend pas ce qu'elle fait là, à part montrer le sponsor : « Boutique marathon ». La place est grande et les stands sont placés à toutes les extrémités. Le village n'est pas très concentré, il en résulte une impression de dilution des activités. Il n'y a pas de pollution visuelle ni de bâches. Les partenaires sont divers : Alstom, Walt Disney France Company, Les Bacchantes, Sacem, Canal + Running, Institut Bocuse, Flex Cité (RATP), Bosch, la Mutuelle Générale des Affaires Sociales. Rien qu'en les énonçant on peut constater la diversité des activités. En réalité ces organismes sont des partenaires d'Handicap International. Ils ne sont pas rattachés directement à l'événement mais profitent simplement de l'occasion pour s'exposer.



Photo 41 : le village de « Courir Ensemble » au bois de Boulogne (photo prise le 19 mai 2015)

Les bénévoles sont habillés en vert. Après m'être entretenu avec deux d'entre eux, j'apprends que certains ont été briefés vraiment au dernier moment. Ils me renseignent au sujet du programme du jour mais ne sont pas au courant des détails organisationnels. À leur sujet, j'apprendrai plus tard qu'il fût difficile de les mobiliser pour la course ce jour. Certains m'ont notamment expliqué qu'ils obtenaient peu en retour. Pour mes interlocuteurs, l'événement n'est pas un moment où tous les bénévoles se retrouvent au sein d'une fête. C'est un dimanche matin et, beaucoup, au dernier moment, ont manqué à l'appel.

Je me déplace vers le départ de la course. Deux femmes d'âge mûr qui semblent un temps perdues, sont rassurées à la vue de la foule sous l'arche de départ : elles ne seront pas les dernières à partir. Plus je m'approche de la ligne de départ, plus le profil des coureurs se rajeunit, se masculinise surtout. La course étant inscrite au Paris Running Tour, de nombreux coureurs avertis sont ici pour faire un temps. Il y a même des clubs d'athlétisme avec des entraîneurs répartis tout le long du parcours. Des éducateurs de la fédération française d'athlétisme sont aussi présents. Leur présence brouille un peu le message général de la course. Est-ce toujours une course caritative ?

Avant le départ, Alain Tellier, principal organisateur depuis plus d'une décennie prend la parole. Suite à son discours succinct, une « bandas » démarre une « setlist » résolument efficace. Cette musique couplée à la puissante sono qui retentit depuis le village induit un mur de son qui traduit bien à cet instant le caractère festif souhaité par les organisateurs. Les « joggeurs compétiteurs » partent dans un « premier wagon ». Le départ est donné à 9h45 avec les cadets puis 10h00 avec les seniors. Ils sont nombreux. Partent ensuite les personnes en situation de handicap durant la « marche solidaire » de 5 kilomètres (10h15) non chronométrée. Parmi eux nous trouvons des personnes qui ont toutes sortes de handicaps, et par conséquent, différents moyens de locomotion : fauteuil roulant et goélette étant les principaux. Les benjamins et poussins partiront ensuite sur des parcours plus courts (11h30 et 11h45). La marche solidaire est constituée des personnes en situation de handicap, des groupes d'entreprise (reconnaissables par des tee-shirts colorés) ou de familles avec des enfants en bas âge. Je pense par exemple à cette mère de famille avec ses trois enfants entre 3 et 5 ans qui se déplacent à vélo. L'hétérogénéité de ce groupe est renforcée rapidement par le fait que les différentes catégories se mélangent après 10 minutes de course puisque les parcours sont inhérents à chaque catégorie.

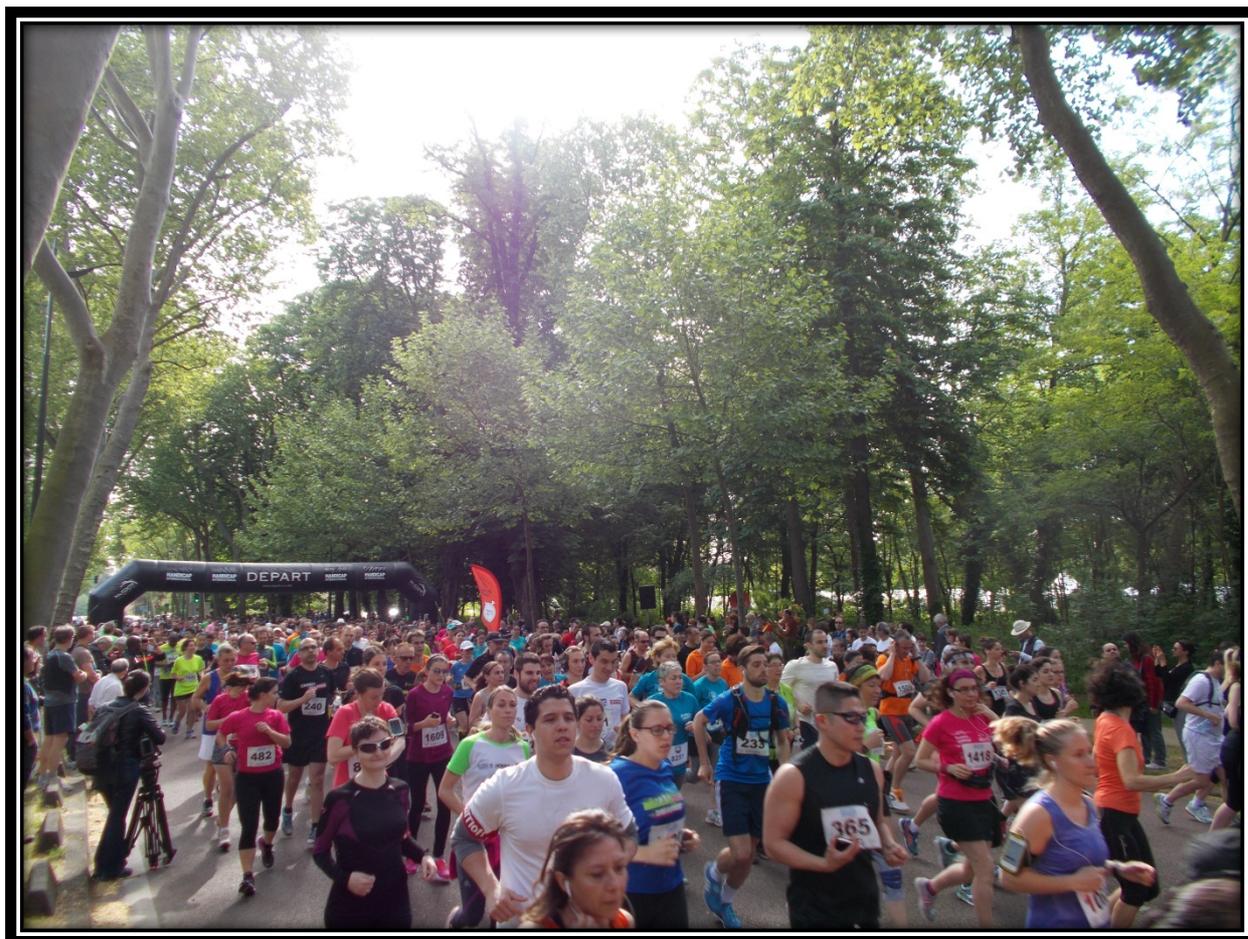


Photo 42 : départ du 10km de « Courir Ensemble » à 10h00 (photo prise le 19 mai 2015)

En me déplaçant sur le parcours je constate rapidement que « Courir Ensemble » prend littéralement son sens ici. La promesse est tenue. Mais la divergence d'objectif des participants est parfois étonnante à observer. Les entraîneurs motivent leurs coureurs au même endroit et parfois au même moment où les goélettes passent en musique sous les applaudissements des spectateurs. En ce qui concerne l'ambiance, s'il l'on pouvait ressentir une ambiance réellement festive et événementielle au moment du départ, très rapidement, l'étendue du site a entraîné une dilution des participants, des spectateurs, des sons et des cris au profit d'une atmosphère feutrée que je pressens relative au bois de Boulogne.

Je me déplace maintenant vers la ligne d'arrivée. Là encore, ce qui me frappe le plus est d'observer les différentes approches des participants par rapport à la course. Certains finissent à l'agonie et c'est encore un euphémisme. D'autres finissent au petit trot, en discutant. D'autres encore font le show en saluant les trois cents spectateurs environ qui se sont massés autour des 200 derniers mètres de la course. Les goélettes sont vivement applaudies. Les trois ou quatre personnes qui courent en transportant l'engin et la personne handicapée sont souriantes. Elles sont généralement en très bonne forme physique et sont donc en mesure de profiter de la « course », au-delà de son simple enjeu sportif. Ce sont généralement des entreprises qui sont représentées par les goélettes. Je vois aussi les pompiers ou France Télévision.

Le public est majoritairement composé de familles. Beaucoup d'entreprises sont représentées par un groupe de 5 ou 6 personnes. On participe donc à cet événement aussi pour créer de la cohésion ou pour accompagner une personne en situation de handicap. Beaucoup d'organismes sont présents de

la sorte dans la marche solidaire. Le reste est constitué essentiellement d'hommes seuls venus pour la compétition.

Je reste à l'arrivée. Je remarque rapidement un homme en costume avec une accréditation au milieu de la chaussée à 30 mètres de l'arrivée. Je mets quelques instants à comprendre son rôle. Il est chargé de repérer les « fraudeurs », les joggeurs qui se sont intégrés à la course sans avoir payé d'inscription. C'est donc ce que j'appellerai un « traqueur de dossard ». Un travail fastidieux qui correspond en réalité à râler 80% du temps et à faire des pas chassés les 20% restant. Toutes les dix secondes il crie « dossard ! ». Cela a le don d'exaspérer les joggeurs fatigués qui veulent juste terminer la course, profiter de l'arrivée, mais qui ont fait « l'impardonnable » erreur de placer leur dossard dans le dos. Les fraudeurs sont nombreux. Il y en a environ un sur 20 (sur 3000 participants) qui passent la ligne d'arrivée mais il faut rajouter tous ceux qui s'arrêtent à 300 mètres de la ligne, conscient au dernier moment du fait qu'il n'est pas très chevaleresque de s'infiltrer gratuitement dans une course caritative. La présence de cet homme s'explique donc logiquement mais cela induit une tension préjudiciable à l'arrivée de la course. Cela vient ternir un peu le rayonnement de l'instant qui est régulièrement redynamisé par l'arrivée chaleureusement saluée des goélettes.



Photo 43 : arrivée de « Courir Ensemble », les participants ovationnés (photo prise le 19 mai 2015)

Cette multiplicité de coureurs du dimanche qui ne participent pas à la course est bien le principal phénomène auquel doivent se heurter les organisateurs. En effet, en me postant au départ, je constate le nombre impressionnant de joggeurs qui sont « obligés » de passer sur le trottoir. Certains s'arrêtent par curiosité. Je pense notamment à ce jeune couple qui regrette d'avoir manqué l'information : « c'est dommage si on avait su cela plus tôt... ». Mais la majorité ne s'arrête pas. Mieux encore certains râlent même : « encore une course ! » entendrais-je. Les gens sont las de devoir profiter du bois malgré la tenue d'un « énième » événement. Ce dernier est donc perçu par certains comme une contrainte dans l'espace public. En corollaire, le lieu étant accessible à tous, il est impossible de le « privatiser » pour la course. C'est pourquoi de nombreuses personnes s'infiltreront sur le parcours, parfois des vélos en gênent même le bon déroulement. Si la cohabitation des usages dans l'espace public peut être un problème selon les catégories d'utilisateurs, ici, ce peut aussi être un enjeu à l'intérieur d'une même catégorie, les sportifs en l'occurrence.

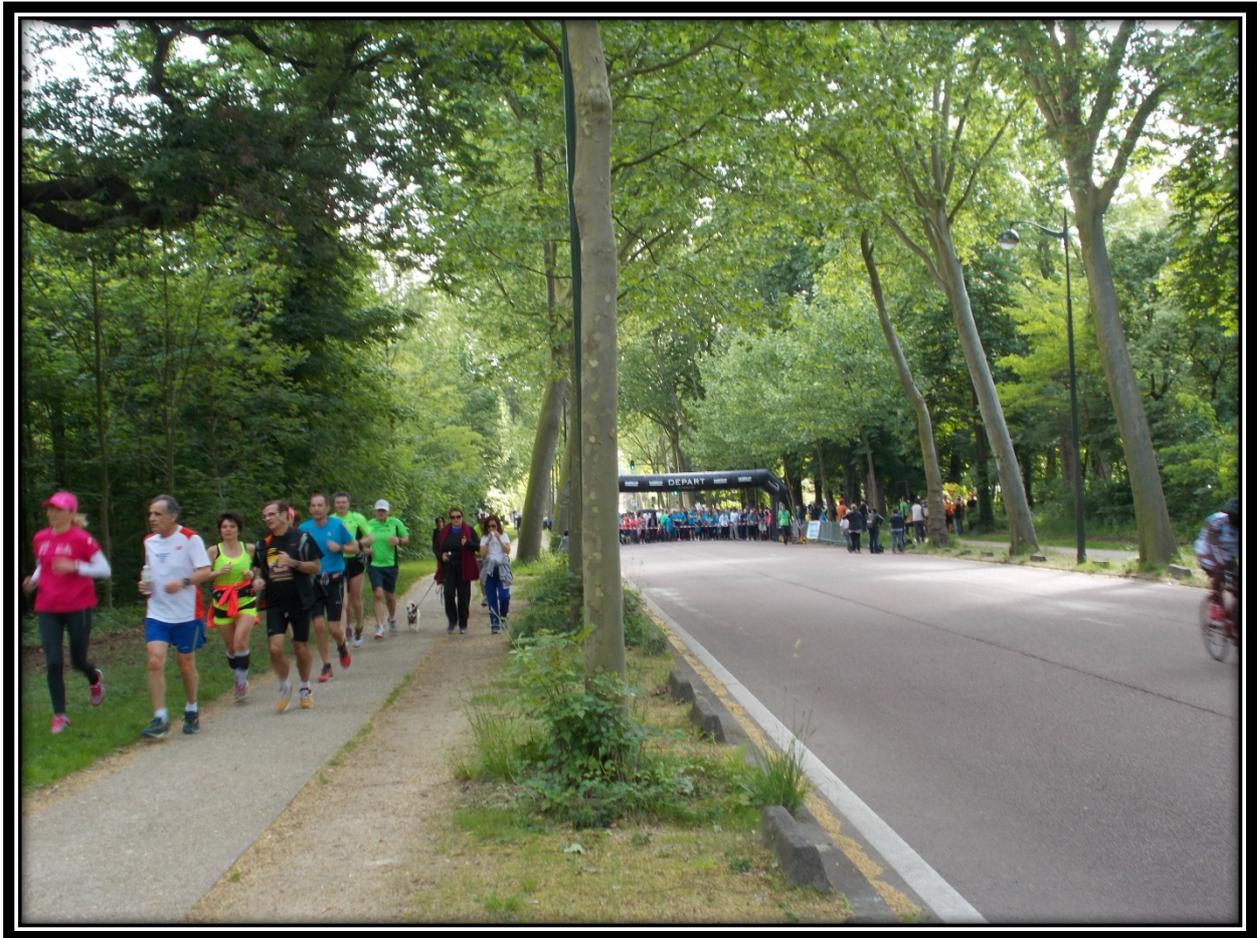


Photo 44 : illustration de la dilution de Courir Ensemble dans le bois de Boulogne où le sport auto-organisé est roi, cyclistes et joggeurs particuliers enserrant la course (photo prise le 19 mai 2015)

Difficile donc, de contenter tout le monde. La course à pied est le véritable fer de lance du sport auto-organisé. Mais il y a également des événements. Ceux-ci n'intéressent pas tout le monde. De nombreux joggeurs ne souhaitent pas entrer dans un cadre, aussi peu contraignant soit-il. Globalement il y a donc plus de coureurs du dimanche au bois de Boulogne que de la course Courir Ensemble. Cette dernière ne parvient pas à mobiliser tous ces sportifs. Ce n'est pas un événement de masse malgré la diversité des formules et la volonté de s'adresser au plus grand nombre. En résulte une impression générale un peu contrastée. Je constate le peu de personnes en situation de handicap participant à l'événement par rapport à l'ensemble des inscrits. À l'arrivée, c'est d'autant plus facile à remarquer qu'ils ont droit à une belle ovation. Sur les 3000 inscrits environ il y a entre 5 et 10% d'handicapés (200 environ). Le message s'en retrouve dilué.

Pourtant il semble relativement avisé d'avoir inscrit la course dans le calendrier de la fédération d'athlétisme et du Paris Running Tour, d'autant plus que cela permet d'avoir une base de 2000 coureurs chaque année... C'est un bon moyen d'assurer la pérennité de l'événement. Mais puisqu'il n'y a pas de collecte et que les inscriptions couvrent à peine le coût de l'événement, on peut finalement se poser la question de l'intérêt réel pour la cause du handicap ce jour, au-delà d'une certaine exposition et de la visibilité qui peut en découler. La marche solidaire qui mobilise une grande diversité de profils valide cependant le message « Courir Ensemble ».

Le village quant à lui est plutôt vivant. La grande majorité des coureurs, même s'il ne reste pas longtemps, y font un tour. Il est bien fréquenté avec toujours beaucoup de musique. Un speaker ne prend la parole qu'avec parcimonie pour mentionner quelques partenaires ou faire le point sur la

course. Les partenaires mentionnés précédemment n'ont pas forcément d'activités à proposer dans leur stand. Il s'agit seulement d'une vitrine de l'activité de l'organisme avec des flyers. Il en résulte une certaine inertie. Les massages eux semblent très bien fonctionner. Je constate une file d'attente toute la matinée. Le village est donc actif mais il n'est en aucun cas le moteur de l'événement.

Quelques personnalités du monde du sport sont présentes pour soutenir la cause. Evelyne Ciriegi, présidente du comité régional olympique et sportif d'Ile-de-France ou encore Ryadh Sallem champion de natation, de basket-ball et de rugby fauteuil, et vice-président de l'Agence pour l'éducation par le sport. Ils prennent la parole au moment de la remise des récompenses. L'ambiance est très conviviale à cet instant, tout le monde se parle. On peut sentir que de nombreuses barrières sont tombées à la fin de l'événement au sein du public et des participants. Nous sommes tous là pour une cause (sauf moi !) et nous nous respectons pour cela. On ne peut que regretter cependant le fait qu'il n'y ait plus qu'une centaine de personnes environ à la remise des récompenses. Si l'on remet cela en perspective avec les 3000 inscrits, cela fait peu.



Photo 45 : remise des prix par Evelyne Ciriegi avec les bénévoles de l'association (tee-shirt verts)
(photo prise le 19 mai 2015)

Je profite de la matinée pour rencontrer les responsables France d'Handicap International dans la tente des relations publiques. Je m'entretiendrais également avec Evelyne Ciriegi qui me confiera qu'il est important pour le CROSIF d'être là, de soutenir. « Il faut être présent sur les événements c'est primordial... et particulièrement aujourd'hui car c'est ici que l'expression vivre ensemble prend réellement sens ». Selon elle l'événement doit grandir et se dérouler à Paris désormais. Beaucoup le souhaitent. Une caméra suivait la course pour un reportage devant être diffusé sur TF1. La journaliste

interviewait les lauréats et les organisateurs après la remise de récompenses. Cela apporte de la crédibilité à l'événement.

À la fin de la matinée, j'essaie de faire une petite conclusion. L'ambiance ressentie est un bon indicateur pour cela. En repensant à la matinée, je la qualifierai de conviviale à défaut d'être chaleureuse. La remise des récompenses qui fut suivie d'un spectacle de percussions a été un vrai moment de partage. On sentait bien l'importance du moment, l'émotion même chez certains. Cependant en prenant du recul, il est nécessaire de remarquer que chacun vit l'événement de manière différente pendant la course. Trop différente peut-être. Ce qui semble a priori être un élément rassembleur me paraît plutôt être une limite au développement de l'événement qui tente de jouer sur plusieurs tableaux. Il est dès lors difficile de percevoir une réelle identité d'événement tant les objectifs des uns et des autres sont différents. Ce ressenti sera confirmé au moment de la remise des prix puisque la quasi-totalité des coureurs compétiteurs sont partis dès la fin de la course. Il ne reste plus qu'une centaine de personnes. Pour la plupart, des personnes en situation de handicap et leur entourage. Courir Ensemble oui. Participer à un événement ensemble, non.

2.2.5 LNB All Star Game (Commercial – Acteur privé non marchand)

Construit sur la base d'un « show à l'américaine » similaire aux matchs de NBA, le LNB All Star Game réunit sur le parquet de Paris Bercy le meilleur du basket-ball français. Un match de gala est ponctué par des concours (3 points, dunk, meneur) dans une mise en scène dynamique et rythmée. D'autres animations telles que de la danse ou des « dunks freestyle » viennent nourrir le spectacle. Depuis les années 2000, plus de 15 000 spectateurs viennent assister à l'événement dans la plus grande salle de France.

Nous identifions quatre volontés premières à propos du « LNB All Star Game ». D'un point de vue externe nous ressortons deux dimensions à l'attention de deux cibles différentes : les spectateurs (divertir) et les joueurs (célébrer). Les volontés premières internes sont de mettre en valeur la discipline en espérant que cela soit bénéfique indirectement en termes d'adhésions⁵⁵. C'est plus généralement l'objectif de créer de la dynamique dans la discipline en soignant son image. L'organisation de l'événement est aussi motivée par une attente en termes de retombées médias et financières. Cet objectif a pris de plus en plus de place ces dernières années.

Il est à ce titre important de préciser que ce tableau se base sur l'édition actuelle de l'événement. En retraçant son histoire, nous avons vu que les priorités ont évolué selon trois grandes périodes représentées dans la frise historique : avant 2002 (promotion et fête), de 2002 à la fin des années 2000 (promotion et croissance), à partir de 2010 (promotion et rentabilité). La dimension promotionnelle reste le fil conducteur. Toutefois, la reprise en 2002 par Nike et Sport Plus Conseil a recentré le dispositif qui perdait régulièrement en attractivité depuis le milieu des années 1990. Ce repositionnement ambitieux s'est accompagné d'une stratégie de croissance progressive (budget, attractivité, animation). Une fois l'événement installé dans le calendrier national du basket-ball (et le calendrier parisien de l'événementiel), Nike le producteur, a intégré des objectifs de rentabilité. Malgré le départ de la marque à la virgule en 2016, la sphère commerciale principalement promotionnelle qui sous-tend la conception de l'événement jusque-là, se fait désormais sous contrainte de rendement.

Volontés premières externes	Volontés premières internes
Proposer un spectacle divertissant et familial	Mettre en valeur la discipline pour entraîner indirectement des adhésions, du dynamisme
Récompenser les meilleurs joueurs	Bénéficier de retombées médiatiques et financières

Tableau 24 : les volontés premières du « LNB All Star Game »

⁵⁵ Extrait d'entretien, Jean-Pierre Siutat, président de la fédération française de basket-ball, vice-Président du CNOSF.

2.2.5.1 Observation du LNB All Star Game, le 30 décembre 2015

De 17h40 à 23h00.

J'arrive sur site par la ligne 6 du métro et sa station Bercy. Aucun indice faisant référence à l'événement n'est perceptible dans le métro. En sortant, en revanche, je suis sollicité par deux douzaines d'hommes environ répartis autour des sorties. Ils proposent d'acheter ou de revendre des places (9/10 achètent, 1/10 vend). Un homme en gilet jaune fait la circulation et répète à foison : « les entrées sont au bout de la rue à gauche ». Cette affirmation n'est pas tout à fait exacte dans la mesure où l'entrée principale, celle du grand hall est bien derrière lui. Mais dès 18h00 (le début du show est à 19h), les entrées ne se font plus que par un point. Je comprends qu'il indique en fait le début de la file d'attente qui s'étend déjà. Ces restrictions sont dues au plan Vigipirate renforcé ce jour en raison de l'état d'urgence décrété par le gouvernement suite aux attentats du 13 novembre 2015 à Paris. Le seul goulet de sécurité prévu pour les 16 000 personnes attendues se traduit logiquement par un allongement de la queue. Dès lors, une très longue file d'attente s'organise en serpentins aux abords de la salle à partir de 18h20 condamnant les spectateurs arrivant après 18h40 à environ 40 minutes d'attente. La file est patiente et disciplinée. Tout se déroule très bien et les agents de sécurité (trois types : gilets jaunes, vigiles avec K-Way sécurité et CRS) n'ont qu'un léger travail d'orientation à effectuer en plus de la surveillance. Nous avons reçu un mail deux jours avant nous prévenant du renforcement des contrôles et de la nécessité de se présenter avec son billet le plus tôt possible. En conséquence les choses se déroulent comme prévues. En ce qui me concerne je parviens à me faufiler dans l'enceinte très rapidement avant que l'attente ne soit trop longue. En me postant à l'intérieur, je réalise que j'ai doublé sans réellement le faire exprès 3000 personnes n'ayant pas pris la file à son commencement. Je ne m'excuse pas et pénètre dans l'enceinte.

Un deuxième contrôle se déroule dans le hall du rez-de-chaussée. Je suis étonné dans cette partie de l'enceinte de ne distinguer ni objets ni affichage relatif à l'événement du soir. Le salon Playstation fait salle comble. Sony est partenaire de l'Accor Hôtel Arena. Une boutique est assaillie par le public. On y vend des maillots et des goodies relatifs à l'événement. C'est la première fois que je vois des éléments en lien avec le basket-ball mais toujours rien par rapport à l'événement à proprement parler. L'enceinte, refaite à neuve récemment est assez impersonnelle avec sa dominante de tons blancs et gris. Les emplacements réservés aux événements et aux animations périphériques sont restreints et encadrés. On a de suite l'impression que l'Accor Hôtel Arena se prête au jeu du All Star Game à minima. C'est l'événement qui s'adapte à l'enceinte et non l'inverse.

En franchissant la dernière barrière de sécurité et en montant les escalators, je quitte le hall pour avoir accès aux travées de la salle. Il m'est alors possible de faire tout le tour des gradins. L'espace est grand, le site est très épuré, les boutiques réparties régulièrement mais avec parcimonie, de sorte que l'on peut s'y balader aisément même lorsque la salle est comble. Une autre boutique, du LNB All Star Game cette fois-ci, attire mon attention. C'est véritablement la première fois que j'entrevois un élément inhérent à l'événement. Jusque-là ce pouvait tout aussi bien être un concert de Kendji. Je suis étonné de constater cette rigidité. Les hôtes et hôtesse vêtus de tailleurs ou de costumes cravates stricts contribuent à cette impression. Tout est très propre. Il n'y a aucun affichage de l'événement. C'est le show, c'est la fête, les outils de communication le répètent assez, mais sur site avant d'entrer dans la salle, ce sont la sécurité et la rigidité qui prévalent.

En faisant le tour de l'enceinte, je constate qu'il n'y a que très peu d'animations (4 en tout). L'une d'entre elles attire particulièrement mon attention. Pas que la mienne d'ailleurs puisque beaucoup de personnes s'y agglomèrent. SFR vous propose de shooter sur un mur lumineux dans un simulacre de lancer franc. Les participants gagnent des goodies de la marque de téléphonie mobile. La file d'attente est très longue. Je l'explique plus en raison de la rareté des animations, que de l'intérêt de celle-ci en particulier. Coca Cola un peu plus loin propose un mur interactif. Mais celui-ci, comme le

salon Playstation est permanent sur le site, cela n'a rien à voir avec notre événement. Hormis cette animation SFR donc, l'essentiel des travées est constitué de deux boutiques et de très nombreux points de ventes de nourriture. Bref, le spectacle n'est pas en dehors de la salle.



Photo 46 : sponsors et boutiques jalonnent l'enceinte, dépourvue d'un marquage lié à l'événement (photo prise le 30 décembre 2015)

Les spectateurs sont relativement hétérogènes, un public familial se distingue nettement. Plus grands, plus larges, les basketteurs sont d'évidence facilement repérables. Sur le programme que l'on nous donne il est écrit : « un spectacle pour toute la famille ». Le message semble être bien entendu. Nous serons même surpris d'apercevoir des enfants de deux ans dans les travées en compagnie de leurs parents, de landaus... Je me dis que malgré ce qui est annoncé, la soirée devrait quand même leur paraître longue. J'entre dans la salle à 18h50.

Les gradins sont bien loin d'être remplis. À 10 minutes du début du show nous pouvons considérer que nous sommes à 60% de remplissage. La salle est assez impressionnante. C'est la première fois qu'elle reprend une configuration sportive depuis la réouverture. Je ne suis pas très bien placé. La place invitée dont je dispose se situe face à un grillage qui me filtrera la vue toute la soirée. Invité oui, mais pas de marque.

L'affichage des panneaux LED présente en boucle les différents sponsors. Quand j'arrive, c'est encore « un spectacle pour toute la famille » qui est affiché. C'est logique bien sûr puisque c'est le positionnement de l'ensemble, mais je ne m'attendais pas à ce que cela soit encore clamé avec vigueur une fois sur site. L'événement a été renommé depuis le retrait de Nike. Il s'intitule désormais « LNB All Star Game ». Sport Plus Conseil reprend l'organisation et assume désormais le risque financier en tant que producteur délégué de la LNB. Le speaker mentionnera rapidement cette réorganisation et les différents partenaires dans son discours introductif de 2 minutes. Les autres sponsors visibles sont : RMC, Direct Matin, IDSLI intérim, SFR, Ma Chaîne Sport, NBA 2K16, Basket Hebdo, Peak, Caisse d'Épargne, Spalding.

Je suis frappé en m'asseyant dans les gradins d'observer le nombre de personnes qui consomment (environ 7/10). En faisant débiter le show à 19h00, les organisateurs encouragent la consommation. Le spectacle commence à 19h05. La salle plongée dans le noir, un jeu de sons et lumières en guise d'introduction du spectacle. Le speaker et le commentateur vedette Georges Eddy prennent rapidement la parole pour introduire la soirée et chauffer le public. Ray Castoldi, musicien venu tout droit de la NBA est annoncé. C'est l'organiste qui a créé la fameuse petite musique qui relance l'ambiance dans les salles NBA façon jingle de cartoon. Le public n'est pas très réactif dès l'entame

malgré le professionnalisme certain des speakers. Le fait que la salle ne soit pas remplie et que les gens continuent à affluer régulièrement, dérangeant ceux qui sont déjà installés, n'y est certainement pas étranger. La musique, forte et entraînant, permet d'enrober le tout.

À 19h10 le concours des meneurs débute. Les premiers temps sont ceux des applaudissements cordiaux. On sent bien que la très grande majorité du public ne connaît pas les joueurs, mais cela n'empêche pas d'applaudir et de se prendre au jeu. La mécanique du concours, rapide et bien huilée fonctionne bien. La musique, toujours des thèmes dansants de hip-hop américain retentit avec vigueur, Ray Castoldi à la manette. On comprend vite en réalité que les joueurs ne sont qu'un alibi, presque autant que le concours. C'est simplement une animation qui permet d'introduire la soirée avec de beaux mouvements bien exécutés assez accessibles et que la « famille », si chère aux organisateurs, peut apprécier. Pour justifier cela nous évoquerons, par exemple, ce joueur Axel Julien, favori du concours qui gagne facilement sa manche. Aléa du tirage au sort et des qualifications, il doit jouer sa demi-finale dans la foulée (littéralement puisqu'il y a 30 secondes à peu près entre chaque passage). Il perd logiquement au chronomètre. Ici, l'équité et la compétition sont sacrifiées sur l'autel du spectacle par la pragmatique épée du rythme de « l'Entertainment ».

Le concours se termine vers 19h30. La « Squad » entre en scène. C'est une équipe constituée de jeunes hommes et femmes qui ont pour mission de redonner de l'entrain au public, de lancer des cadeaux (tee-shirts, casquettes) et d'exciter de manière générale la foule. L'objectif est de ne pas laisser de temps morts ni de répit entre les différents concours/animations. La musique est encore plus forte pendant ces interludes, qui sont relativement courts mais intenses (pas plus de deux minutes). Des danseurs de « break dance » présentent ensuite un spectacle de cinq minutes, le temps de mettre en place le concours à 3 points. Tout s'enchaîne très bien et surtout rien n'est laissé au hasard. Nous apprendrons par la suite, qu'une répétition se tenait d'ailleurs la veille dans la salle. Le concours à 3 points débute, et de la même manière que pour les meneurs, le public s'enthousiasme de plus en plus au fil des manches. Certains joueurs comme Rodrigue Beaubois (qui a joué plusieurs années en NBA) sont acclamés et bénéficient clairement d'une aura supérieure à leurs homologues. Globalement cependant on sent bien que les joueurs ne sont pas bien connus des spectateurs, plus enclins à s'enthousiasmer pour l'ambiance et le concours que pour soutenir un joueur en particulier. L'un d'entre eux réalisant une performance remarquable au concours (23 points) fait d'ailleurs lever la salle.

La présentation du match des étoiles débute à 20h00. Les jeux de lumières s'intensifient, le nom des joueurs apparaît sur les écrans géants et les panneaux LED. Malgré un léger problème de lumière lors de l'entrée du premier joueur français, à peine perceptible, l'enrobage est d'une grande qualité visuelle et répond à la promesse de show évoquée dans les outils de communication. Les joueurs français bénéficient d'un accueil un peu plus chaleureux, ils sont à domicile et le public est avec eux. Les speakers contribuent aussi à créer cette empathie.



Photo 47 : présentation du « match des étoiles », LNB All Star Game 2015 (photo prise le 30 décembre 2015)

Pendant l'échauffement des joueurs, des mascottes de franchise NBA, font un petit numéro : Franklin le chien de Philadelphie nous fait le « moonwalk », Hugo l'abeille des Charlotte Hornets se lâche dans une mini comédie musicale, G-Wiz des Washington Wizards chute à répétition à la Pierre Richard... Bref, ces mini-scènes humoristiques font rire toute la famille. Si les petits semblent se régaler en voyant les mouvements déroutants de ces marionnettes, le spectacle est assez bien ficelé pour atteindre aussi les plus grands. Cela fonctionne très bien et chaque intervention de ces mascottes dans la soirée sera largement saluée par le public, qui parfois même, est amené à interagir.



Photo 48 : mascottes animant les transitions et jouant avec le public (photo prise le 30 décembre 2015)

Ce qui m'étonne à ce moment est l'omniprésence de la musique américaine et des références au basket-ball américain. Pas un son français ne sera passé dans la soirée. Ce positionnement, confirmé par les mascottes de NBA, les termes employés (cheerleaders, squad, all star, skills challenge), la venue de Ray Castoldi, confère le sentiment d'assister à un spectacle confiné entre pastiche et fantasme. En voulant ressembler en tout point à ce qui se fait outre-Atlantique, jusqu'à en mettre en scène certains de ses acteurs, la LNB semble ne pas se donner les moyens de se créer sa propre identité. Ce n'est pas le fait que l'événement américain mette en scène le concours meneur de la même manière que lors du « all star game » (un parcours parallèle) qui nous fait changer d'avis. La ligue, à travers cet événement procède par ressemblance, coincée entre envie et plagiat. Le championnat de basket-ball français en faisant ce choix, se place indirectement en sous ligue d'une NBA toute puissante, cherchant à en imiter les moindres détails. Cela se fait au détriment d'une culture européenne différente de la discipline, du jeu, qui ne peut s'exprimer face à l'efficacité indéniable du modèle américain. En assistant à l'événement, ce parti pris radical nous semble dommageable puisqu'au mieux, cela sera une duplication honnête de l'original. Il est évident qu'il est plus facile de reprendre un concept qui a déjà fait ses preuves plutôt que de créer un nouveau rendez-vous. La discipline se prête bien à cette dimension spectaculaire du jeu. En conséquence, elle est mise en scène selon des codes qui fonctionnent en dépit même des singularités d'une culture pouvant dresser les contours d'une identité émancipée du modèle référent.

En outre, le public français ne semble pas réagir de la même manière qu'outre-Atlantique. Il est classique de voir aux États-Unis les caméras de télévision se balader dans les gradins et filmer les spectateurs en train de danser ou de réagir avec entrain à ce qui est proposé dans la salle. Nous pouvons par exemple mentionner la « CamKiss », classique animation des matchs NBA où la caméra s'arrêtant sur un couple, invite ce dernier à s'embrasser pour remporter un lot quelconque. Le même système fonctionne avec la danse ou le bodybuilding (faire ressortir ses biceps de manière caricaturale sur l'écran géant et gagner un lot à l'applaudimètre). Tous ces éléments font partie d'une culture amenant à considérer le spectacle sportif par le prisme du spectacle et de la fête, à l'inverse d'une considération première plus compétitive en Europe. Cela renvoie bien sûr de manière plus générale aux modèles d'organisation des ligues sportives professionnelles (« ouverte » et « fermée »). Mais sans aller plus loin à ce niveau, il nous semblait important de rappeler cette distinction primordiale liée à des cultures sportives différentes. D'ailleurs, lors du LNB All Star Game 2015, tout est fait pour que les gens se lèvent et dansent. La réalité française est différente : nous n'observons pas ce genre de comportement dans les gradins ou de manière très marginale. Aux États-Unis, il est commun de voir les familles économiser beaucoup pour aller voir un spectacle sportif. Ils y passent plusieurs heures, y mangent, s'amusent, font beaucoup d'attractions "off". La vie et les dépenses dans l'enceinte sont culturellement différentes.

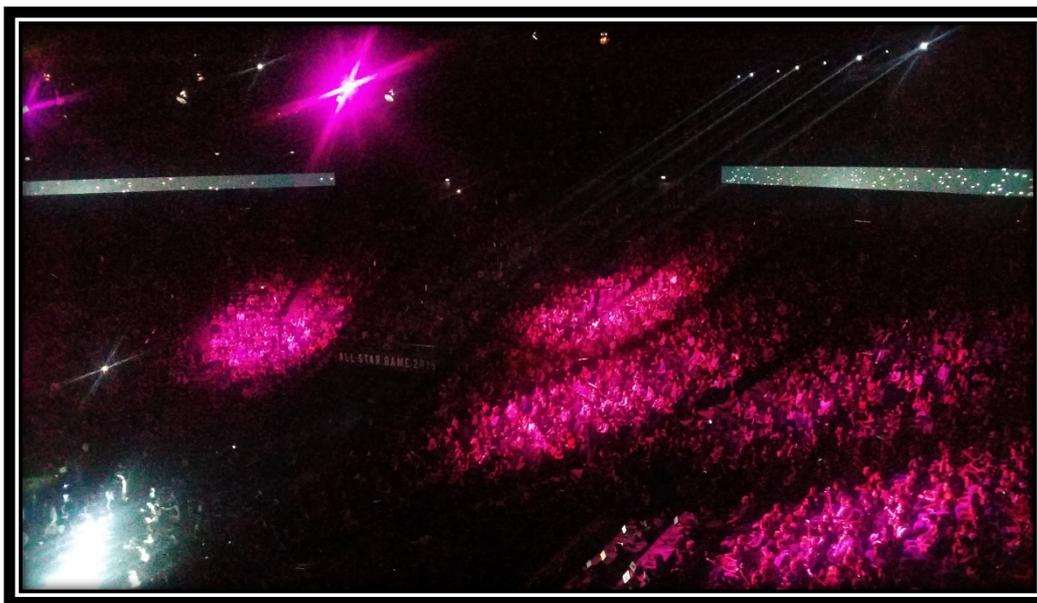


Photo 49 : une des nombreuses animations impliquant le public (photo prise le 30 décembre 2015)

Il est vrai cependant que le temps d'une soirée, bien qu'il n'y ait que peu de manifestations de joie exacerbée, le public se prend globalement au jeu. Mais quel est le réel intérêt de ce déploiement de moyens si dès le week-end prochain les spectateurs du match Cholet-Nanterre se retrouvent dans une salle de 3000 places mal chauffée avec une sono saturée ? Je force sur le trait mais c'est bien le sentiment qui me traverse à cet instant de la soirée : cet événement est tellement différent et décalé de ce qui se fait chaque week-end pendant le championnat, qu'il ne peut qu'être une bulle brillante déconnectée du quotidien de la discipline, à défaut d'en être la locomotive.

Nous avons aussi le sentiment que le nombre d'animations, de dispositifs et de jeux prévus pour chauffer la salle et exciter l'audience, tend en réalité à mettre les individus en situation d'attente. Dès lors, le public devient presque assisté : on applaudit lorsque l'on nous dit d'applaudir, on attend la musique, les instructions de l'amuseur. Puisque c'est toutes les 20 secondes environ ce n'est pas un problème pour le rendu et l'ambiance, mais cela altère indéniablement la spontanéité. Dans les gradins cela se traduit par de la réaction, bien plus que de l'action ou de l'initiative.

Juste avant le début du match, Georges Eddy nous éclaire sur le nombre de personnes présentes ce soir dans la salle. Verdict : 15 667. C'est le record pour le nouveau Bercy en configuration sportive. Le speaker souligne quant à lui cette belle performance « surtout dans le contexte que nous connaissons ».

Le match débute. Nous n'allons pas écrire grand chose sur le déroulé de la rencontre, très haché par les animations. Les temps morts sont aussi prévus dans le conducteur de la soirée. C'est le moyen d'annoncer les changements de joueurs et de faire revenir les mascottes, la « squad » ou les « pom pom girls ». Le match en lui-même est un match d'exhibition. Les joueurs ne défendent pas et laissent les adversaires atteindre les paniers avec un nombre de « alley-oops » considérables. En réalité cela n'a rien à voir avec un vrai match de basket-ball. Les contacts physiques et les contestations de tirs sont inexistantes. Le premier temps mort intervient après 4 minutes de jeu. Les français sont déjà menés 12-23, presque un score de fin de quart temps. En revenant du temps mort, les étrangers leur ouvrent clairement les portes de leur raquette pendant les 6 prochaines minutes. Bref, c'est un match de gala.

La finale du concours à 3 points se déroule à la fin du premier quart temps. Les joueurs des équipes des étoiles restés sur le banc en attendant la reprise du match suivent le concours avec intérêt. J'en

vois même certains qui filment le concours avec un téléphone portable. Cela semble indiquer que pour les joueurs il s'agit bien d'un rendez-vous important. C'est un type de salle et d'ambiance qu'ils n'ont pas forcément l'habitude de fréquenter. Cela amène une forme de sympathie à l'égard du spectacle proposé, puisqu'il semble être savouré par les acteurs eux-mêmes.

À la mi-temps c'est le concours de « dunks ». Là encore l'animation fonctionne bien, les athlètes étant très spectaculaires. Même lorsqu'ils ratent leurs « dunks », cela crée une forme d'empathie dans la salle conduisant à une explosion quand la 6^e tentative est admirablement réussie. Les mascottes toujours dans les environs vont et viennent. Chaque concours est sponsorisé par une marque qui habille de son logo et de ses couleurs la salle le temps de son déroulement. Impeccable mise en scène.

Entre le troisième et le dernier quart temps, c'est le fameux concours à 100 000€. C'est un moment intéressant qui fait monter la tension dans la salle, puisque n'importe quel spectateur peut être désigné par le faisceau lumineux pour tenter sa chance du milieu du terrain. Là encore, les jeux de lumière et l'enrobage sont de qualité et permettent de créer une montée en puissance jusqu'à la désignation de l'heureux élu. Pas forcément si heureux d'ailleurs puisque le défi est quand même très relevé pour quelqu'un qui n'a jamais pratiqué le basket-ball (une des conditions pour participer étant de ne pas avoir de licence fédérale). Un dénommé Jacky remporte le droit de tenter sa chance. Ce sympathique quinquagénaire bénéficie de suite du soutien sans faille des 15 666 personnes scandant son nom à tue-tête. À défaut d'avoir effectué un tir qui restera dans les annales, il aura au moins vécu un moment unique. C'est aussi la promesse de l'événement que de faire vivre un spectacle, un show unique dans une ambiance festive, conviviale et familiale. À ces égards, cette animation est une belle synthèse de la soirée. Elle est d'ailleurs suivie d'une grande chorégraphie avec tous les acteurs des interludes (mascottes, squad, cheerleaders, danseurs) en guise de « générique de fin ».

Lors du dernier quart temps, nous assistons à un vrai match de basket-ball durant 3 minutes. Les deux équipes relativement proches au score resserrent les défenses et donnent à voir un spectacle différent : moins aérien mais bien plus réaliste. Les français surclassent les étrangers dans cette période et prennent vite 15 points d'avance. Cela sonne le retour des « portes ouvertes ». Les joueurs, évoluant sur le terrain avec beaucoup de désinvolture semblent vraiment attendre la fin du chronomètre tout le reste de la partie.



Photo 50 : la fin du match des étoiles (photo prise le 30 décembre 2015)

La volonté première est bien ce que nous observons sur site. Beaucoup de familles, quelques initiés, un spectacle mobilisant beaucoup de moyens, très rythmé, résolument efficace. La soirée est conçue de telle sorte que même si l'on ne connaît pas les joueurs, ou si l'on n'est pas un fan de basket-ball, on doit passer un moment agréable. En cela c'est remarquable. C'est d'ailleurs sur ce compromis que se base la réussite du show comme en atteste les guichets fermés chaque année. Même s'il y a des codes et des attitudes liés à certains mouvements particuliers tels que les dunks, la dimension spectaculaire de ces mouvements les rend accessibles à tous. Le slogan de la ligue professionnelle est « laissez-vous prendre au jeu ». Il est donc clair que l'on cherche à valoriser une dimension spectacle à l'égard du grand public pour développer la discipline.

Lors de cet événement, on est parfois même plus proche du cirque avec des joueurs acrobates et des mascottes clowns. Le match en lui-même n'a aucun intérêt. Il est entrecoupé de très nombreuses animations positionnant l'ensemble dans une copie de NBA All Star Game, en en reprenant tous les codes. Les partenaires sont globalement assez discrets sur site (un peu pendant le match, presque rien dans les travées), et le marquage urbain inexistant.

À 22h40, le « buzzeur » final retentit. C'est le moment de la remise des trophées par le président de la ligue Alain Béral et des photos partenaires protocolaires. Ni la fédération, ni la ville de Paris ne sont représentées ce soir. Le public ne se presse pas spécialement pour quitter les gradins. Environ 70% de ces derniers sont encore remplis pendant la remise des trophées. Les gens se prennent en photos devant le terrain, avec les joueurs ou les divers acteurs.

Ambiance festive, événement que nous qualifierons d'efficace, le « LNB All Star Game 2015 » semble remplir son rôle en proposant une soirée divertissante à son public cible : le grand public. Cependant, en se positionnant globalement en pastiche d'une soirée de basketball professionnel classique outre-atlantique les organisateurs s'appuient sur des codes qui n'ont pas forcément d'ancrages culturels en France. En conséquence, l'événement se concentre sur le show. Les acteurs publics institutionnels ne sont ni mobilisés, ni conviés. À ces égards l'événement ne crée pas de synergies, ni d'externalités positives afférentes. En conclusion de cette note nous nous remémorons les mots de Jean Vuillermoz⁵⁶ : « il ne faut pas surestimer le potentiel de cet événement ».

Pour le voir en direct à la télévision, il fallait être abonné à Ma Chaine Sport. Une rediffusion d'une heure sous forme de best of est passée sur l'Equipe 21 à 23h00 le 30 décembre. C'est le match des étoiles qui est diffusé en intégralité. Sur Ma Chaine Sport, toute la retransmission est conçue autour du match. Les animations et mini spectacles en guise d'interludes ne sont pas retransmis, ou très peu. À la place, il y a beaucoup d'interviews avec d'anciens joueurs. Le « LNB All Star Game 2015 » à la télévision est avant tout une célébration du sérail qui laisse de côté la dimension spectaculaire qui fait pourtant tout le sel de la soirée. Depuis 2015, l'événement est pour la première fois diffusé en direct sur une chaîne de la TNT : L'Equipe 21. Cela consacre un peu plus le rayonnement médiatique du projet et la dimension grand public vouée à souligner en premier lieu le spectacle inhérent à la discipline.

⁵⁶ Adjoint au maire de Paris Bertrand Delanoë, en charge des Sports de 2008 à 2014.

2.2.6 La Parisienne (Commercial - Acteur privé marchand)

« La Parisienne » est un événement sportif récurrent organisé autour du Champ de Mars en septembre par la société privée du même nom. Cet événement (course à pied, village et activités diverses sur 3 jours) cristallise un positionnement singulier et novateur qui trouve l'assentiment du public (35 000 personnes en 2014). Son positionnement à la fois festif et dynamique surfe sur une approche différente du sport épousant certaines valeurs sociétales dont il peut se faire l'écho (santé, détente, performance). C'est avant toute chose une course féminine de 6,7 kilomètres, assortie d'un village constitué d'animations sportives et ludiques établi sur trois jours. L'inscription est payante. Elle est ouverte aux femmes et groupes d'entreprises.

La volonté première externe est l'organisation d'une course féminine festive. Toutefois, la dimension commerciale, identifiable ne serait-ce que par le prix d'inscription, souligne les impératifs de rentabilité qui sous-tendent l'ensemble du projet. C'est la raison pour laquelle cet événement, organisé par une société privée s'inscrit dans la catégorie « commerciale » de notre typologie. L'autre volonté première interne identifiée dans le discours des acteurs, est cette recherche de développement du sport féminin par le secteur marchand. C'est notamment le cas en développant d'autres activités en parallèle de la course, autour du coaching ou de danses sportives phagocytées par une dimension fitness représentée par un partenaire principal (en l'occurrence l'équipementier Reebok). Enfin, une autre volonté première externe existe autour de la récolte de fonds pour la recherche médicale. En effet, une partie des recettes est allouée à des organismes scientifiques.

Volontés premières externes	Volonté premières internes
Organise une course féminine festive	Organiser un événement rentable voire « profitable »
Récolter des fonds pour la recherche médicale	Développement une approche du sport féminin par le secteur marchand

Tableau 25 : les volontés premières de « La Parisienne »



Figure 10 : le logo de « La Parisienne »

Il y a deux notes d'observation concernant « La Parisienne ». La première porte sur le village construit en parallèle de la course, qui se tient du côté de l'Ecole Militaire, sur le Champ de Mars du vendredi au dimanche. La seconde traite du dimanche matin et de la course en elle-même, principal objet autour duquel est construit le projet événementiel.

2.2.6.1 Observation du village de La Parisienne, le samedi 13 septembre 2014

De 12h30 à 14h30. Météo : beau temps clair, 24°C.

Je sors à la station de métro du Trocadéro. Il fait beau temps. Les touristes déambulent allègrement. Rien d'inhabituel jusque-là. S'il n'y a pas d'effervescence particulière sur la place, (en dehors de l'effervescence habituelle d'un samedi matin ensoleillé) on peut la percevoir au loin avec la présence de nombreux drapeaux colorés grimpants vers les cieux. Je les vois mais je ne peux deviner ce qu'ils représentent. J'entends également des klaxons... probablement plus liés à un mariage qu'à l'événement. Cela m'amène à faire une observation primordiale d'emblée qui nous est également faite au sujet du « Famillathlon » : l'emplacement de ces événements rend difficile l'évaluation du nombre de spectateurs et l'impact réel sur le lieu d'implantation. En effet, sur les 15 000 personnes qui peuvent être annoncées dans le village de « La Parisienne », il y en a peut-être 12 000 qui ne sont que des « promeneurs du Champ de Mars ». Il faut donc prendre toutes les observations sur ce site avec beaucoup de recul et une relative prudence quant au public puisque nous sommes sur des sites ouverts, très fréquentés touristiquement.

Ayant cela en tête, je me rapproche des drapeaux que j'aperçois au loin, derrière la tour Eiffel. Le village est du côté de l'Ecole Militaire. En me rapprochant, je traverse la foule habituelle sous la réalisation de Gustave Eiffel. Je passe la route et me retrouve sur le Champ de Mars. Je vois pour la première fois des jeunes hommes et femmes, vêtus d'orange fluo (le fluo sera le fil conducteur du week-end !). Ils accostent exclusivement des femmes pour leur parler de l'événement, de la course et des activités.

À 13h00, j'entre dans le site. De larges banderoles « La Parisienne » ornent les barrières et stands de l'extérieur. Le marquage urbain est voyant, quoique confiné aux abords du village. Un plan présente sa disposition. Il n'y a pas foule. Il y a plus de monde sous la tour Eiffel. Je me dis alors que l'événementiel, qu'il soit sportif ou non, n'apportera qu'en de très rares occasions du public sur ce site (feu d'artifice du 14 juillet ou le lendemain le jour de la course). C'est le lieu qui attire. Ils sont là pour profiter de son dynamisme et de sa fréquentation naturelle. L'impression est donc mitigée : il y a moins de monde à « l'événement » qu'aux alentours. Ce me semble être une autre remarque importante à faire dès ici. Ces événements (« La Parisienne » et « Famillathlon ») sont singuliers, car ils profitent du lieu plus qu'ils ne le servent. Ils contrastent donc avec un grand nombre d'événements sportifs qui ont pour vocation de dynamiser un territoire, que ce soit un quartier ou un équipement. Les processus permettant leur mise en place, ainsi que les effets qu'ils vont induire seront donc totalement distincts.

Le marquage urbain est toujours fluo, très coloré, avec de larges inscriptions mentionnant le nom de la course. Des banderoles de partenaires sont également visibles. Le village est constitué en une multitude de stands, trois scènes dont une principale surplombant une estrade ou esplanade de pratique. Les stands ont presque tous le même dimensionnement, hormis deux ou trois qui nécessitent plus de place : tapis roulant, vélos d'appartement, tables de massage... Les partenaires sont divers : compex, BO Resort, Vita Coco, Isoxan Sport, Dévoluy, Thalasso Pornic, OT de l'Île de Ré... Il y a environ 25 à 30 stands. Un stand de la fondation pour la Recherche Médicale propose des massages. L'ERDF recrute. La mairie de Paris communique sur l'offre sportive de la ville : stades et piscines, parcs, séances de sport féminin dans les arrondissements... Ils informent. Vous comprenez donc que l'on est en présence de partenaires très divers, entreprises privées, sites balnéaires ou de sports d'hiver, fondation pour la recherche, acteurs institutionnels. Le speaker, lui, n'arrête pas. Il passe en revue tous les partenaires, quelques phrases sur chacun d'eux consciencieusement apprises ou lues. Son flot ininterrompu de promotions en tout genre me rappelle que je suis dans un événement commercial. Il insiste particulièrement sur Reebok. Laure Manaudou devait être l'ambassadrice de l'événement cette année. Victime d'un accident de moto sans gravité en début de

semaine elle est remplacée par Fauve Hautot, la danseuse de « Danse avec les Stars » le programme de TF1. Pourquoi pas. Un magazine (« Vital ») est distribué dans le village, il vous propose de « faire la une ». Je n'en saurai pas plus car ce n'est que l'une des très nombreuses animations qui jalonnent le site. Elles se tiennent à côté d'un grand espace destiné aux inscriptions pour la course.

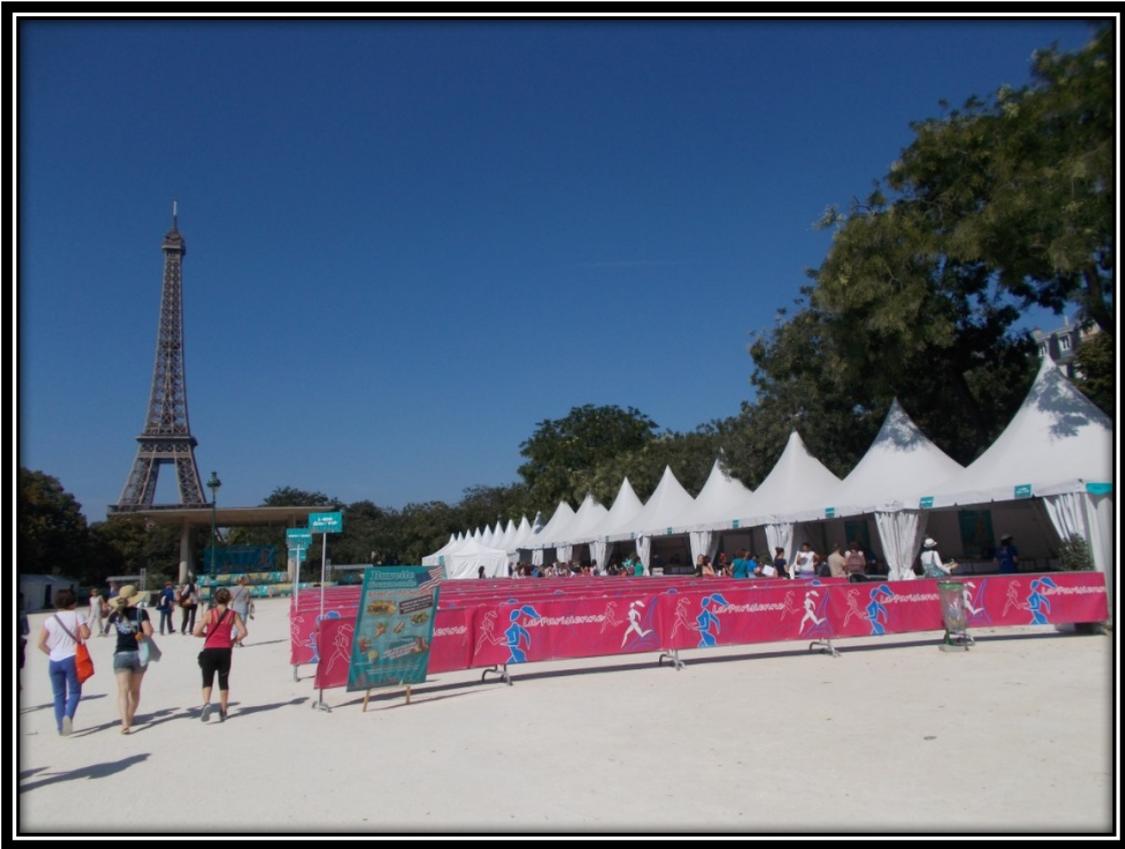


Photo 51 : les couleurs très vives s'inscrivent dans l'ambiance festive générale de l'événement (photo prise le 13 septembre 2014)

Il est plus important de noter que chaque année « La Parisienne » suit un thème. En 2014, c'est la Californie. Le village se pare donc de certains accessoires représentant l'État du sud-ouest des États-Unis. Je mentionnerai par exemple cette Cadillac rose et sa « cowgirl » qui vous propose de poser pour une photo un peu cliché « route 66 ». Les animations sont colorées par un thème général qui oriente l'ensemble de la manifestation et qui permet à celle-ci d'être un événement multi dimensionnel si j'ose employer ce terme un peu ronflant. Autrement dit, ce que je perçois c'est qu'il s'agit de construire un événement festif proposant diverses activités autour d'un thème, et surtout d'une course féminine de 6,7 km le dimanche matin. Pour étayer mes propos, je mentionnerai, outre la Cadillac rose, les danseurs de country, les démos de foot freestyle, les massages californiens, le street workout...



Photo 52 : une des animations relatives au thème californien de l'année, la Cadillac et la Route 66, (photo prise le 13 septembre 2014)

Au niveau des stands chacun essaie d'apporter sa propre animation, on sent clairement un effort fait en ce sens. La tendance est à la proposition d'activités sur site, ne pas seulement distribuer des flyers ou des documents comme le fait la mairie de Paris par exemple. Les stands tentent, chacun à leur manière d'attirer le public, par l'intermédiaire d'un jeu concours, d'un questionnaire à remplir ou n'importe quel autre artifice pour rapprocher voire personnaliser une relation, ou même mieux, collecter des coordonnées. Ce ne sont pas que des stands « commerciaux », c'est-à-dire des sociétés privées cherchant à vendre un produit ou un service. On l'a vu, des offices du tourisme, des acteurs institutionnels utilisent également l'événement pour afficher une vitrine de leur activité. Mais le processus est toujours le même : ils cherchent à attirer l'attention du public. Je dirai de manière générale que chaque stand est actif. Des services sont aussi proposés pour la garde des enfants. À ces égards l'événement semble être bien pensé en amont, pointu. Je préciserai ma pensée en avançant que l'événement est surtout bien positionné. Le dynamisme, le sport, la fête, et le « Bougez Ensemble », sont les valeurs qui cadrent le dispositif. Mais ne nous trompons pas, le village que je m'attèle à décrire ici est avant tout une vitrine pour les partenaires, même si c'est aussi le moyen de mettre en scène des animations singulières telle que la danse country, ou de faire pratiquer et découvrir certaines disciplines comme la gymnastique suédoise. L'objectif est commercial. Le divertissement et le sport sont des moyens.

14h00 : le cours de gym suédoise débute sur l'esplanade. Le speaker prend place sur la scène principale et annonce le programme de l'après-midi. Les cours vont s'enchaîner. Entre chaque cours j'imagine que nous aurons droit au speech promotionnel sur tous les partenaires. Une « coach » prend le micro et se place sur la scène. Elle annonce le cours et débute rapidement une chorégraphie sur un air de Madonna. Seulement une dizaine de femmes sont présentes à ce moment sur l'esplanade. Mais comme par magie, probablement à l'écoute des instructions énergiques du coach et de la musique, de nombreuses femmes convergent vers le lieu de pratique. Elles entament rapidement les mouvements.

Dès le second morceau et le classique « Papaoutai » de Stromae, une centaine de femmes participent au cours gratuit. C'est assez étonnant de voir le succès spontané que peuvent avoir ces pratiques sportives. Je ne sais pas si ces femmes avaient déjà pratiqué cette discipline auparavant ou si elles profitent de l'activité gratuite. Ce serait d'ailleurs intéressant de savoir. Une étude du côté de la demande nous renseignerait.

L'ambiance est très festive. Elle est surtout résolument positive. Le fluo, toujours très présent dans les représentations inhérentes à l'événement et la musique « tubesque » conditionnent clairement cela. Cependant parfois j'ai un peu le sentiment que c'est un peu trop. Que l'on se force à avoir l'air dynamiques, joyeux(es) et débordant(es) d'énergie, et que cela sonne un peu faux. Ce sentiment sera encore renforcé le lendemain par la course, que je détaillerai dans la dernière note. Cette « positive attitude » sur laquelle repose tout le concept de l'événement me semble parfois exagérée. Alors certes je ne suis probablement pas le cœur de cible et ne ressens pas les choses comme ces pratiquantes. Certes, je ne me vois absolument pas effectuer ce genre de mouvements (même si quelques hommes assistent au cours, il n'est absolument pas question d'une pratique exclusive aux femmes). Mais ce que je me dis, c'est que ce côté ultra positif peut aussi déplaire. Si je ressens cela je me dis que je ne dois pas être le seul. C'est pourquoi j'accorde du crédit à ce ressenti. J'espère, ne pas être rabat-joie ni aigri en suggérant que l'on pourrait éventuellement avoir envie de faire les mouvements sans faire ces petites onomatopées stridentes à chaque fois qu'on lève le bras. Cette remarque s'applique à la gym suédoise à laquelle j'assiste brièvement ce jour mais également à la course du lendemain où l'approche est similaire. On fait obligatoirement de l'effort en souriant. Non, peut-être aurons-nous envie de forcer en faisant la tête de quelqu'un qui force. Tout simplement. Mais c'est le positionnement général, celui qui traduit également à mon sens un phénomène plus large, un phénomène sociétal.

En continuant mon raisonnement à l'issue de cette observation, je me demande si finalement ce genre de pratiques sportives et d'événements qui les mettent en scène ne sont pas le reflet de la société dans son ensemble. Le sport qui nous défoule, qui nous détend, qui nous fait transpirer « ensemble » en tablant sur des valeurs de dynamisme et de performance est prégnant. Cette dernière notion existe aujourd'hui dans tous les compartiments de nos vies. C'est même devenu un concept (de La Villarmois, 2001). Nous devons être performants dans nos vies privées, dans nos vies professionnelles. Les entreprises doivent être performantes pour exister sur le marché. Le modèle sportif de la compétition et de la recherche de la performance qu'il rend implicite s'est transposé à la société toute entière. Ou plus précisément il en est devenu une expression valorisée. Dans les deux cas, le corps sportif et musclé est celui vers lequel nous devons tendre. C'est l'image que l'on nous renvoie dans les médias. Le sport est donc un moyen d'être performant dans la vie, que ce soit dans le travail ou dans le privé. Ce peut aussi être un moyen de détente au moment même où les multiples tâches qui nous incombent font du stress dans son ensemble un des maux de ce siècle. Le sport-santé, le sport-bien être, celui qui permet de faire de l'activité physique avec une dimension nutritionnelle, psychologique, ou de recherche de la beauté prend de plus en plus de place. L'émergence de la pratique sportive féminine dont cet événement semble vouloir être le fer de lance nourrit également cette tendance. Cette tendance est celle d'un événement sportif adapté à de nouvelles attentes, d'un sport qui serait l'exutoire d'une réalité stressante autant qu'un outil pour y faire face plus efficacement...pour y être plus performant. Oui, l'événement sportif « La Parisienne » se place tout à fait dans cette optique. C'est à la fois la mise en valeur d'activités physiques conviviales (exutoire) et le travail du corps (performance).

Pour en revenir au village de « La Parisienne » nous sommes donc en présence d'un dispositif résolument festif, mobilisant un public féminin et familial. Le rôle du village semble être de créer un support à la course du dimanche matin à laquelle 35 000 femmes plus quelques hommes à perruque participent. Cela permet aussi d'installer une sorte de montée en puissance jusqu'à l'événement. Néanmoins, c'est avant tout une vitrine pour les partenaires. Le personnel de « La Parisienne » est

relativement nombreux sur le site. Il est vêtu de tee-shirts très colorés et est jeune (d'apparence moins de 25 ans). L'événement véhicule une image très positive, le mot « dynamique » me semble illustrer parfaitement ce que l'on ressent. Il est dommage par instant que l'on soit rappelé inlassablement par les « sirènes commerciales » du speaker. Mais de nombreuses animations sont proposées, de nombreuses activités sont possibles, les prestations semblent être de qualité. Tout cela a un coût. Je rappelle que « La Parisienne » est portée par la société privée du même nom.

Je repars à 15h00 vers la station de la Motte Picquet Grenelle. Dès que l'on sort du village de ce côté le marquage urbain est inexistant. Seule une jeune femme distribue des tracts pour une autre course qui se déroule dans le 92 appelée l'Eco Run. Elle est habillée aux couleurs de la course (vert et blanc). Tout comme la voiture à côté de laquelle elle se tient. Stratégiquement malin que de profiter d'un événement tel que « La Parisienne » pour faire connaître le sien. Cela est à mettre au crédit de l'événement et de son attractivité.

2.2.6.2 Observation de la course La Parisienne, le dimanche 14 septembre 2014

De 9h00 à 12h00. Météo : Beau temps. 23°C.

Le dimanche 14 septembre 2014 à 9h30 je suis dans le métro m'approchant de la Motte Picquet Grenelle. Quatre femmes sont habillées en joggeuses dans le compartiment. L'une d'entre elles porte un tee-shirt de « La Parisienne ». Je pense que je suis dans le bon wagon. À la Motte Picquet, les trois quarts de la rame descendent. Je suis pris dans un flot essentiellement composé de femmes en tenue sportive. L'affluence vers le lieu de départ pont d'Iéna démarre ici. Les tee-shirts sont toujours colorés.

En me rapprochant du village, je surprends une conversation entre quatre femmes d'une quarantaine d'années. Je comprends vite qu'elles n'ont pas l'habitude de courir. Elles se rassuraient entre elles pour assumer une petite marche en cas d'essoufflement galopant. La force de l'événement est donc de mobiliser des femmes en premier lieu. Pas nécessairement des joggeuses ni même des sportives. Ce positionnement grand public nécessite d'avoir un tracé accessible à toutes. Mais en cherchant à satisfaire la majorité on peut perdre l'assentiment de minorités. C'est le cas notamment de celles que je nommerai les « joggeuses rebelles », ces femmes qui courent dans les environs du site de la course en occultant totalement l'événement pourtant imposant qui s'y déroule. Et elles sont nombreuses. Ces femmes sont j'imagine, des joggeuses habituelles, pas des « joggeuses du dimanche ». Elles sont entraînées et ont leurs habitudes sur ce terrain. Quoiqu'il s'y déroule elles ne changeront pas de cap. Elles préféreront slalomer entre les centaines (milliers) de personnes à moitié sur les trottoirs plutôt que d'aller sur un autre site, ou plus simple encore... participer à la course ! Cela s'explique simplement par le positionnement de cette dernière. « La Parisienne » est une course festive qui ne permet pas de « faire un temps ». En cherchant à faire courir le plus grand nombre possible de femmes, on perd celles qui le font régulièrement.

Il y a pourtant plusieurs catégories. Le temps est bien sûr chronométré avec le classement qui est mis en ligne sur le site. Un « diplôme » est également délivré. Mais justement j'ai l'impression que nous avons là deux actions un peu antinomiques. D'un côté nous avons un classement qui incite les participantes à courir le plus rapidement possible avec donc, un esprit de compétition. De l'autre nous avons la délivrance d'un diplôme sur l'esprit de Coubertin : l'important est de participer. Ainsi, à la fin tout le monde gagne, comme à l'école des fans. Cela peut rebuter la marathonnienne avertie. C'est compréhensible. En plus de cela, de manière plus pragmatique il est tout simplement difficile de faire un temps compte tenu du nombre de participantes qui sont massées sur le court parcours de 6,7 km. Les départs ont beau se faire par vague (j'y reviendrai), cela fait quand même beaucoup de monde.

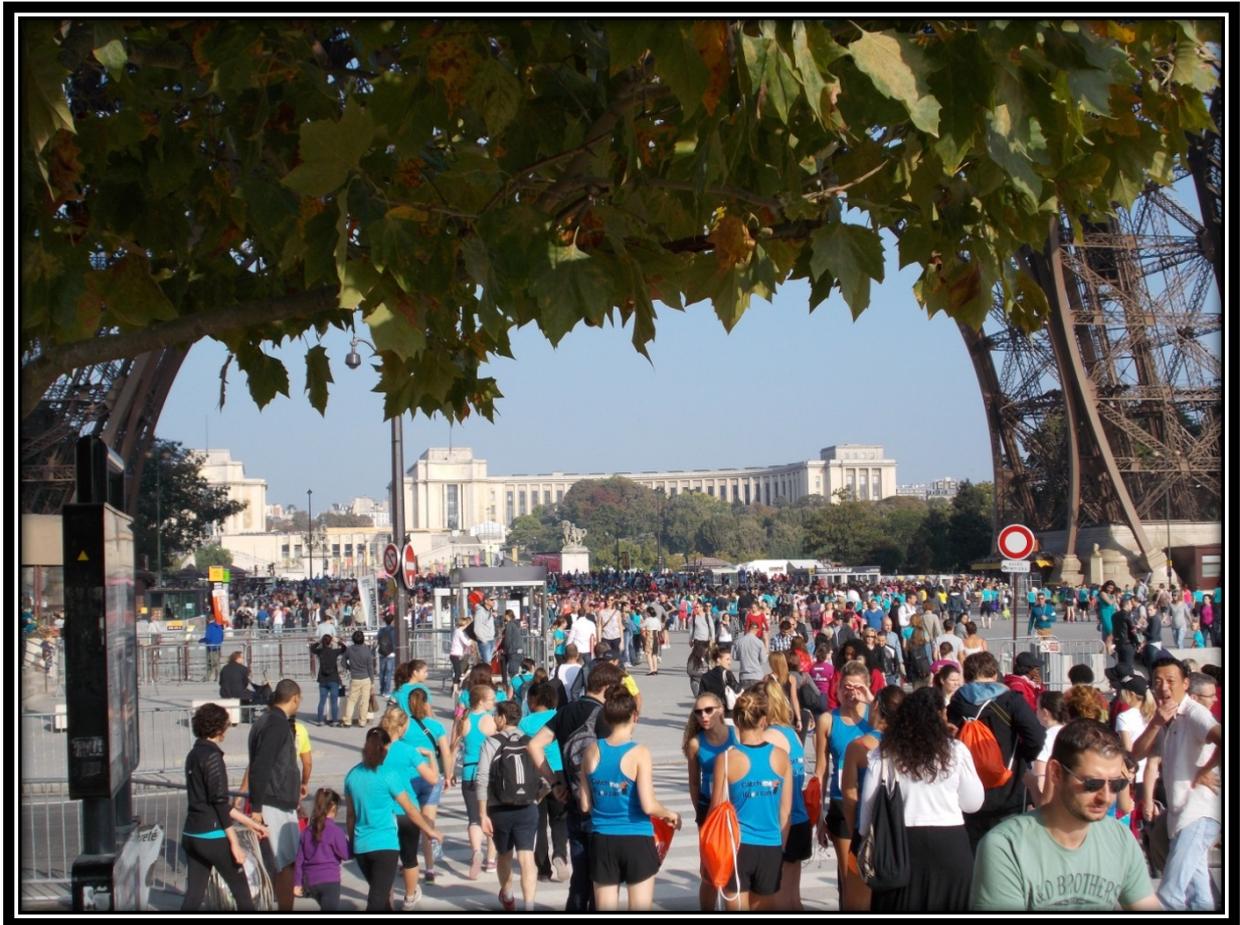


Photo 53 : la foule le jour de l'événement sous la tour Eiffel aux abords du départ de « La Parisienne » (photo prise le 14 septembre 2014)

En m'approchant j'entends le speaker faire le show sur la ligne d'arrivée : « La Parisienne, une course inscrite dans le patrimoine parisien ». Il s'agit de la 18^e édition. Nous sommes donc bien en présence d'un événement bien implanté dans Paris, connu et reconnu. L'affluence à chacune des éditions (34 000 femmes ont été annoncées cette année) nourrit cette ampleur et justifie ce discours mélioratif.

Sur la ligne d'arrivée, devant l'Ecole Militaire, il y a des animations en attendant les premières participantes. De la musique, des footballeurs américains et un speaker essayant d'haranguer une « foule » plutôt apathique bien que nombreuse. Je remarquerai que la vraie ambiance se situe sur la ligne de départ, pas sur la ligne d'arrivée. Deux explications me viennent à l'esprit.

- *Les accompagnateurs ne sont pas aussi enjoués que les participantes. Ils sont passifs.*
- *Les participantes sont moins bruyantes après les 7 km de course.*

Dans le village, les stands sont toujours animés. Leur fréquentation semble être plus importante aujourd'hui que la veille compte tenu de l'afflux général sur site. Sur la pelouse, des groupes de femmes prennent la photo classique avec la tour Eiffel en fond. Ce sont surtout des entreprises ou des organismes que je vois à cet instant. Coallia par exemple. Le Champ de Mars est vraiment investi par la course. L'étendue de l'événement est de fait, assez impressionnante. Cela part des jardins du Trocadéro jusqu'à l'Ecole Militaire. La foule inhérente à l'événement est donc mélangée aux flux touristiques habituels et l'ensemble épouse la tour Eiffel. Il y a vraiment beaucoup de monde. L'estimation est difficile. Disons qu'il y a 34 000 femmes qui courent, il doit y avoir au moins autant de

personnes aux environs. Dans cette marée humaine qui s'observe parfaitement de la place du Trocadéro, la marque Reebok ressort nettement. C'est largement le partenaire le plus en vue.

Il y a de nombreux bénévoles qui orientent les personnes à l'aide de hauts parleurs et qui indiquent les emplacements stratégiques, comme le départ par exemple... J'ai croisé pas mal de femmes, surtout lorsque j'étais dans le village et du côté de l'Ecole Militaire, qui cherchaient le départ, qui étaient un peu perdues au sein de ce grand dispositif. Mais l'organisation est bien rôdée.

Les départs, je l'ai mentionné rapidement tout à l'heure, se font par vagues. Les femmes s'élancent par groupe de 1000 ou moins, ou plus... difficile à savoir. Mais ce qui est intéressant avec ce procédé nécessaire de toute manière pour que les participantes puissent ne serait-ce que courir, c'est la dynamique que cela insufflé à l'événement. J'ai mentionné pendant l'observation de la veille le côté flashy, dynamique et ultra positif. Ce départ par vagues est l'occasion de remettre de la musique à chaque fois, de faire faire une chorégraphie géante à toute la salve, de créer une nouvelle montée en puissance avec compte à rebours jusqu'au départ de la nouvelle vague. Ces scènes se répètent toutes les 10 minutes.

Deux coaches sportifs de la « Team Reebok », avec micro intégré (un homme et une femme) sont placés sur une estrade elle-même placée sur un camion surplombant la ligne d'arrivée. Ils motivent à chaque fois les nouvelles partantes et les font danser. Il s'agit officiellement d'un échauffement. Dans les faits cela ressemble plutôt à un défoulement qui échauffe. Mais le résultat est impressionnant. Les femmes suivent vraiment les instructions et jouent pleinement le jeu. J'assiste donc par moment à un « flash mob » géant, à une « ola », à des acclamations et ovations de foules en tout genre. On sort clairement de l'événement sportif-compétition. On est de plein pied dans l'événement festif. En observant ces 1000 femmes faire les mêmes mouvements en même temps je me dis que l'événement arrive à créer quelque chose qui mérite notre attention. Notamment dans la création d'un sentiment d'appartenance que le diplôme remis à l'arrivée s'emploie à formaliser. Tout le monde danse sur la ligne de départ. On est toujours sur les mêmes mécaniques reposant sur le « feel good » et la « positive attitude ». Il y a une dynamique à laquelle les gens, les femmes plus précisément ici, semblent adhérer totalement. Mais on n'est plus vraiment dans du sport. Ou plus précisément, nous ne sommes plus seulement dans du sport.

Sur le parcours il y a également des animateurs(trices) qui ont un micro main, présent(e)s pour motiver les participantes et animer le tronçon du parcours. Les femmes courent beaucoup en groupe. On le voit aisément grâce aux couleurs qui s'agglomèrent. On court ensemble, par organisme ou société. De nombreuses entreprises doivent se servir de l'événement comme d'un mini « incentive », ou pour du « team-building ». L'esprit est vraiment positif. L'événement semble servir de bien des manières aux 34 000 participantes, preuve qu'il est pensé pour le grand public et qu'il vise à ne surtout pas être clivant.

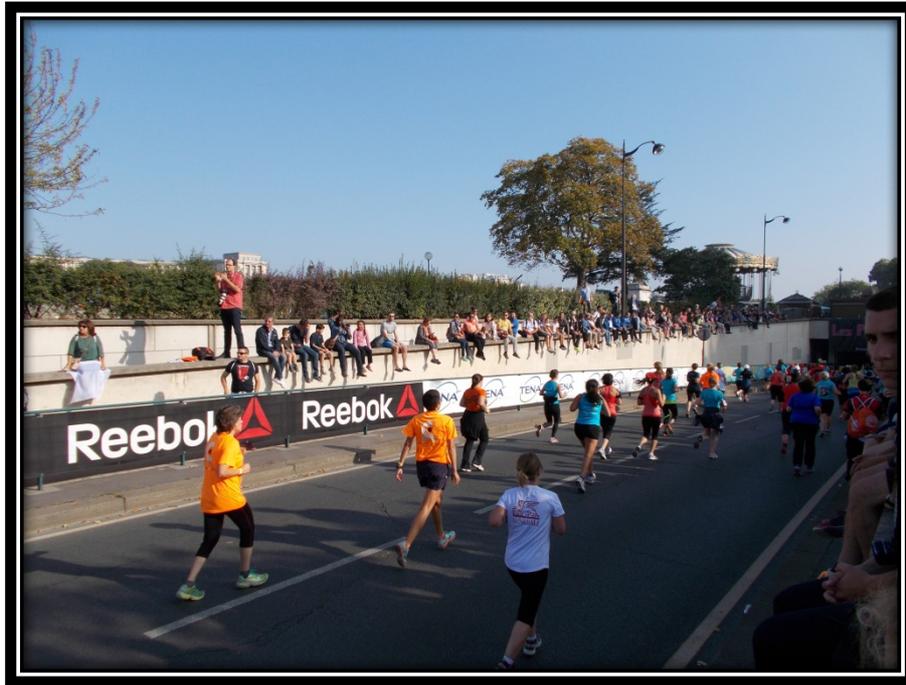


Photo 54 : groupes d'entreprises et particulières se mélangent lors de « La Parisienne » (photo prise le 14 septembre 2014)

Au niveau du marquage urbain, les drapeaux sont toujours très colorés, de grandes bâches « La Parisienne » ornent les barrières encadrant la course. La rubalise est marquée du sceau de la course, ce qui témoigne des moyens mis en œuvre et du souci du détail des organisateurs. Il n'y a cependant pas de marquage au sol.

Il y a beaucoup, beaucoup de musique. Ou plutôt ce que j'appellerai du « tac tac boom » un peu inaudible que l'on soupçonne provenir de plusieurs endroits et qui, du coup se superposent pour former simplement du « bruit » rythmé. Ce n'est pas très agréable mais cela occupe indéniablement l'espace sonore. Evidemment lorsque l'on se rapproche de la ligne de départ on perçoit uniquement la musique motivant la « prochaine vague » selon le processus que j'ai présenté précédemment. Cette année, c'est « Surfin' USA » des Beach Boys, conformément au thème californien. Il y a également quelques groupes de musiques à différents endroits de la course : musique africaine et gospel notamment. Cela nourrit chaleureusement l'ambiance et enrichit clairement l'événement. En effet compte tenu de l'étendue de celui-ci, il est intéressant de noter que l'on peut le vivre de différentes manières selon que l'on soit à tel ou tel endroit du site, de la même manière finalement que l'événement se vit différemment selon les participantes. Pour cette raison il est très riche.

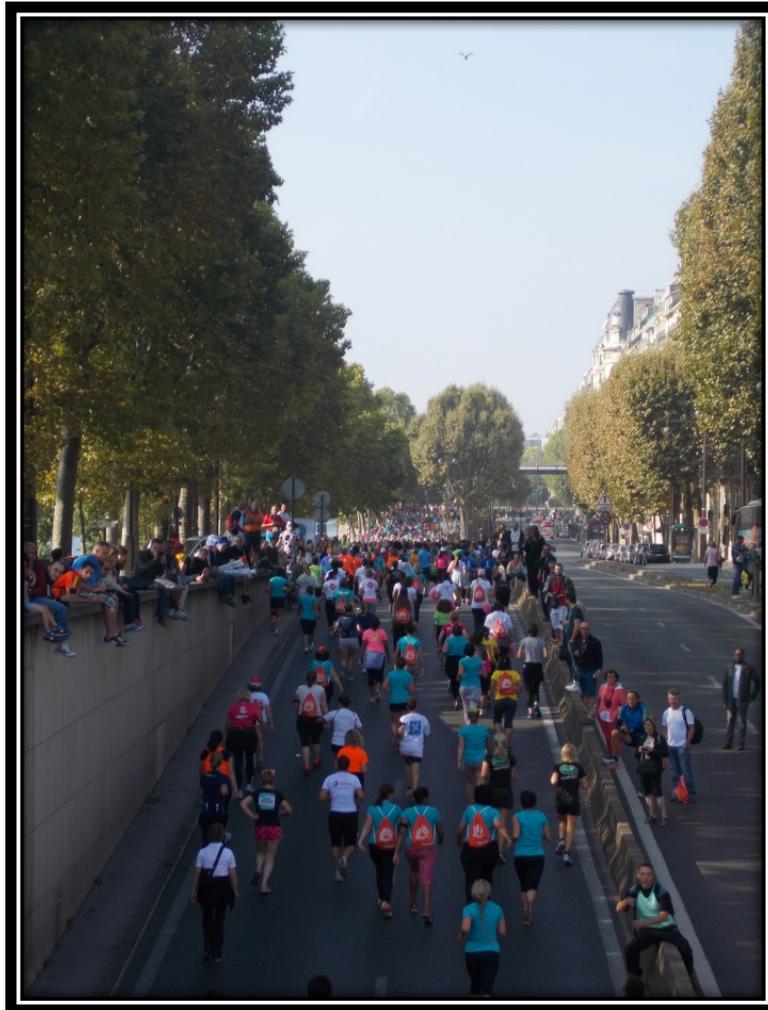


Photo 55 : flot continu de joggeuses pendant « La Parisienne » (photo prise le 14 septembre 2014)

À 10h15 sur le pont d'Iéna où est située la ligne de départ, on voit distinctement le pont de Bir Hakeim réquisitionné par les joggeuses. On constate un flux continu de participantes défilant sur le pont. Cela donne une vraie dimension à la course, deux ponts prestigieux y étant dédiés ce jour. L'événement se devait par son nom d'occuper des symboles forts de la ville. C'est chose faite avec ce parcours magnifique.

Je me dirige désormais vers la place du Trocadéro. En me plaçant sur l'esplanade face au Champ de Mars et à la tour Eiffel, j'aperçois la foule. Une marée humaine se presse sur le pont d'Iéna. On entend au loin des basses traduisant les imposantes sonorités entrecroisées autour du site de départ. L'impression est assez forte. On comprend directement qu'il y a un événement si l'on arrive du Trocadéro, quelque chose d'inhabituel justement pour contraster avec mon impression mitigée de la veille. De ce côté il y a cependant moins de marquage urbain et pas d'animations. Il y a simplement une vue magnifique sur le dispositif et les différentes vagues de participantes successives qui se massent sur la ligne de départ. Il y a vraiment un événement au sens premier du terme : « une rupture dans le temps ». Ce regroupement de personnes identifie un fait social basé sur des valeurs positives qui sont exprimées et représentées par de la couleur, des sons rythmés et des cris.



Photo 56 : les vagues de départs de milliers de joggeuses aux pieds de la tour Eiffel pendant les échauffements en musique (photo prise le 14 septembre 2014)

Je rebrousse chemin et retourne vers l'Ecole Militaire du côté de la ligne d'arrivée. Après la course les joggeuses se restaurent sur la pelouse. Des paniers leur sont distribués. Il y a toujours une ambiance festive quoique moins dynamique, une belle ambiance aux joues rougies par l'effort en quelque sorte. On sent bien que 6,7 km sont passés entre temps.

À 11h15, les flux se sont logiquement déplacés, ils sont désormais plus nombreux du côté du village. Sur la ligne d'arrivée justement les vagues successives se sont confondues sur le parcours créant un flot ininterrompu de participantes. Le speaker essaie de chauffer les spectateurs qui sont, je l'imagine, essentiellement des accompagnateurs. Il doit bien y avoir quelques badauds qui passent par là. Le public est essentiellement familial. Le « papa et les enfants venus voir courir maman » est le profil type. Il y a de manière générale une grande majorité d'hommes dans le public mais je le rappelle, sur ce terrain, il est difficile de savoir qui est venu pour la course ou pour se promener. Il est dommage que le speaker soit régulièrement et majoritairement focalisé sur les partenaires. Toutes les 3 minutes environ il s'intéresse au public, essaie de faire applaudir, encourage et félicite les arrivantes. Puis il repart inlassablement sur les partenaires. Il y a une musique de fond mais ce n'est clairement pas la même ambiance. La musique est choisie pour s'accorder avec la tessiture du speaker et le mettre en valeur. Il faut que le speech promotionnel entre progressivement mais sûrement dans l'esprit du public. C'est pensé me dis-je, comme le reste. Il fait également passer un message centré sur les réseaux sociaux. Il parle beaucoup des photos que doivent prendre les participantes, des divers jeux concours ainsi que de la communauté qui se crée : la communauté de « La Parisienne ». C'est une

idée forte qu'il semble vouloir vraiment faire passer. Autrement dit, il s'agit de transformer, formaliser et pérenniser le regroupement de personnes rendu possible par le fait social que constitue l'événement sportif sur internet par le partage de contenu. On est encore sur ce sentiment d'appartenance. « Le plus grand rendez-vous féminin de sport de France et d'Europe » est scandé régulièrement de part et d'autre du site.

Les cafés alentours profitent clairement de la présence de la course vers midi. Nombreuses sont les participantes posées à une table dégustant un café ou autre. Après l'effort, le réconfort a-t-on coutume de dire. L'étape du réconfort dans ce cas profite bien aux bistrots. J'interpellerai même un serveur un instant qui pensait que je voulais consommer dans son bar. Il me répondit un « oui il y a du monde aujourd'hui mais bon ! » glacial quand il comprit que je ne consommerai pas. La caricature du parisien... Je n'insiste pas. De toute manière je pense difficile et même très peu pertinent le fait de lancer une étude d'impact économique sur un site aussi fréquenté touristiquement que le sont les alentours de la tour Eiffel... ces cafés vivent très bien. Je passe mon chemin.

En repartant je constate avec un étonnement relatif, eu égard à tout ce que je viens d'évoquer, que l'on sort très vite de l'ambiance de la course. Le marché qui se tient avenue de la Motte-Picquet fait office de tampon, ou de filtre. On est de suite dans les saucissons et les belles tomates juteuses. Terminé. Si... peut-être que les joggeuses vont acheter au petit producteur du marché en repartant ? Oui ? Mais bon... Sérieusement ce ne me semble pas être une piste sérieuse à creuser. Si, un fait intéressant : des représentants de différentes courses et organisations sportives sont présents sur le marché à distribuer des flyers. Il s'agit de salles de fitness ou de la course Eco Run (comme la veille) qui profitent de l'événement. La circulation de voitures est saturée aux abords. Les routes sont fermées pour la course. Les conducteurs klaxonnent et râlent. Et oui... pour satisfaire certaines personnes il faut toujours en mécontenter d'autres. Triste réalité pragmatique.

Avec un peu de recul je remarque que je me suis quand même dit à deux reprises sur le site au moment de l'échauffement et lors de la vue panoramique sur la place du Trocadéro : « il se passe quelque chose de rare ici ». Je commence à avoir assisté à un certain nombre d'événements et je ne l'ai pas souvent vu ce « quelque chose » qui retient notre attention. Ici oui.

Il est midi quinze. Au métro je côtoie de nombreuses joggeuses. En effet je constate qu'un certain nombre d'entre elles quitte le site directement après être arrivée. À 60€ la place, il faut qu'elles aient un repas de famille pour ne pas trainer un peu dans le village me dis-je. J'entends une jeune femme ayant participé à la course raconter sa matinée au téléphone :

« Oui, oui c'était sympa... une bonne ambiance... mais bon c'est quand même vite fait au final (...) puis ce n'est vraiment pas un parcours pour faire un temps, c'est plus le trip de faire cela entre potes (...) pour se marrer, se déguiser... oui voilà... ou en famille cela peut être marrant... (...) m'enfin c'est quand même un peu cher...c'est un gros barnum ».

Je tiens à la remercier. Elle vient de faire ma conclusion.

Quoique pas tout à fait.

En rentrant chez moi je regarde le journal de 13h00 de Laurent Delahousse. Dans la page sport une pastille est bien consacrée à l'événement comme je me l'étais imaginé. Le message est le suivant : « image, ce matin, se tenait la course « La Parisienne », 35 000 femmes ont couru dans Paris pour la recherche médicale et la lutte contre le cancer du sein ». Honnêtement j'avais totalement oublié ce qui est évoqué là comme étant le but premier. Les fonds récoltés servent à financer la recherche médicale... Attention, je ne veux pas dire que l'événement n'y prête pas plus attention que cela. Surtout pas. Je me garderai bien d'une observation aussi définitive et négative que celle-ci. Je dis simplement que dans ma focalisation sur l'événement, j'en ai raté le message premier, du moins celui qui passe à la télévision. Les volontés premières vous savez.

2.3 Malgré la diversité un dénominateur commun : le caractère éclairant de la « vitrine événementielle »

Dans les pages précédentes, nous avons pris le temps de présenter de manière narrative l'ensemble des événements constitutifs de cette thèse. Tout d'abord, nous nous sommes focalisés sur les événements renvoyant à une volonté première inhérente à la finalité sportive (2.1). Par la suite ce sont les événements qui utilisent le sport comme un outil pour atteindre une autre finalité qui ont été traités (2.2). Pour chaque projet événementiel, nous avons présenté de manière très synthétique le concept et le porteur du projet dans une brève introduction, puis avons évoqué les volontés premières identifiées. Nous avons ensuite pris le parti de présenter de manière narrative, au sein de récits à la première personne, la façon dont l'événement se vit de l'intérieur. Conformément à la théorie ancrée, nous sommes partis du terrain, pour construire notre réflexion. C'est ce choix qui sous-tend également la structuration de cette thèse et la manière dont nous tentons de la restituer. Désormais, sur la base de ce que nous avons observé, nous essayons, par la confrontation régulière à la littérature, aux entretiens semi-directifs et à l'analyse documentaire, de faire émerger des questionnements, des pistes de réflexions pouvant alimenter la compréhension des dynamiques locales inhérentes aux événements sportifs.

À ce stade, il ressort une extrême diversité. Mais malgré celle-ci, il y a quelque chose qui est commun à tous ces projets : la dimension sportive entendue justement dans toute sa pluralité. Par essence polysémique, le sport ne peut être vu d'une seule manière. Il est différent selon la façon dont nous l'abordons. Autrement dit, nos expériences, notre culture, nos modes de pensées mais aussi nos attentes et nos moyens caractérisent la manière dont nous allons le concevoir. Raveneau (2006) explique qu'il échappe à une définition univoque car il est utilisé pour qualifier des situations très différentes : « un débat animé, un jogging dans un bois un dimanche matin, des loisirs ou des activités professionnelles lucratives, la réalisation d'une performance, des records enregistrés, etc ». Les événements sportifs n'échappent pas à cette diversité puisqu'ils représentent la partie visible, la plus émergée de l'activité quotidienne des organisations sportives. Mais justement, ils représentent des enjeux stratégiques par lesquels chaque volonté première tentera de s'exprimer, à sa manière. Les événements sélectionnés à partir d'un échantillon théorique, visent à rendre compte de cette pluralité observée. La ville de Paris, par un certain nombre de singularités présentées dans cette première partie offre un panel qui nous semble particulièrement riche de cette diversité.

Les questions qui émergent apparaissent désormais plus transversales et renvoient à des questions de politiques publiques ou d'organisation du sport de manière générale. Les jeux d'acteurs, la manière dont l'événement se donne à voir localement, la façon dont il s'appuie sur des ressources territoriales singulières, ou encore ce qu'il génère en termes d'émulation et de mixité sociale sont autant de prismes analytiques que nous envisageons. Mais avant de les approfondir plus en détail dans la deuxième partie de cette thèse, nous présentons un dernier tableau illustrant la diversité des événements parisiens sélectionnés.

Événement	Roland Garros	Femmes en Sport	Course Cycliste du 14^e	Charléty sur Neige	Berges de Seine	Famillathlon	Courir Ensemble	LNB All Star Game	La Parisienne
Finalité	Sport	Sport	Sport	Outil	Outil	Outil	Outil	Outil	Outil
Volonté première	Spectacle compétitif	Organisation de la pratique	Organisation de la Pratique	Animation d'un équipement	Animation de la vie locale	Animation de la vie locale	Caritative et Sociale	Commerciale	Commerciale
Porteur de projet	Fédération Française de tennis	Ville de Paris	Paris Cycliste Olympique	Ville de Paris	Ville de Paris et associations	Famillathlon association	Handicap International	Ligue National de Basket	La Parisienne SA
Ancienneté⁵⁷	88	10	27	10	2	11	19	15	19
Type d'équipement	Equipement dédié	Espace public	Espace public	Equipement dédié	Espace public	Espace public	Espace public	Equipement dédié	Espace public
Budget (estimation)	160M€	30K€	4500€	200K€	5000€	80K€	30K€	2M€	800K€
Financement public⁵⁸	Non	Direct	Indirect	Direct	Indirect	Indirect	Indirect	Non	Non
Rayonnement médiatique⁵⁹	Mondial	Local	Local	Régional	Local	Régional	Régional	National	Mondial

Tableau 26 : indicateurs comparatifs des événements sélectionnés pour les études de cas

⁵⁷ En années.

⁵⁸ Subvention directe ou indirecte.

⁵⁹ Média au niveau d'échelle le plus élevé à relater l'événement.

Les événements sportifs, par des montages singuliers et des effets transversaux variés, révèlent leur extrême complexité et plus encore, leur diversité. Le sport en tant que domaine transversal mobilise de nombreux acteurs et peut devenir l'outil de beaucoup de finalités. C'est ce que la typologie basée sur le recensement empirique des événements sportifs parisiens et l'analyse des volontés premières nous révèle. Les événements sportifs sont des points de congruence entre de nombreux acteurs et représentent « publiquement le sport ». L'événement en tant que rupture dans l'espace et dans le temps est bien un instant durant lequel le sport n'est plus seulement à destination des pratiquants comme le sont les entraînements ou le quotidien des associations sportives. Il devient « public » dans le sens où il est une « représentation publique » tournée vers le citoyen. En cela, quelles que soient les motivations derrière l'organisation des événements, quels que soient les formats, il y a un dénominateur commun qu'il convient de souligner avec précision.

Lorsque l'OMS 14 organise la « course cycliste du 14^e arrondissement », il s'agit en premier lieu d'organiser la pratique pour les sportifs. Cependant, en étant dans l'espace public urbain, l'événement se doit d'être lisible pour les spectateurs. Même si ce n'est pas l'idée d'être uniquement à leur destination, il s'agit tout de même d'être en capacité de fournir un spectacle regardable. Dès lors, nous ne sommes plus uniquement dans la course, nous sommes aussi dans le spectacle. Il faut donc qu'il y ait un podium, un speaker, des hôtes, des barrières, de la musique, etc... L'événement est une vitrine.

Lorsque la ligue nationale de basket-ball organise le « LNB All Star Game », il s'agit d'organiser un événement fêtant les meilleurs joueurs de la ligue. Mais il s'agit surtout de fournir un spectacle, un éclairage à la discipline. L'événement ne se déroule pas dans l'espace public mais dans une grande salle payante. Qu'importe, le processus est le même. Le « show » est retransmis à la télévision. Il est à destination du public. Les annonceurs sont là. L'événement est une vitrine.

Lorsque la direction de la Jeunesse et des Sports de la mairie de Paris organise « Femmes en Sport », il s'agit de permettre aux parisiennes de faciliter leur accès à la pratique sportive. C'est un événement « passerelle » visant à créer un lien entre les associations sportives, les dispositifs de la mairie et les parisiennes. C'est surtout un moment dans l'année où tout le monde est réuni autour d'une thématique commune, d'un événement partagé. Il s'agit enfin de mettre en lumière tout le dispositif d'accès à la pratique sportive annuelle proposé par la mairie de Paris (coaching, etc.). L'événement est la vitrine de cette offre.

Lorsque la fédération française de tennis organise Roland Garros, il s'agit d'organiser un des quatre tournois du Grand Chelem. Avec 15 300 heures de couverture TV dédiée dont une majorité retransmise en direct par plus de 150 chaînes dans quelques 200 pays pour une audience potentielle de 3 milliards de téléspectateurs⁶⁰, il apparaît évident que l'événement a un impact médiatique considérable. C'est une grande vitrine.

Lorsque « Handicap International » s'associe à la fédération française d'athlétisme pour l'organisation de l'événement « Courir Ensemble », il s'agit de créer un temps convivial de partage malgré les différences. On y organise différentes modalités de courses à pied adaptées à la fois aux coureurs du dimanche, aux marcheurs, aux compétiteurs et aux

⁶⁰ Source étude interne FFT.

personnes en situation de handicap. C'est également un temps de sensibilisation aux actions de l'association, pour encourager le don. À cet égard, l'événement est une vitrine.

Lorsque l'association « Famillathlon » organise son événement sur le Champ de Mars, il s'agit de mettre en lien les associations familiales, les associations sportives et les familles. Chacune de ces associations dispose d'un stand et d'activités. Les fédérations font des démonstrations pour les enfants et leurs parents. L'événement est une vitrine.

Lorsque la direction Jeunesse et Sport et la mission de l'événementiel et des grands stades de la ville de Paris organisent « Charléty sur Neige », il s'agit de permettre à des milliers d'enfants de profiter durant une dizaine de jours des joies du sport d'hiver. Bien que ce ne soit pas la volonté première, c'est l'occasion de communiquer sur des dispositifs municipaux, d'attirer le public et les jeunes vers un grand équipement sportif parisien généralement peu fréquenté. Si les enfants parisiens ne peuvent pas partir en vacances de neige, alors la neige viendra à eux...et ce, grâce aux moyens dépêchés par la mairie de Paris. À ces égards l'événement est une vitrine de l'action publique.

Lorsque « La Parisienne » organise une course de 10 km entre le Champ de Mars et le Trocadéro l'événement sportif bénéficie d'un terrain exceptionnel. Tout le positionnement de l'événement de son nom jusqu'aux services proposés est une ode à la ville de Paris. Enfin lorsque l'on voit les images télévisées des 35 000 participantes se massant sur le pont d'Iéna, on ne peut s'empêcher de constater la belle vitrine qui nous est offerte.

Lorsque le dispositif des « Berges de Seine » est aménagé pour recevoir du public et pratiquer des activités sportives, il s'agit de transformer un élément patrimonial en terrain de jeu, en lieu de vie. Il eut été plus simple d'aller faire un parcours athlétique sur la pelouse de Reuilly dans le 12^e arrondissement plutôt que sur une bande de bitume de 15 mètres de large. Pourtant l'espace est aménagé pour créer une expérience de vie, pour rapprocher le parisien de son cours d'eau originel et de ses monuments multi-centenaires. C'est bien entendu une immense vitrine.

Le but de cette péroration est de rappeler que malgré l'extrême diversité des types d'événements, des volontés premières et des porteurs identifiés, le dénominateur commun de ces événements reste, outre le « sport » qu'il soit entendu comme finalité ou comme outil : la « vitrine ». En ayant ce potentiel, les événements fleurissent au gré de nombreuses et diverses volontés premières internes ou externes. Les effets qu'ils génèrent, doivent être appréhendés en tenant compte de cette multitude d'acteurs et de finalités en lien avec le contexte qui permet leur émergence. C'est l'objet des parties suivantes de cette thèse.

Conclusion de la partie 1

Nous avons abordé dans le premier chapitre les grands principes qui régissent notre posture méthodologique. Nous utilisons la théorie ancrée. Il y a une injonction paradoxale dans sa mise en œuvre, puisque bien qu'invitant le chercheur à laisser de côté ses présupposés théoriques, elle nécessite d'être établie dans un cadre fait de rigueur et de méthode. C'est la raison pour laquelle nous avons souhaité prendre le temps dans ce premier chapitre de bien poser ces principes tels qu'ils sont abordés dans la littérature. Nous avons présenté notre position épistémologique située dans le réalisme « interprétativiste » et les outils de collecte qui s'y réfèrent. Nous avons ensuite défini l'objet de recherche (événement sportif récurrent) et le terrain (Paris). L'utilisation de l'étude de cas multiples adaptée à la compréhension des contextes locaux nous a conduits, à partir du recensement des événements sportifs parisiens récurrents, à construire notre propre véhicule analytique dont la typologie des volontés premières est la clef de voûte. Cela nous a enfin permis de sélectionner les événements constitutifs des neuf études de cas de la thèse. Le choix de ces événements vise à respecter la diversité des projets événementiels sportifs observés pour analyser les impacts qu'ils peuvent générer sur le territoire.

Dans le deuxième chapitre nous avons présenté plus en détail ces événements par une description de l'expérience vécue sous forme de notes d'observation narrées. Cette entrée par le terrain correspond au processus par lequel la thèse s'est progressivement construite, comme la théorie ancrée nous y invite. Ces récits, bien que principalement descriptifs, sont d'ores et déjà la première étape de l'analyse puisque la seule manière dont nous posons notre regard sur l'événement est soumis à notre interprétation. Ce fut l'occasion de retranscrire la manière dont nous percevons le projet événementiel autour du triptyque analytique : « lieux/activités/publics ». Pour ordonner notre analyse nous avons intégré la distinction principale qui sous-tend l'ensemble de notre réflexion à savoir les volontés premières et en particulier le clivage entre les événements à finalité sportive et ceux qui l'utilisent tel un outil pour atteindre un autre objectif. Cette première partie a permis d'éclairer les fondations de notre cheminement inductif, de la question de départ « pourquoi organise-t-on des événements sportifs ? » à l'analyse par les dynamiques locales de neuf événements sportifs parisiens récurrents sélectionnés par le biais d'un échantillon théorique (Gagnon, 2012).

Fort de ce socle théorique et empirique, le premier prisme analytique que nous mobilisons est l'analyse des dynamiques locales par les jeux d'acteurs. Dans le deuxième chapitre nous avons observé ce que les projets événementiels donnent à voir sur site, et la manière dont ils correspondent aux volontés premières pendant l'événement. Désormais, nous souhaitons analyser ce que ces événements génèrent en termes de dynamique au niveau local, par la mise en réseau d'acteurs, en amont et en aval. Pour élargir ce regard nous allons nous appuyer sur la connaissance des projets événementiels permis par les observations, mais aussi des entretiens semi-directifs et de l'analyse documentaire. En analysant à la fois ce que disent et ce que font les acteurs, et le pourquoi de leurs actions, nous constaterons des mises en réseau plus ou moins vertueuses, éclairantes sur le rôle de l'acteur public dans l'organisation du sport local.

Partie 2 : l'analyse des dynamiques locales par les jeux d'acteurs

La partie 2 se centre sur les jeux d'acteurs. Elle est créée par la formalisation, puis l'opérationnalisation d'un projet événementiel. Nous la traitons en premier car avant de voir ce que l'événement génère, ce qu'il questionne, nous constatons que sa seule organisation induit par essence des interactions porteuses de sens. Elles sont diverses selon la nature des porteurs de projet et des concepts événementiels. Toutefois, en questionnant cette diversité, nous sommes parvenus à envisager des mises en réseau plus ou moins pérennes. Nous avons alors entrepris de considérer ce qui se déroule avant même l'organisation de l'événement comme des processus vecteurs de dynamiques locales. En constatant le rôle central de l'acteur public et du mouvement sportif dans l'organisation des projets étudiés, nous analysons ensuite les enjeux auxquels sont confrontés ces deux acteurs incontournables. Il y sera notamment question de la porosité entre les sphères publiques et privée ou encore de la difficulté de concilier des intérêts communs et des statuts associatifs. Nous terminerons cette partie sur les jeux d'acteurs avec une analyse des fonctions des acteurs impliqués dans les événements sportifs débouchant sur un système équilibré à la faveur de la récurrence des projets.

Par définition, les événements sportifs sont des points de congruence entre acteurs organisationnels. Ils permettent la collaboration entre des organisations qui n'auraient peut-être pas interagis autrement (Wasche, 2015). En conséquence, il semble intéressant de se focaliser sur cet aspect qui permet d'éclairer les dynamiques locales autour de l'événement. Pour rappel, ce concept permet d'appréhender en trois temps (avant, pendant, après) tout ce qui apparaît grâce au projet événementiel (Coalter, 2004 ; Girginov, Hills, 2009 ; Charrier, Jourdan, 2009).

Les mises en réseau font écho à cette approche : nous distinguons bien le maillage qui existe en amont et qui permet à un moment donné, la mise en place concrète de l'événement, du maillage qui reste en aval et qui en constitue l'héritage. Après avoir analysé de manière verticale, les neuf études de cas, sur les événements parisiens sélectionnés dans toutes leurs diversités, il semble que cette dimension organisationnelle soit bien un trait commun aussi bien parmi les conditions nécessaires à l'émergence de l'événement, qu'aux effets qu'ils induisent. Cette forme d'impact, moins analysée que les dimensions économiques dans la littérature (Crompton, 2006), permet de révéler dans un second temps des configurations locales qui viennent expliquer, par des jeux d'acteurs et de pouvoir, les mécanismes qui conduisent à la formation de synergies et d'inerties. Comment ces mécanismes apparaissent à travers l'événement sportif ? Que révèlent-ils au niveau local, au niveau de l'organisation du sport et de la politique sportive ?

Nous nous questionnons sur la potentialité des interactions inhérentes à l'organisation d'un projet événementiel sportif à pouvoir créer de la dynamique à moyen ou long terme. Parfois, au contraire, nous observons l'existence de projets qui s'avèrent être particulièrement autonomes voire indépendants des collectivités territoriales. Ces « non mises en relation » peuvent être subies ou, au contraire, le fruit d'une stratégie. Dès lors, au-delà de ce caractère moteur ou ralentisseur pour le projet événementiel, ces relations transcrivent l'émergence d'enjeux renvoyant à des jeux d'acteurs fondés sur des volontés politiques et/ou stratégiques. Dans cette partie, nous allons donc détailler la manière dont les mises en réseau observées prennent forme entre les différentes organisations sportives. Certains auteurs utilisent les termes « d'organisation sportive » tantôt pour désigner les seules organisations du mouvement sportif (Chantelat, 2001), tantôt les organisations de services

sportifs (Pigeassou, Garrabos, 1997) ou encore au sens plus large, les organisations concernées par l'activité physique et sportive (Gasparini, 2000 ; Tribou, Augé, 2003). Pour traiter ces éléments, nous allons mobiliser l'analyse des réseaux sociaux (Lazega, 1994 ; Mercklé, 2004) et la sociologie des organisations (Crozier, Friedberg, 1977). Nous tenterons d'identifier les rôles des acteurs dans le système d'action concret, en nous appuyant sur une analyse en deux temps : nous distinguerons la mise en réseau primaire (qui permet l'organisation de l'événement en amont) de l'héritage relationnel (qui correspond aux effets générés par le projet en aval). Conformément à la théorie ancrée et en adéquation avec le principe de circularité⁶¹, les éléments théoriques seront mobilisés au cours de l'analyse.

Nous adopterons une approche interprétative des réseaux, par un effort de caractérisation des configurations locales et des volontés politiques, nécessaire à la compréhension des jeux d'acteurs. En effet, selon Barnes (1972), les configurations structurales ont un effet sur les actions au sein d'un système donné. Cette phase de caractérisation de la situation organisationnelle de chaque type de projet événementiel semble donc être indispensable. D'autant plus que l'hétérogénéité des acteurs et des formes de mobilisation sont telles, qu'il est aujourd'hui difficile d'aborder la mise en œuvre d'un programme sans passer par une caractérisation de ces « configurations locales » (Sawicki, 2000). Celles-ci donnent lieu à des systèmes sportifs éclairés par la fonction de chaque acteur (Pociello, 1994). Pociello s'appuie sur ce modèle de lecture et concrétise cette hypothèse par la proposition d'un champ « socio sportif » représentant un domaine social délimité et ayant sa logique, son histoire et ses enjeux. Les acteurs y engagent des stratégies particulières visant toujours à adapter les produits sportifs offerts à leurs intérêts collectifs ou individuels particuliers (Pociello, 1994). Les événements sportifs par les relations qu'ils génèrent par essence (Sallent et al., 2011) se révèlent être des outils d'analyse de ces jeux d'acteurs. Les termes « rôle » et « fonction » sont employés ici comme des synonymes. Si l'un renvoie plutôt à la discipline du management, l'autre trouve de nombreuses définitions selon les courants en sociologie (Merton, Mendras, 1965).

Concernant le terme acteur, régulièrement utilisé dans ces pages, Gaudin (2001) nous rappelle que « *dans la littérature des sciences sociales, l'usage intensif et la plasticité du terme, sa valeur métaphorique et ses ambivalences, autorisent à la fois quelques passerelles entre disciplines mais également toutes les ambiguïtés* ». Pour préciser cela, nous tenons à indiquer que nous l'utilisons à travers la liberté d'initiative et de ressources de son « comportement rationnel » (Elias, 1981 ; Akoun, Ansart, 1999 ; Gaudin, 2001). En sociologie des organisations, l'acteur tient une place centrale autour de la problématique du choix rationnel justement, des jeux d'acteurs et de pouvoir (Crozier, Friedberg, 1977). Nous mettons de côté le terme « agent » (Nosedo, Racine, 2001), d'inspiration plus structurale, et généralement inscrit dans des contextes de contraintes (macro-économie, sociologies structuralistes, etc.) (Gaudin, 2001).

D'ailleurs, la notion d'acteur suscite un vif intérêt dans l'analyse des organisations sportives (Gasparini, 1997 ; 2000). Selon une définition large, est acteur toute personne participant à la vie de l'organisation (Bourdieu, Chamboredon, Passeron, 1968). D'après une définition plus restreinte, est acteur, celui qui participe à une action et agit dans une situation en poursuivant ses intérêts. Dans cette perspective, il semble nécessaire de partir de l'action ou du « jeu » envisagé (Gasparini, 2000). En tout état de cause, les notions

⁶¹ Jeu d'aller-retours entre le terrain et la littérature structurant la « montée théorisante » de l'analyse.

d'intérêt et de pouvoir permettent de comprendre le rôle des acteurs, et visent à définir une entité comme telle. C'est bien dans cette optique que nous analysons l'ensemble des interactions qui s'établissent entre ces entités.

La dimension récurrente des événements sportifs étudiés installe notre analyse au sein d'un système sportif dont les relations s'établissent sur le long terme, et pas seulement à la faveur d'un événement ponctuel. L'événementiel génère par essence une mise en interaction dont le contexte est une partie constituante. Nous ne ferons donc pas l'économie de cet effort de contextualisation, notamment historique, de chaque événement dans notre manière de traiter la question de la mise en réseau. Nous verrons par ailleurs que cette attention particulière nous permettra de mieux comprendre les jeux d'acteurs en éclairant justement les volontés qui motivent les actions. Il ne s'agit pas de révéler qui fait quoi, mais plutôt de comprendre pourquoi chaque acteur tient son rôle au sein du système étudié (Merriam, 1998).

Pour traiter cela, nous avons envisagé de présenter les différents types de mises en réseau observées autour de l'événement en deux chapitres : les mises en réseau « vertueuses » dans le chapitre 3 et les mises en réseau « restreintes » dans le chapitre 4. Le chapitre 5 sera l'occasion d'analyser la fonction déterminante de l'acteur public dans la mise en réseau liée à l'événementiel sportif à Paris et d'en discuter la portée en termes d'organisation du sport de manière plus générale.

Chapitre 3 : Les mises en réseau « vertueuses » : les synergies constructives et pérennantes

Ce chapitre présente le cas d'événements qui, par leur simple opérationnalisation, génèrent une mise en réseau d'acteurs qui s'établit au-delà de la stricte temporalité du projet événementiel. Nous verrons plus précisément deux types de synergies : la « constructive » et la « pérennante ». Nous les qualifions de vertueuses puisqu'elles créent de la dynamique et débouchent sur de nouveaux partenariats. *A minima*, elles permettent à l'événement de continuer à exister malgré un environnement contraignant. Nous verrons que chaque cas est distinct et met en œuvre des mécanismes qui ne s'appréhendent que par rapport à un contexte précis. Toutefois, l'agrégation de ces singularités par la caractérisation des situations locales nous permettra *in fine*, par l'identification des fonctions de chaque acteur dans le système organisationnel, de dessiner un modèle conduisant à chaque type de synergie observé.

3.1 La synergie « constructive ».

Certains projets événementiels parviennent à générer une forme de « synergie constructive ». Cette mise en réseau crée les conditions favorables à l'apparition de partenariats après la tenue de l'événement. Nous allons broser les contours des deux événements qui illustrent le mieux ce type de synergie, parmi nos études de cas. Tout au long de ce développement, nous traiterons des fonctions des acteurs et en particulier la fonction de la ville de Paris dans l'apparition de ce type de mise en réseau.

3.1.1 Le cas de « Courir Ensemble » : l'attractivité de la cause

Le premier exemple est le cas de la course « Courir Ensemble ». La figure ci-dessous présente le schéma organisationnel de l'événement. Le porteur de projet est le bureau parisien des bénévoles de l'association Handicap International. La ville de Paris participe indirectement au financement de l'événement en subventionnant l'association, qui ensuite en consacre une partie à l'organisation de « Courir Ensemble ». Le projet induit une synergie d'acteurs en adoptant un concept hybride qui combine marche solidaire et course compétitive. Ce parti pris génère une interaction entre l'association humanitaire et le mouvement sportif représenté par le comité régional olympique et sportif d'Ile-de-France (soutien matériel) et surtout la fédération française d'athlétisme qui homologue la course de 10 km. La frise historique ci-dessous permet de présenter les dates marquantes de son évolution.

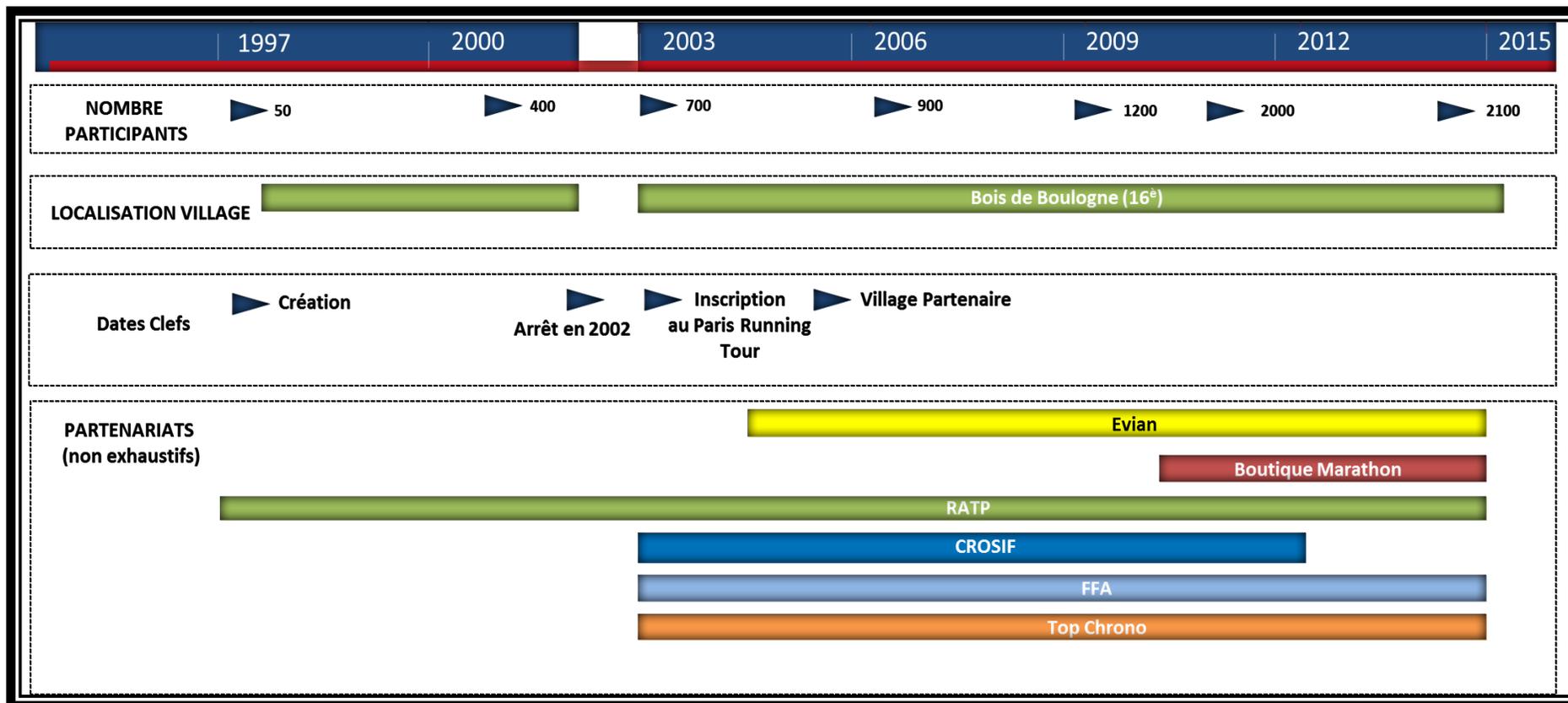


Figure 11 : frise historique synthétique de « Courir Ensemble »

De 1997 à 2003, l'événement est uniquement solidaire (cf. frise historique) et mobilise très peu. Pour améliorer le nombre d'inscrits et la visibilité de l'association, les bénévoles parisiens décident de le faire muter pour laisser place à une déclinaison d'épreuves dont la course compétitive du 10km. Il s'agit par ce choix d'augmenter le nombre de participants. Alain Tellier, nouveau responsable de l'organisation, confère cette dimension officielle à la course en la rapprochant du mouvement sportif. Il s'agit dès lors de sortir du « tout loisir », ou du « tout divertissement ». Ce sont les vertues de la compétition qui doivent permettre d'attirer plus de valides et par là même, mélanger plus les publics comme le promet le nom de la course. Le côté festif en découlera sans qu'il n'y ait d'objectifs précis évoqués.

« Il ne fallait pas être trop nombreux, juste qu'il y ait assez de monde pour que l'on parle de nous, cela marche comme cela... pas trop non plus pour pouvoir maîtriser les choses. Essayons... et donnons un caractère très officiel à la course. Ne faisons pas ce que j'appelle une « course kermesse » comme c'était un peu... on courait on fait plaisir à tout le monde... Là non, prenons de vrais coureurs et mélangeons-les. Gardons-lui ce caractère très convivial et très facile, mais donnons-lui aussi un caractère officiel et compétitif. » Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

« Il y a le massage, les crêpes, la garderie. C'est essentiellement cela. Il y a une époque où il y avait beaucoup plus d'animations, on faisait notamment de la sensibilisation à tous les risques mais on a arrêté car cela faisait trop de choses. On a vraiment voulu se reconcentrer sur la course. C'est le cœur. C'est important que l'on ressente l'événement sportif. Pour cela il a fallu mobiliser la fédération. » Anne Héry, directrice du Plaidoyer et des Relations Institutionnelles, Handicap International. Entretien du 10 mai 2015.

Pour rendre cela possible, le relais parisien d'Handicap International doit donc se rapprocher du mouvement sportif et plus particulièrement des fédérations d'athlétisme (FFA) et handisport (FFH). L'association passe aussi un partenariat avec une société de chronométrage (Top Chrono) afin de rendre la course officielle. De suite, le mouvement sportif montre son intérêt et s'investit dans le projet. C'est aussi un atout pour la communication de l'association solidaire qui bénéficie, grâce à ce partenariat, d'un nouveau réseau constitué des ligues et des clubs. Pour l'événement, initialement à dimension uniquement caritative et de divertissement, devenir partenaire de la FFA est un gage de crédibilité. La fédération, à travers sa délégation de service public pour l'organisation de courses « officielles » autorise l'inscription du 10km de « Courir Ensemble » au « Paris Running Tour »⁶². Cette légitimité nouvelle renforce l'attractivité du projet. Pour faciliter ces relations, Alain Tellier reconnaît qu'être représentant d'une organisation humanitaire aussi connue est certainement un atout considérable.

« Cela a été plutôt facile. On a eu un bon accueil. Quand on se présente en disant que l'on représente Handicap International, c'est vrai que cela a une valeur. Les gens se disent que ce doit être sérieux. Ce n'est pas une association de quartier. Tout de suite... on nous témoigne un certain intérêt. » Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

⁶² Championnat parisien organisé par la fédération française d'athlétisme.

Les organisations non gouvernementales (ONG) sont en effet des partenaires de coopération sur de nombreux enjeux politiques (Stangherlin, 2001). Depuis l'institutionnalisation du champ humanitaire international au début du siècle dernier (Kévonian, 2005), les ONG bénéficient d'une réelle crédibilité (Le Goff, 1999) auprès de l'acteur public et des partenaires privés.

Dans le cadre de cet événement, conférer un caractère officiel à la course est donc le moyen d'attirer un nouveau public, tout autant que de véhiculer un message fort : celui du vivre ensemble, de l'inclusion et du respect de l'autre malgré les différences. Dès lors, il ne s'agit plus d'organiser un événement pour les handicapés, mais un événement indiquant que l'on peut faire des choses ensemble. 700 personnes seront mobilisées en 2003.

« Ce n'est pas un truc que l'on organise que pour vous (personne en situation de handicap nldr). Mais c'est pour montrer que l'on peut le faire ensemble. Vous pouvez le faire mais ce n'est pas spécialement pour vous. Vous êtes dans une course, on vous la rend accessible. Vous voyez la nuance ? » Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

Cette nuance comme l'indique Alain Tellier dans ce *verbatim* porte ses fruits puisque l'événement, en renforçant ses partenariats et ses relations au fil des ans avec le mouvement sportif augmente son nombre de participants chaque année. Le comité régional olympique et sportif d'Ile-de-France (CROSIF) devient partenaire et confère une dimension encore plus sportive au projet. Un village partenaire se développe en 2005 pour y faire des animations et de la prévention. Le côté festif n'est pas abandonné mais il est désormais inhérent à la dimension compétitive. L'événement, dans sa nouvelle formule de 2003 se tient sur une matinée au contraire de la première version, plus ambitieuse qui se déroulait sur une journée. Depuis 2010, l'événement atteint la barre des 2000 participants. Les organisateurs n'envisagent pas d'aller plus haut compte tenu des moyens à disposition qui sont en parfaite concordance avec le format. Cette croissance linéaire du nombre de participants de 2003 à 2010 est rendue possible grâce au soutien du mouvement sportif, mais aussi à la concrétisation de nombreux partenariats qui n'ont rien coûté à l'association du fait de sa dimension caritative (Top Chrono, Evian, Boutique Marathon, Biscuiterie, RATP, 20 Minutes, CROSIF). En cela, la spécificité de l'événement est notable : la compétition sportive a structuré la dimension caritative. Elle lui a permis de trouver son public et sa place dans l'exigeant calendrier parisien de la course à pied.

3.1.1.1 Des relations partenariales facilitées par la loi

Les relations avec les partenaires sont assez singulières sur cet événement en ce sens qu'elles n'incluent pas nécessairement de contrepartie. Toutes les prestations sont dispensées gratuitement à titre de contribution à une organisation humanitaire. Il y a au total environ 20 bénévoles selon les années. Nous identifions parmi eux trois types de partenariats.

Le premier exemple de partenariat est celui qui n'a pas recours au conventionnement. Cela permet de limiter le coût d'organisation de l'événement et d'assurer un soutien matériel, ou promotionnel. C'est le cas de, du CROSIF qui paie tous les dossards ou encore d'Evian qui assure le ravitaillement en eau (3000 bouteilles).

« Tous ces échanges sont des services. Tous les organismes humanitaires ont des spots téléés. Avec la RATP par exemple, à partir de demain et pendant 15 jours on leur a fourni 250 affiches qu'ils vont placer dans le métro. Bon il ne faut pas s'attendre à les trouver sur les quais de métro car ce sont des sommes inabordables, mais plutôt sur les 'espaces associatifs' des grandes stations. Ils ne nous demandent rien. Ils nous envoient quand même le devis je crois qu'une semaine c'est 20 000€. Ils nous donnent deux semaines et ne demandent rien en contrepartie. Mais cela se fait beaucoup dans le caritatif. C'est un peu une règle. On veut bien faire de la pub mais on ne va pas payer. » Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

Un autre type de partenariat est identifié par l'intermédiaire de services et produits dérivés délivrés par des entreprises privées partenaires. Ils font l'objet d'une convention de partenariat et bénéficient de l'exonération fiscale à hauteur de 60%⁶³ des versements pris dans la limite unique de 5 ‰ du chiffre d'affaires des entreprises donatrices. C'est le cas de « Boutique Marathon » qui fournit des tee-shirts à tous les participants ou de « Top Chrono » qui assure un chronométrage professionnel.

« Top Chrono, en nous soutenant fait un don. Donc il y a une convention. Nous pouvons le faire car nous sommes agréés. Les partenaires valorisent leur prestation, et obtiennent un reçu fiscal. Dès qu'il y a un certain montant on le propose. » Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

Ce levier est très important pour le relais bénévole car cela encourage ce type d'initiatives et permet de maîtriser le coût de l'organisation. Cependant selon l'organisateur, le système est en perte de vitesse. Il évoque notamment le système d'exonération qui ne s'opère que sur la base de la valeur financière de la prestation fournie.

« Cela fonctionne bien... enfin de moins en moins quand même, c'est compliqué avec tous ceux qui nous donnent des moyens logistiques. En fait quelque part, c'est dans la mécanique cela se comprend. Dans le cas de la biscuiterie avec qui nous sommes partenaires... il offre les biscuits, il ne donnerait pas la valeur de ses biscuits. C'est plus facile de nous offrir une prestation gratuite que de verser l'équivalent en argent... ». Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

On voit ici poindre les stratégies qui s'expriment à travers leur implication dans le projet événementiel. La rationalité des acteurs (Crozier, Friedberg, 1977) s'observe bien ici : le partenaire souhaite participer mais il constate qu'il a plus intérêt d'un point de vue financier à aider l'association par une prestation gratuite que par un don, malgré l'abattement fiscal.

Enfin, un dernier type de partenariat est identifié par la présence de représentants du mouvement sportif. C'est le cas des fédérations d'athlétisme et handisport. Sans mise en place de convention, ce rapprochement permet respectivement l'inscription au « Paris Running Tour » et la présence de sportifs de haut niveau en situation de handicap en guise de parrains.

⁶³ Bulletin Officiel des Finances Publiques-Impôts, DGFP, Identifiant juridique : BOI-BIC-RICI-20-30-20150805
Directeur de publication : Bruno Parent, directeur général des finances publiques, date de publication : 05/08/2015

« C'est une vraie caution pour les gens. Pour faire venir du monde c'est important. On dit que l'on va faire un 10km qui est vraiment l'épreuve phare pour nous. La distance au final est très officielle vis-à-vis de la fédération. » Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

« La fédération handisport nous aide... on va dire que c'est encore plus une caution que pour l'athlétisme. On essaie d'avoir des parrains qui viennent de la fédération handisport. En termes de communication un peu, mais c'est modeste. À la fédération on s'adresse à de vrais sportifs. Donc ils ne sont pas vraiment intéressés par ce que l'on fait, c'est un moyen d'atteindre un autre public. » Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

L'appui de ces structures est une forme de caution pour l'événement qui permet de légitimer sa dimension compétitive et le sérieux que cela peut induire en termes d'image. Enfin, c'est la possibilité de disposer d'un autre canal de communication et d'atteindre un public différent.

Les relations avec la mairie de Paris se traduisent notamment par la mise à disposition gratuite du site du bois de Boulogne. La politique sportive parisienne comporte un volet d'actions concernant les personnes en situation de handicap. Il s'agit de l'un des quatre axes aux côtés des dispositifs à destination des publics spécifiques que sont les femmes, les seniors et les quartiers sensibles par l'intermédiaire des pratiques sportives émergentes. Surtout, la question du handicap dans le sport notamment à travers l'accessibilité des équipements sportifs est devenue une obligation depuis la loi n°2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées. Elle stipule que les établissements recevant du public (ERP) existant (parmi lesquels les équipements sportifs) doivent faire l'objet d'un diagnostic de leur état d'accessibilité avant le 1er janvier 2011, puis répondre aux exigences relatives à l'accessibilité pour tous d'ici au 1er janvier 2015. Selon le décret du 17 mai 2006 et les textes codifiés dans le Code de la construction et de l'habitation (art. R111-19-1), les ERP et les installations ouvertes au public (IOP) doivent être accessibles aux personnes handicapées, quel que soit leur handicap, physique, sensoriel, mental, cognitif ou psychique. Pascal Cherki, maire adjoint au Sport de 2001 à 2008 évoque ses actions dans ce champ.

« Ce que l'on a fait pour le handisport c'est avec la fédération française handisport qui a financé à 50% : on a équipé toutes les piscines avec des chaises de mise à l'eau pour handicap moteur. On a travaillé sur un équipement par bassin pour améliorer l'accessibilité. On a fait un gros partenariat avec un club de basket-ball, grâce à Ryad Salem. On a fait du sport adapté et développé le cécifoot notamment. » Pascal Cherki, député PS de la 11^e circonscription de Paris, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2001 à 2008, extrait d'entretien du 26 juin 2015.

En réalité, la ville de Paris ne verse pas de subventions au relais bénévole parisien de l'association pour l'organisation de « Courir Ensemble ». Cependant, elle participe indirectement à son financement à travers la subvention versée perçue par Handicap International. Pour organiser son événement, le relais se tourne donc vers son association mère sans solliciter de nouvelles aides auprès de la municipalité.

« Volontairement on n'en prend pas... pourquoi? Il y a déjà un certain nombre de participations de la mairie de Paris auprès de notre association. Donc d'un commun accord, il ne faut pas sans arrêt frapper à la porte et leur demander de l'argent. Je pense que c'est honnête. Je m'étais posé la question au début, certains se demandent en effet, mais il faut être objectif. Quand je m'étais renseigné, ils m'avaient dit 'retournez vers votre association qu'ils vous en donnent une partie, c'est votre événement'. En accord avec les responsables de l'association, on s'est dit que l'on ne ferait plus de demande. » Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

Selon les acteurs rencontrés, l'image qualitative et gage de sérieux d'Handicap International a facilité l'organisation de l'événement et l'obtention des autorisations. Dès lors, l'événement est un temps qui permet de recevoir les élus, d'entretenir des relations publiques. C'est un volet très important et particulièrement pour une association caritative s'appuyant sur la contribution de tous. Il est également important de montrer, à travers ce type d'événements qu'Handicap International et en particulier son relais parisien au niveau local, est dynamique. C'est donc d'une part une représentation de l'association au niveau local auprès des institutions et du public, et d'autre part un outil de renforcement du lien avec la mairie de Paris et le mouvement sportif.

3.1.1.2 Des stratégies de développement basées sur les synergies de réseaux

La question de la mise en réseau apparaît dans les débats sur les stratégies de développement souhaitées par les décideurs aux niveaux local et national. Alain Tellier, qui a relancé l'événement il y a 12 ans et le porte concrètement depuis, explique qu'il faudrait s'ouvrir à de nouveaux partenariats et de nouvelles synergies qui sont d'ailleurs permises par le maillage actuel. Cependant, il y a certaines contraintes inhérentes aux associations caritatives qui doivent préserver leur image de toute confusion.

« Les organisations humanitaires ont un corps de métier, une image. Elles se protègent un peu de cela. Elles ont du mal à mélanger d'autres choses qui ne les concernent pas directement. Mais cela se comprend. Il ne faut pas que le message soit brouillé. C'est trop important. C'est particulièrement vrai pour Handicap International. Pourtant, je suis partisan d'ouvrir plus, surtout compte tenu du fait que l'on a déjà un réseau. » Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

Il est donc important pour « Courir Ensemble » de garder une certaine autonomie et de ne pas développer des partenariats trop inclusifs avec le mouvement sportif ou tout autre mécène qui tendrait à s'approprier l'événement. C'est particulièrement un des enjeux du partenariat avec la fédération d'athlétisme puisque la course génère environ 65% d'inscrits pour la compétition inscrite au « Paris Running Tour ». C'est un écueil important pour l'association qui doit rester maîtresse de son image et de son événement. Il s'agit d'une contrainte supplémentaire pour le conventionnement de partenariats. Le plus important est d'être transparent et cohérent dans la délivrance du message.

« Je vais vous donner un exemple de manière très précise. Il y a une course qui s'appelle 'Les Bacchantes' pour le cancer de la prostate. Je connais bien la personne qui s'en occupe. Il me dit : 'est-ce que je peux venir pour faire de la publicité pour mon événement sur le tien?'. Je lui dis bien sûr. Après il a des étudiantes aussi qui l'aident un peu... mais peuvent-elles venir

vendre des produits dans le village ? Là je lui dis qu'elles viennent, qu'elles fassent ce qu'elles veulent au niveau de la communication, mais pas de vente. Ce n'est pas que l'on ne veut pas aider les autres mais on ne peut pas tout faire. » Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

Ce type de partenariats destiné à vendre des produits sur site n'est donc pas en cohérence avec la volonté première de l'événement. Néanmoins, selon l'organisateur, il reste très important de continuer à se développer sur des partenariats d'images. Il souhaite également garder cette dimension modeste de l'événement qui peut être organisé à peu de frais par le relais parisien. C'est aussi le meilleur moyen que l'événement n'échappe pas à l'association. Handicap International n'a que peu de moyens à lui accorder. Pour se développer, il faudra donc passer par des financeurs, ce qui représente un risque pour la clarté du message. Selon lui, partir du bois de Boulogne pour aller sur Paris est aussi une erreur stratégique.

« L'esprit du relais, c'est aussi d'avoir un côté... pas écologique mais de se dire que si l'on fait quelque chose de festif, il faut de la place. Il vaut mieux que ce soit en plein air, que l'on respire un peu, plutôt que dans la pollution. Dans Paris ce n'est pas possible. On veut de la verdure, de la nature. » Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

Face à ce discours, des dirigeants d'Handicap International expliquent que l'événement doit grossir. S'établir sur l'espace urbain parisien serait un moyen d'intéresser davantage de partenaires selon Elodie Billard. Elle ne fait pas mention du risque de dilution, ni du manque de moyens.

« En fait pour l'instant... l'objectif c'est plutôt faire connaître et l'idéal c'est d'avoir de la visibilité. Mais je pense que cela pourrait être bien aussi d'y accoler un événement de collecte. Le nerf de la guerre c'est cela. Aujourd'hui avec cette course on rentre à peu près dans nos frais et cela fait de la visibilité. Demain, je pense que l'enjeu est plutôt d'essayer de le développer, de faire des partenariats avec des entreprises car il peut y avoir des financeurs intéressants... et je pense que si c'était une course dans Paris cela pourrait les intéresser davantage. » Elodie Billard, directrice de la communication, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

On constate donc ici deux conceptions différentes pour l'avenir de l'événement mais qui s'appuient néanmoins toutes deux sur un maillage partenarial fort. Le relais local et organisateur évoque en premier lieu une dimension festive qui trouve tout à fait sa place au bois de Boulogne. La direction nationale y voit surtout un enjeu de visibilité qui gagnerait à se développer plutôt dans l'espace urbain parisien, plus fréquenté et plus attractif. Néanmoins, un consensus s'opère entre les acteurs que nous avons rencontrés autour de la nécessité de développer d'autres courses ailleurs en France. Anne Héry l'explique dans le *verbatim* suivant.

« Moi je pense qu'il faudrait dans l'idéal la dupliquer dans d'autres endroits en France. Je verrai plutôt une grosse sur Paris puis des duplications. Et oui... bien sûr faire en sorte que ce soit sur Paris, faire en sorte qu'elle prenne en notoriété... mais à mon avis cela c'est plus dur. Il y a une vraie concurrence pour le coup pour être à Paris, il y a pléthore. Nous du coup elle s'est installée ici... cela fait 17 ans qu'elle là... c'est bien mais il y a des choses à faire ailleurs. » Anne Héry, directrice du Plaidoyer et des Relations Institutionnelles, Handicap International, extrait d'entretien du 21 avril 2015.

Dans cette optique, l'événement parisien deviendrait la figure de proue du projet, qui se déclinerait sur les différents territoires où les relais bénévoles sont implantés. Quelle que soit la manière dont l'association va développer son projet événementiel dans les années à venir, ce cas est particulièrement intéressant puisque l'événement, par sa simple organisation présente une mise en synergie d'acteurs. Sans « Courir Ensemble », le CROSIF, Handicap International et Evian n'auraient pas nécessairement eu d'interactions. Celles-ci sont facilitées par la nature du concept qui parvient à mobiliser de manière philanthrope aussi bien les acteurs privés associatifs que marchands. Ce réseau nouvellement créé, indique que le sport, par l'intermédiaire de certains événements, fait l'objet d'une collaboration entre acteurs hétérogènes qui y trouvent tous un intérêt particulier (Callède, Dané, 1991).

À propos de cet intérêt particulier des acteurs qui se transforme en intérêt commun vecteur de mise en réseau, les principaux auteurs de l'analyse des réseaux sociaux tels que Lin (1994, 1995) évoquent dans certaines de leurs hypothèses une rationalité limitée ou relative (Becker, 1971) du comportement des acteurs. Ils évoquent bien ces volontés qui seront à la base ou non de la relation contractuelle dont parle Callède, car établir une relation, c'est faire un choix (Degenne, Forsé, 1994). Dès lors, appréhendées au niveau du groupe, il semble que les formes sociales débouchent non sur pas des choix individuels rationnels comme l'individualisme méthodologique le suggère (Boudon, Weber), mais sur des interactions faisant partie d'un contexte (Barnes, 1972). En l'occurrence, ces relations se formalisent par l'établissement d'un contrat. La contractualisation est le processus qui marque l'interaction proprement dite (Callède, Dané, 1991). Cependant, les auteurs reconnaissent qu'il s'agit d'un processus de régulation avec des règles communément admises. Le contrat peut, selon les cas, devenir un consensus ou une contrainte. Ici, le contrat s'effectue dans le cadre d'un consensus formalisé par une convention autour de l'événement sportif.

3.1.1.3 Les spécificités inhérentes à l'événementiel sportif caritatif

Nous décelons quelques caractéristiques spécifiques inhérentes à l'événementiel sportif caritatif. La première et principale réside dans le fait que les biens et services fournis par les partenaires et les sponsors sont gratuits. Cette contribution peut faire l'objet d'un abattement fiscal de 60% sur la prestation par la réception d'un reçu fiscal fourni par l'association Handicap International, agréée conformément à la loi. Ce système favorise la synergie partenariale et l'action mécène des entreprises qui y trouvent un moyen de soutenir une cause tout en étant visibles sur un événement sportif et en bénéficiant d'une contrepartie symbolique. En outre, c'est surtout le moyen de réduire considérablement le coût d'organisation tout en proposant des services et des produits dérivés qui nourrissent

l'expérience vécue lors de la participation à l'événement. C'est donc un levier qui facilite l'organisation du projet événementiel sportif.

Cependant, nous constatons aussi des contraintes. Le sport n'est jamais un élément central dans les missions de ces associations et le dispositif passe généralement après bien d'autres priorités, comme c'est le cas chez Handicap International. On peut évoquer une forme de « réticence culturelle » au sein de ces organisations. En effet, selon les acteurs rencontrés, il y a peu d'appétence pour la chose sportive dans les équipes chargées de la sensibilisation et du soutien aux personnes en situation de handicap. Le sport n'est pas perçu comme une activité ou un outil particulièrement pertinent en comparaison à d'autres modes de sensibilisation utilisés depuis des années et ayant déjà fait leurs preuves. Dans ce contexte, l'événement sportif apparaît dans le cas d'Handicap International grâce à une conjoncture favorable et une volonté forte au sein d'un relais de bénévoles. Malgré cela il ne trouve pas l'assentiment de tous et son développement dans d'autres relais français est avorté faute d'enthousiasme.

Pourtant, l'événementiel par essence permet de mobiliser les individus et de créer de la congruence. Au-delà de ce constat, le sport est un fait social total qui semble être porteur de sens pour une association de ce type. Les thèmes abordés par ces associations trouvent rapidement un écho important auprès de l'opinion publique lorsqu'ils sont accolés à un projet événementiel. On pense par exemple aux chaînes de télévision⁶⁴ qui viennent chaque année faire un reportage sur l'événement... qui ne mobilise que 2000 personnes mais traite une cause sociétale de premier plan. En outre, la dimension internationale du porteur de projet confère une légitimité à la démarche qui se traduit par des interactions vertueuses avec le mouvement sportif (fédérations et CROSIF) et avec la ville de Paris. C'est donc l'objet de l'association en dernier ressort qui constitue un élément distinctif important et génère des impacts spécifiques, à commencer par une mise en synergie constructive. Le contexte local révèle un dynamisme du bureau parisien particulièrement salvateur pour ce projet événementiel qui ne parvient pas à se décliner ailleurs qu'à Paris.

Ce type de projet événementiel bénéficie des politiques sportives qui inscrivent de plus en plus régulièrement, et c'est le cas de la ville de Paris, l'accessibilité des pratiques sportives pour tous en se référant à des publics identifiés en marge : les jeunes des quartiers sensibles ou les personnes porteuses de « handicap » (Martel, 2006). En parallèle, les fédérations ont une mission de service public et doivent intégrer cette dimension. Soutenir un événement tel que « Courir Ensemble » peut donc aussi relever de l'effet d'opportunisme dans un contexte où la question du handicap est systématiquement inscrite à l'agenda public. Bouttet (2015) explique que les liens entre les logiques sociétales, institutionnelles et d'action ont fait ressortir l'action d'entrepreneurs dans la mise en forme d'une prise en compte fédérale des populations handicapées. Il identifie des « entrepreneurs de morale » qui structurent l'action fédérale en matière d'accessibilité des pratiques sportives (Bouttet, 2015). À cet égard, la pratique sportive fédérale à destination du public handicapé fait de plus en plus l'objet d'une co-construction, dont cet événement, générateur de synergie, semble être une émanation. L'appui de la FFA dans le montage de l'événement lui confère une fonction intégrative et fédérative, productrice de réglementations, génératrice d'ordre (Pociello, 1995) et donc de légitimité.

⁶⁴ TF1 en 2015 et France Télévision régulièrement depuis la création de l'événement.

Courir Ensemble	
Impulseur Handicap International	Indifférents Clubs locaux d'athlétisme
Facilitateurs Mairie de Paris Fédération Française Athlétisme Fédération Française Handisport Partenaires philanthropes	Ralentisseurs Courses caritatives
Contributeurs Partenaires (abattement fiscal)	

Tableau 27 : les fonctions des différents acteurs dans la mise en réseau constructive initiée par l'événement « Courir Ensemble ».

3.1.2 Le cas de « La Parisienne » : l'attractivité du concept

Le deuxième exemple de synergie constructive est celui de « La Parisienne ». L'entreprise « La Parisienne » organise l'événement avec le concours (financier les 4 premières années, matériel et administratif depuis) de la mairie de Paris. Un équipementier (Adidas, puis Nike et Reebok désormais) sponsorise, anime et co-organise. Ainsi, l'événement bénéficie du soutien de la sphère publique tout autant que de la dynamique de la sphère privée marchande. Pour Camy et Leroux (2002), nous pouvons employer le terme d'organisation sportive malgré le caractère privé de « La Parisienne », puisque le secteur sportif couvre également le champ du sport loisir et de l'événementiel au sein desquels l'on trouve de nombreuses entreprises commerciales.

Pour rappel, « La Parisienne » est organisée en 1997 par Patrick Aknin, ancien journaliste et producteur de télévision, ami de Guy Drut (adjoint au maire en charge des Sports de Paris de 1985 à 1989) et directeur du marathon de Paris de 1987 à 1997. Il crée dans la foulée le « Semi de Paris » qui emprunte aujourd'hui pour une large part les berges de Seine et mobilise des milliers de coureurs. Fort d'une certaine expérience dans l'organisation de manifestations sportives et d'un réseau partenarial important (Carrefour, Adidas, etc.) il décide en 1997 de mettre les femmes à l'honneur à travers une course qui leur serait exclusivement dédiée. Il crée une entreprise, « La Parisienne », qui organisera la course du même nom. La frise historique ci-dessous présente son évolution.

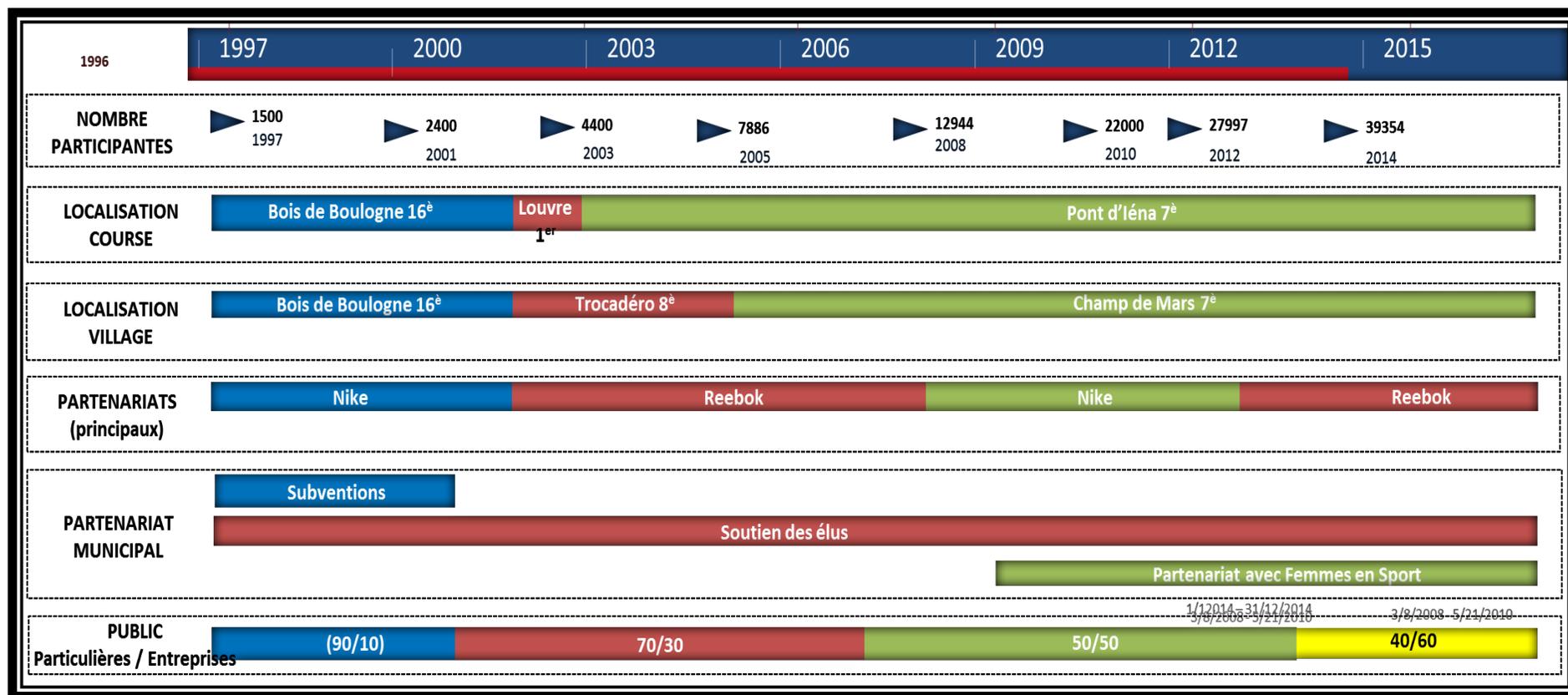


Figure 12 : frise historique synthétique de « La Parisienne »

3.1.2.1 Le réseau du porteur de projet

Dans la négociation faisant suite à son départ du marathon, Aknin fait valoir auprès de Kahn le maire adjoint au Sport de l'époque, sa volonté de créer deux événements (une course féminine et un 10km). Fort de son expérience, il obtient les autorisations administratives ainsi qu'une subvention dégressive sur quatre ans. Malgré cet appui politique, le 10km ne fonctionne pas. Il stagne à 3000 participants. La société que dirigeait Aknin⁶⁵ disposait de 8 événements en 1996, mais il était difficile selon l'intéressé, de vivre uniquement de l'événementiel sportif.

Le constat évoqué précédemment permit la création de la course. Mais plus que cela, il est la principale raison de son succès. Le discours porté par Patrick Aknin a trouvé de l'écho auprès des sponsors tout autant que du côté de la mairie de Paris. Ces deux ingrédients ont assuré la pérennité de l'événement les premières années. Sur cette base saine, « La Parisienne » a pu s'appuyer sur un budget communication conséquent et une stratégie de séduction des entreprises qui a entraîné une augmentation constante et significative du nombre d'inscriptions chaque année.

Fort de son expérience en tant que directeur du Marathon de Paris, Aknin disposait d'un panel d'entreprises partenaires potentiellement intéressées par l'idée de développer leur image du côté du sport féminin. Par exemple, le partenariat passé avec Adidas dès la première année (pour 4 ans) fut un appui précieux pour construire l'événement à moyen terme. Le partenariat fut possible grâce aux relations nouées durant les précédentes années sur différents événements. On peut imaginer qu'il soit bien plus difficile pour une entreprise portée par une personne étant totalement étrangère au monde des courses pédestres d'établir ce type de partenariat dès la première année.

« Adidas était partenaire de la fédération d'athlétisme à l'époque. On l'avait mis en place sur le marathon de Paris et le championnat de France. De fil en aiguille on finit par avoir de vraies relations, de la confiance. Quand j'ai énoncé l'idée d'organiser cet événement, j'ai de suite eu un écho ultra-positif. » Patrick Aknin, directeur de « La Parisienne ». Extrait d'entretien du 1^{er} avril 2015.

Dès la première année, « La Parisienne » campe sur un positionnement festif et la volonté de mettre en place un village d'animation et de sensibilisation au bien-être et au sport-santé. En réalité, le crédit dont bénéficie le créateur permet d'éviter la phase de prospection et de négociation avec ces organismes privés marchands ou associatifs.

« C'est assez facile pour moi au départ, les animations comme je les avais mises sur le marathon de Paris et les autres épreuves...puis sur les marathons de Lyon et de Bordeaux dont je m'occupais aussi, j'avais déjà les contacts. Quand je suis parti du marathon de Paris, toutes les équipes de sport, les associations de bénévoles avec qui je bossais ont suivi. C'est évident, c'est le réseau ». Patrick Aknin, directeur de « La Parisienne ». Extrait d'entretien du 1^{er} avril 2015.

Ce réseau est d'autant plus nécessaire qu'il comprend aussi l'acteur public. En ayant travaillé de nombreuses années pour la mairie de Paris, Patrick Aknin dispose de bonnes relations

⁶⁵ Reprise de la société Image et Stratégie de Thierry Saussez au bord du dépôt de bilan.

avec les élus (Hidalgo, Kahn, Cherki) et les techniciens du sport (Coucardon). Cela facilite considérablement les choses en 2002 lorsque la course, stagnant un peu au bois de Boulogne obtient les autorisations pour s'installer dans Paris.

« Le maire adjoint chargé des sports, Pascal Cherki nous a beaucoup aidés. On ne pouvait se développer plus dans le bois de Boulogne, par contre on a explosé en arrivant à Paris [...] Coucardon cela fait 20 ans que l'on se connaît... mais nous maintenant la ville et ce que j'étais avant : Sport Leader...on est comme cela si vous voulez (il mime une poignée de main). J'ai fait tellement de choses pour la ville... bien sûr Mme Hidalgo, qui a couru d'ailleurs 'La Parisienne', adore cette épreuve. C'est un atout pour nous. » Patrick Aknin, directeur de « La Parisienne ». Extrait d'entretien du 1^{er} avril 2015.

C'est l'expérience d'une personne et ses relations qui ont rendu possible le passage de la course dans Paris. La course est même devenue un élément de promotion de la ville que les élus aiment revendiquer. Mais dans les deux cas, c'est aussi la volonté d'un homme qui est présente derrière l'événement. C'est aussi et surtout son savoir-faire, son expérience, son réseau et sa capacité de lobbying. Ainsi, l'événement basé sur un concept original dans les années 1990, est enrichi par l'expérience et les relations du porteur de projet. Il devient l'allégorie de son créateur : sa personnalité, son parcours et l'empirie qui en découle.

Pour justifier cela, nous pouvons prendre deux arguments de plus. Tout d'abord, l'événement parvient à convaincre sur l'échiquier des courses pédestres mondiales grâce à « la carte de visite » de son porteur. Pour le dire simplement, « La Parisienne » n'est pas une course compétitive, il n'y a pas de grilles de prix et le parcours est trop court pour être adapté à la compétition. Pourtant, de nombreuses sportives françaises, y compris les meilleures coureuses participent chaque année. On peut expliquer cela par l'aura dont bénéficie désormais l'événement. Mais au moment de la création, le soutien des sportifs était primordial. Colette Besson, en tant que marraine a par exemple joué un rôle important pour la crédibilité de l'épreuve les premières années. Pour obtenir le soutien de ces sportifs, l'événement doit déjà être légitime. Ici, c'est la fonction sportive compétitive (Gasparini, 2000) qui est mobilisée. Le *verbatim* ci-dessous éclaire ce processus.

« Quand j'ai voyagé et que j'ai vu tous les marathons internationaux, car on a fait beaucoup de développement international, la première chose que l'on me demandait est si j'étais marathonien ! Et après c'est combien, quel temps je fais ? C'est la carte de visite. Là tu peux être considéré comme une chèvre. Si c'est honorable, après on peut parler. C'est cela qui est drôle, car j'ai toujours fait partie des seconds couteaux, mais cela donne quand même une légitimité pour s'investir dans ce sport. » Patrick Aknin, directeur de « La Parisienne ». Extrait d'entretien du 1^{er} avril 2015.

Il est donc avantageux que le créateur d'une course pédestre soit lui-même un coureur averti. Le « temps sur marathon » devient alors une carte de visite qui donne de la légitimité auprès de la communauté sportive. On peut donc supposer qu'en plus du carnet d'adresses, le créateur d'une course de ce type doit disposer de cette crédibilité pour générer assez de confiance autour de son projet et attirer des personnalités sportives.

Le second exemple est l'accent qui a été mis sur la communication durant les premières années de la course. Le positionnement stratégique sur le public féminin, le sport-santé et le bien-être est plutôt innovant dans les années 1990. C'est aussi un positionnement

opportuniste puisqu'il correspond à une demande sociale grandissante à laquelle les fédérations peinent à répondre. La politique de séduction des entreprises débutée au début des années 2000 constitue également un choix stratégique payant aujourd'hui. Le ciblage marketing et les éléments de communication (charte graphique, un nom, un logo) participent à la création d'une identité forte, d'une marque. Cette réflexion très commerciale est permise par le parcours du créateur, homme de communication, ancien producteur de télévision et directeur de la société « Sport Leader ».

Ces deux exemples illustrent bien la manière dont la course peut être considérée par le prisme des caractéristiques de son porteur. Sa communication, sa crédibilité sportive, ses bonnes relations avec les associations, les sponsors et la mairie de Paris, constituent les ingrédients initiant la mise en place du cercle vertueux traduit par l'augmentation constante du nombre d'inscrites. Dès lors, tous les éléments sont réunis pour que l'événement dispose des moyens de son ambition. La notion de réseau prend justement son appui théorique comme un élément du capital social (Mercklé, 2003). Le réseau serait formé par le capital social, initialement défini comme un ensemble de relations tissées par l'individu dans la société et dont il peut tirer profit (Bourdieu, 1986). Ce dernier concept est d'ailleurs repris dans la littérature sur les impacts sportifs et correspond à une forme d'impact social (Taks, 2013). Avec « La Parisienne », ce capital social, pas forcément perceptible de l'extérieur revêt un caractère crucial dans le développement de la course, autant si ce n'est encore plus que le capital financier initial. C'est ce capital que nous analysons en tant qu'élément-clé traduisant une synergie constructive.

C'est la raison pour laquelle ce cas nous amène à souligner la pertinence de l'approche par le réseau. Ce capital relationnel sera une source d'interactions et de situations de face à face où des individus impliqués, s'influencent dans un processus dynamique. La mise en réseau d'acteurs nécessaire à l'existence du projet événementiel peut alors s'observer sous la forme d'un rapport de force entre professionnels, comme le résultat non déterminé à l'avance des interactions de l'ensemble des protagonistes (Callède, Dané, 1991). Nous avons vu que les acteurs qui interagissent, le font de manière à ce que ces interactions produisent un contexte propice à la mise en place d'un événement sportif. Pour ce faire, ils jouent des rôles différents en vue de trouver un consensus vertueux pour l'ensemble des acteurs (Crozier, Friedberg, 1977 ; Gaspirini, 2000).

Après avoir identifié le rôle du porteur de projet dans la mise en réseau, nous allons nous intéresser dans les pages suivantes aux acteurs qui constituent ce système organisationnel semblant garantir la croissance de la fréquentation de l'événement. Nous allons analyser le processus qui génère cette synergie constructive en soulignant le rôle des acteurs : la dynamique insufflée par le « facilitateur » (la ville de Paris) et l'éloignement passif de « l'indifférent » (Fédération Française d'Athlétisme). Ces développements nous amèneront d'ores et déjà à mettre en débat la légitimité de l'intervention de l'acteur public et à questionner les différentes conceptions du sport par le mouvement sportif.

3.1.2.2 Le facilitateur : la perception d'un intérêt commun.

Le soutien de la mairie de Paris ne se fait pas sans contrepartie. Comme nous allons le voir, les élus politiques (Anne Hidalgo, Jean-François Martins) de la ville tiennent un discours très mélioratif à son encontre et viennent chaque année sur le site. Toutefois, cet événement purement commercial a contribué à la formalisation d'une politique sportive à destination des femmes à Paris en soutenant notamment l'événement municipal « Femmes en Sport ». « La Parisienne » a vu le jour grâce aux bonnes relations entre Patrick Aknin et la mairie de Paris. Ce soutien s'est matérialisé par trois aides :

- Soutien pour obtenir l'autorisation administrative auprès de la Préfecture pour le bois de Boulogne et une aide logistique en 1997.
- Subvention dégressive de 1997 à 2001.
- Soutien pour obtenir l'autorisation administrative auprès de la Préfecture pour la rue de Rivoli puis le pont d'Iéna sans redevances depuis 2002 assorti d'une aide logistique.

Nous pouvons nous étonner qu'une collectivité locale puisse subventionner une entreprise commerciale. De plus, il apparaît que le crédit dont bénéficie « La Parisienne » est très rare pour un événement sportif à Paris en raison de l'espace urbain très saturé par la densité, et la diversité des offres événementielles⁶⁶. On explique ce soutien par le fait que la course véhicule des valeurs et un message qui correspondent à un axe de la politique publique parisienne. La politique sportive initiée par Pascal Cherki en 2001 puis poursuivie par Jean Vuillermoz vise 4 publics spécifiques à travers des événements et des dispositifs : les personnes en situation de handicap, les femmes, les seniors et les quartiers sensibles. La structuration de l'axe du sport féminin s'est effectuée progressivement de 2001 à nos jours autour d'un événement sportif municipal : « Sport pour Toutes » puis « Femmes en Sport ». De nombreux dispositifs d'accès à la pratique sportive ont été développés ces dernières années en périphérie de « Femmes en Sport ». « La Parisienne », forte de ses milliers de participantes dispose, dès la création, d'un réservoir conséquent pouvant alimenter les programmes municipaux. C'est donc la conviction des élus d'entrevoir un intérêt général dans l'organisation de « La Parisienne » qui a légitimé un soutien financier et matériel.

« Le truc pour lequel je me suis battu c'est « La Parisienne ». Quand j'étais adjoint au maire la première fois j'ai appris qu'il y avait une course de femmes au bois de Boulogne... j'étais choqué d'apprendre qu'il y avait une course féminine au bois de Boulogne. J'ai même pourri l'organisateur pour l'image que cela renvoyait. Il me dit : 'moi je ne demande que cela depuis des années c'est la préfecture qui refuse'. Je dis 'banco' on va le faire. Donc on a fait un départ autour du Louvre. Comme on a mis un souk terrible dans le jardin des tuileries, après on s'est mis autour de la tour Eiffel. Ce truc-là on l'a fait monter. On en a fait la plus grande course au monde ! Cela correspondait à ce que l'on voulait faire. » Pascal Cherki, député PS de la 11^e circonscription de Paris, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2001 à 2008, extrait d'entretien du 26 juin 2015.

⁶⁶ Entretien du 23 mars 2014 avec Romuald Guehl, directeur du cabinet de Jean Vuillermoz l'adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014.

« J'ai été aidé à l'époque par le responsable à Paris des occupations du domaine public. Je lui ai dit : il faut que l'on ramène la Parisienne dans Paris. On sait qu'il y a un triangle d'or : Concorde - Etoile - Tour Eiffel. Tout ce qui se passe à l'intérieur marche. Il ne faut pas rêver. Il m'a vraiment aidé et après on a déménagé car le Trocadéro est devenu trop petit. » Jean-Claude Coucardon, directeur de la mission des Grands Stades et de l'Événementiel, direction Jeunesse et Sport, mairie de Paris. Extrait d'entretien du 27 avril 2015.

C'est donc un partenariat particulièrement vertueux pour les deux parties : l'entreprise n'aurait pas survécu sans le soutien municipal, la ville n'aurait jamais eu les moyens humains et financiers d'organiser un événement de cette taille. Mais si l'on prend du recul, il s'agit bien de soutenir sur la base de fonds publics, une entreprise privée au nom de sa contribution à un axe de politique sportive. D'ailleurs, ce montage génère des critiques. Le soutien financier des premières années, puis plus récemment le fait de céder le site sans redevance, font chaque année l'objet de vifs débats au Conseil de Paris. Jean Vuillermoz évoque la controverse.

« La Parisienne c'est une entreprise comme vous l'avez dit. Elle fait vivre un certain nombre de gens pendant l'année et qui en tire un peu de profit. Donc la relation avec la ville... il faut se méfier. » Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, extrait d'entretien du 3 avril 2015.

« Il y en a bien qui voudraient que je paie la redevance, mais j'ai créé cette marque. Je l'ai déposée. Normalement, s'il me demande une redevance, je leur dis OK mais il faudra le faire pour les 20km, Paris-Versailles et toutes les autres petites courses... Mais il y en a plein qui veulent. Je sais que c'est un débat au Conseil de Paris. » Patrick Aknin, directeur de « La Parisienne ». Extrait d'entretien du 1^{er} avril 2015.

Aujourd'hui, le sport féminin se structure conjointement à l'initiative des acteurs publics et de la sphère privée marchande. Jean Vuillermoz parle de « consensus général » autour de la pratique sportive qui est phagocytée par le fitness et le running. La demande est forte autour de ces pratiques qui ont rapidement été investies par les entreprises privées (Rohe, 2004).

« ...Disons que cela va dans le sens du marché autour d'un consensus général sur le sport féminin en allant vers le running, le fitness... On a facilité les choses pour qu'ils se développent, on les aide... je ne sais si on peut dire cela, il faut se méfier des mots. Mais disons qu'ils nous font un peu de pub sur la ville et donc on les aide matériellement. Il n'y a aucune course hors stade qui est aidée financièrement par la ville. En revanche il peut y avoir une aide logistique : des tentes, du personnel... des barrières. Alors on les a beaucoup aidés au début puis petit à petit qu'ils grandissent la ville commence à se dégager. » Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, extrait d'entretien du 3 avril 2015.

En contrepartie la mairie, au nom de son soutien n'a pas hésité à s'immiscer dans les choix stratégiques de l'entreprise de manière informelle (sans convention). Nous identifions même un certain interventionnisme municipal qui apparaît en corollaire de l'aide fournie. Si le montage bénéficie aux deux parties, la ville n'hésite pas à donner des directives à l'entreprise qui n'est pas légalement tenue de s'y conformer. Ce fut principalement le cas à travers le partenariat avec l'événement municipal « Femmes en Sport ». Pour illustrer cela,

Pascal Cherki explique dans le *verbatim* suivant qu'il a demandé à l'entreprise de changer de sponsor pour se développer. Il s'agit pourtant d'un choix purement stratégique qui relève totalement du pouvoir décisionnaire de l'entrepreneur.

« À un moment donné je vois les organisateurs je leur dis d'aller voir Nike et de quitter Reebok. Là, c'est la ville, on a accompagné la croissance. Stratégiquement on s'est dit : 'on aura la plus grande course de femmes au monde'. Mais on n'a pas mis la pression sur le mec. On lui dit de prendre son temps, mais on l'aide à chaque fois qu'il veut monter en puissance ». Pascal Cherki, député PS de la 11^e circonscription de Paris, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2001 à 2008, extrait d'entretien du 26 juin 2015.

Le fait de mentionner *« on n'a pas mis la pression »*, illustre bien le fait que la mairie attend évidemment quelque chose en retour de son aide, considérée semble-t-il comme un élément de la politique sportive. Pour cela, l'entreprise doit se développer et remplir certaines attentes (fréquentation, ouverture à tous). La ville de Paris a requis le soutien de « La Parisienne » pour le développement d'un événement municipal gratuit : « Femmes en Sport » en 2008. Ce dispositif a bénéficié du « fichier clients » et du réseau partenarial de l'entreprise.

« Moi j'ai toujours souhaité et dit à Patrick Aknin qu'il faudrait, et c'est là la liaison que l'on peut faire avec Femmes en Sport, c'est faire pratiquer toutes les femmes. Il faut limiter les freins à la pratique et La Parisienne peut nous aider à cela. » Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, extrait d'entretien du 3 avril 2015.

Cependant cette aide n'a pas suffi à faire rayonner « Femmes en Sport » sur le long terme puisque l'événement n'a pas dépassé les 3000 participantes. Des entraînements effectués par les coaches de « La Parisienne » pour la course du même nom s'y tenaient. Mais ce lien semblait superflu dans la mesure où les premières versions de l'événement étaient en mars et la course en septembre. La volonté était donc bien présente mais la manière dont ce partenariat s'est concrétisé n'a pas entraîné de dynamique particulière. « Femmes en Sport » a ensuite subi de nombreux changements de gouvernance (Bourbillères, Evrard, Charrier, 2015), s'éloignant dans la version ses versions les plus récentes⁶⁷ de « La Parisienne ». Jean Vuillermoz regrette cette séparation en expliquant que c'est justement l'atomicité du sport parisien qui est la cause de ce manque de synergie et de projets vers les quartiers, vers la proximité.

« Ce que je souhaitais profondément mais ce qui ne s'est pas développé, c'est le sport dans les quartiers. Or, ce qui aurait été chouette peut-être, mais là encore c'est tout le problème de l'organisation du sport en général, et à Paris encore plus, c'est la liaison entre les écoles, collèges, lycées et les associations sportives. Il faut créer du lien. Pour l'instant il n'y en a pas. Les associations sportives et les professionnels et les entreprises, si l'on arrivait à créer un lien entre tout cela...pour l'instant on n'y est pas. C'est une volonté de la ville depuis maintenant un certain temps mais on n'y arrive pas. » Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, extrait d'entretien du 3 avril 2015.

Ce constat est apparu dans son discours lorsque nous le questionnions sur « La Parisienne ». Nous en déduisons donc que dans son esprit, le partenariat peu vertueux entre « Femmes

⁶⁷ Femmes en Sport, autre étude de cas de cette thèse, est traitée notamment dans le chapitre 4.

en Sport » et « La Parisienne » représente bien cette dilution des actions et des acteurs dans du sport parisien. Pour l'ancien maire adjoint au Sport, il était primordial de raccorder cet événement devenu incontournable au début de sa mandature (2008 à 2014, et déjà plus de 15000 participantes) à un dispositif d'accessibilité à la pratique sportive. Le prix de cinquante euros est trop élevé pour certaines. Il représente un frein qui ne peut pas être corroboré par une politique sportive dont l'objectif central serait justement la démocratisation et l'accessibilité.

« Notre volonté c'est de faire faire du sport aux femmes dans les quartiers. Or le running, en général et n'importe quelle course que ce soit à Paris ou ailleurs, n'a pas une grande relation avec les quartiers populaires. Sauf peut-être les 10km dans les arrondissements qui commencent à prendre mais cela n'a pas un impact très grand dans les quartiers. » Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, extrait d'entretien du 3 avril 2015.

De son côté, l'entreprise qui mobilise déjà beaucoup de parisiennes et de franciliennes ne dispose pas d'impératifs de ce type. Le développement effectué depuis la création et le positionnement stratégique adopté du côté des entreprises illustrent bien cela. Cette distinction est d'ailleurs clairement assumée par Patrick Aknin qui ne cache pas la dimension commerciale qui régit son événement.

« Mais notre événement est très commercial. Absolument. Vous avez vu tout ce marketing, tout ce qu'il y a derrière. Là-dessus il n'y a pas d'état d'âme. » Patrick Aknin, directeur de « La Parisienne ». Extrait d'entretien du 1^{er} avril 2015.

Nous constatons ici une tension sous-jacente entre le sport marchand et la démocratisation pour tous. Bien que l'on ait conféré à « La Parisienne » des intentions louables dans le développement de la pratique sportive, la structure n'en reste pas moins une entreprise commerciale devant couvrir ses coûts et dégager des bénéfices. Si le dispositif organisationnel est bien supérieur aux moyens dont disposent les acteurs municipaux sur « Femmes en Sport », c'est essentiellement parce qu'il y a derrière une gestion commerciale et rationnelle. Cette rationalité nécessite de se tourner vers les entreprises, qui font aujourd'hui vivre la structure⁶⁸. Les quartiers ne représentent en aucun cas une priorité dans la stratégie de l'entreprise puisque cela ne génère aucune forme de rentabilité financière. De plus, cela ne correspond pas au positionnement de l'événement autour du fitness et de son approche du sport féminin par la sphère privée marchande. C'est un parti pris qui n'est plus en lien avec la mission d'intérêt général suggérée par les élus au moment de la création, argument légitimant le soutien municipal. Les débats au Conseil de Paris sont donc devenus de plus en plus houleux dans le milieu des années 2000 lorsque l'entreprise continuait son développement à des fins purement commerciales.

« Qu'est-ce que fait La Parisienne pour se développer ? Ce qui est très bien, je ne remets pas en cause, c'est le développement auprès des entreprises avec du coaching des concours dans les entreprises. Voilà et puis il y a de plus en plus d'entreprises qui viennent, cela fait du bien à tout le monde : aux gens et à l'entreprise car cela crée de la convivialité. Mais pas de liens avec les quartiers qui ne pratiquent pas. » Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, extrait d'entretien du 3 avril 2015.

⁶⁸ Patrick Aknin, directeur de « La Parisienne ». Extrait d'entretien du 1^{er} avril 2015.

Malgré les réticences de certains, la ville continuera de soutenir « La Parisienne » dans les années à venir à travers la délivrance des autorisations administratives et un relais de communication. Mieux encore, pour la 20^e édition en 2016, la ville souhaite permettre aux 40 000 femmes de fouler les Champs-Élysées. C'est le potentiel en termes d'image qui semble être le moteur de cette volonté. Avec cet événement, il dispose d'un outil envoyant un message fort à la France et au monde entier : plus grande course féminine mondiale...à Paris. Cela concourt à la massification du sport mais aussi au dynamisme de la capitale qui a permis le développement de cette initiative unique. « La Parisienne » fait donc l'objet d'une récupération politique à des fins promotionnelles. Nous voyons poindre l'émergence d'un nouvel intérêt commun à la faveur du rayonnement médiatique de l'événement. Cette volonté apparaît en faveur de la fonction spectaculaire et médiatique (Pociello, 1995) remplie par « La Parisienne » qui vise la consommation d'images, de textes et commentaires d'événements sportifs marquants dont la ville de Paris peut bénéficier.

« Dans deux ans, on essaiera probablement de faire en sorte qu'elle passe par les Champs-Élysées quand on aura l'accord de la préfecture, et donc ils auraient, 40 ou 50 000 coureuses en descendant les Champs Élysées, nous aurons quelque chose d'extrêmement fort. Moi je suis très fier, car je pense que là pour le coup cela participe à la démocratisation de la discipline et à la féminisation du sport. ». Jean-François Martins, adjoint à la maire de Paris en charge des Sports et du Tourisme depuis 2014. Extrait d'entretien du 26 janvier 2015.

Selon les élus, l'événement contribue au développement de la pratique sportive féminine à Paris. Par son rapprochement avec « Femmes en Sport » de 2008 à 2015, il a fait office de vivier important sur lequel la mairie peut s'appuyer pour ses dispositifs. En étant un élément de communication en soi, il contribue à l'image dynamique de la ville. Sa contribution pour le sport féminin réside principalement dans l'éclairage médiatique qu'il véhicule. C'est bien cet axe qui semble être le moteur du partenariat pour les années qui viennent. Toutefois, « La Parisienne » n'en reste pas moins une entreprise privée qui effectue une gestion commerciale. Le développement vers les groupes d'entreprises en est l'émanation. L'emplacement et le prix sont des freins pour un grand nombre de femmes qui ne peuvent y participer. Il ne faut donc pas surestimer son potentiel structurant dans la politique sportive dont l'objectif par essence est de s'adresser à l'ensemble du public, en l'occurrence toutes les femmes. À cet égard, sa contribution dans le cadre de la féminisation de la pratique sportive est à nuancer. Quoi qu'il en soit, c'est bien le soutien de la ville et la possibilité offerte à l'entreprise de se développer et de s'installer dans le centre de Paris qui furent les éléments déclencheurs de son succès en termes de fréquentation et de rayonnement médiatique.

3.1.2.3 L'éloignement passif de l'indifférent

Même en situation de synergie constructive, certains acteurs considérés habituellement comme « incontournables » ne prennent pas part au projet événementiel. Ce manque d'interaction apparaît même en dépit des accointances du porteur de projet ou de la nature de l'événement. Par exemple, dans le cas de « La Parisienne », la fédération française d'athlétisme et le mouvement sportif de manière générale restent en dehors de l'événement. Nous avons cherché à analyser cette absence de relation qui révèle selon nous des enjeux inhérents à l'organisation du sport en France. Cette nuance apporte un degré de complexité supplémentaire qui peut être expliqué par des volontés politiques/stratégiques qui ne s'accordent pas avec le projet événementiel. C'est l'absence de perception d'un intérêt commun (Callède, Dané, 1991) qui semble bloquer leur intégration dans le réseau initié par l'événement. Le premier à s'en étonner est Patrick Aknin.

« Avec le mouvement sportif, très peu. Vraiment. La fédération d'athlétisme c'est zéro. J'ai toujours été issu d'un club, j'étais entraîneur d'athlétisme, athlète, dirigeant de triathlon... j'ai pourtant toujours été très fédéral. » Patrick Aknin, directeur de « La Parisienne ». Extrait d'entretien du 1^{er} avril 2015.

Ce dernier connaît très bien les dirigeants de la fédération par ses activités passées. Il y a même été dirigeant pendant plusieurs années. Ce passif est justement ce que nous avons identifié comme un des éléments de pouvoir, favorisant les relations avec la ville et les opérateurs privés, qu'ils soient partenaires ou fournisseurs. Toutefois, là où les accointances avec la mairie de Paris créent de la synergie, celles avec la fédération ne débouchent sur rien de concret. On peut s'en étonner d'autant plus que cette course féminine est désormais la plus grande d'Europe en termes de fréquentation. Le fait qu'il n'y ait pas de compétitions explique rationnellement l'absence de la fédération. Mais elle semble manquer là une opportunité notable.

« Ils ont pourtant un département santé... alors on a des rapports bien sûr avec la CDCHS (commission des courses hors stades ndlr), on connaît les gens, on invite tout cela. Mais se servir de La Parisienne pour développer des projets santé, bien-être, d'information autour du running... on est quand même bien placé. Bien non. » Patrick Aknin, directeur de « La Parisienne ». Extrait d'entretien du 1^{er} avril 2015.

« La Parisienne » semble regretter ce manque d'activités fédérales. Des tentatives ont été faites avec des dispositifs visant à faire le lien entre les organismes, sans succès.

« J'ai bien essayé dans le temps avec les licences de performance qu'ils avaient, d'inviter... on avait eu 8 femmes. Rien du tout. Développement nul. » Patrick Aknin, directeur de « La Parisienne ». Extrait d'entretien du 1^{er} avril 2015.

Ce manque d'implication s'explique par une politique fédérale qui se concentre sur le développement d'une pratique sportive de haut niveau. C'est une question de positionnement qui reflète un choix stratégique qui se concrétise par une position attentiste à l'égard de la course.

« Je pense que c'est une question de politique. Ils cherchent à développer ce qui les intéresse : c'est un Teddy Tamgho ou une Muriel Hurtis. Souvent ce sont des gens qui ont été formés par des entraîneurs extérieurs en plus, qui n'appartiennent pas forcément au sérail. Toujours est-

il que l'on ne nous a jamais approchés. » Patrick Aknin, directeur de « La Parisienne ». Extrait d'entretien du 1^{er} avril 2015.

Peut-on expliquer cela uniquement par la politique fédérale ? L'objectif d'une fédération doit aussi être l'augmentation de ses licenciés et le développement de la pratique. Dès lors nous pourrions imaginer une implication, aussi minime soit-elle, comme un stand, sur « La Parisienne ». Cette absence peut aussi s'expliquer par une perception négative de l'événement « commercial » qui ne représenterait pas un outil idéal pour la promotion de l'athlétisme. Ce sont des options qui ne sont pas activées par les dirigeants fédéraux dont l'objectif est d'éduquer, former, aider les clubs et développer le haut niveau. Selon Alain Tellier, directeur de la course « Courir Ensemble » il y a une inertie inhérente au manque de bénévoles et à la difficulté croissante d'assurer le développement général de la discipline au-delà des simples objectifs institutionnels d'organisation de la pratique. Ce manque de lien crée du ressentiment du côté de l'entreprise qui reconnaît avoir perdu foi dans la capacité de la fédération à impulser de la dynamique dans la discipline.

« Je me suis quand même occupé d'épreuves importantes, dans le cadre de mon ancienne société, Sport Leader, j'ai lancé le meeting indoor d'Eaubonne, un beau jour on a été viré... cela a été remplacé par qui ? Par la fédération. On était un meeting Européen indoor, avec peu de moyens on avait réussi cela. Je peux vous dire que l'on ne gagnait rien là-dessus mais je me faisais plaisir... c'était mon petit meeting, la piste est géniale on a battu des records de France là-bas. On payait même les contrôles antidopage car la fédé ne nous envoyait pas les mecs. Ils ont pris... c'est bien bas ». Patrick Aknin, directeur de « La Parisienne ». Extrait d'entretien du 1^{er} avril 2015.

Pourtant la fédération semble tout à fait légitime pour développer ce type de projet puisque l'État lui confère le monopole de l'organisation des compétitions dans sa discipline. Toutefois, il est difficile de comparer l'action d'une fédération et d'une entreprise privée tant les moyens et les contraintes sont différents. Les fédérations révèlent des logiques d'apparences contradictoires (commerciale, associative, service public) bien que complémentaires (Winand et al., 2013). La logique de service public, corollaire de la logique associative ou logique fondatrice, protège et rend légitime le développement des organisations sportives, lequel ne serait pas possible sans la logique commerciale assurant financièrement ce développement et répondant aux influences complexes et concurrentielles de l'environnement (Bayle, 2007). Puisque la notion de service ou de mission est plus vague que celle de profit, la mesure de l'accomplissement des finalités d'une fédération est plus difficile (Winand et al., 2013). Dès lors, si l'on se base sur l'organisation d'un événement sportif par exemple, les fédérations peuvent paraître moins dynamiques car elles disposent de moins de souplesse (institution, bureaucratie, délégation, etc.). Toutefois, pour Zintz et Vailleau (2008), la principale spécificité des fédérations réside dans la coexistence de bénévoles et de professionnels. Selon eux c'est bien un facteur de complexité mais surtout une source de richesse.

Dans notre cas, la fédération semble être dans une position attentiste par rapport à « La Parisienne ». Cela renvoie à un positionnement, à un jeu d'acteurs qui consiste à rester à l'écart d'un événement festif à dimension commerciale. C'est justement le caractère « d'électron libre » qui peut gêner la fédération au regard du nombre de courses hors stades privées qui se sont développées ces dernières années. Nous parlions de l'importance des relations et du jeu d'acteurs dans la structuration et la concrétisation d'un projet

événementiel. Nous avons illustré cela avec des exemples vertueux, mais il est évident que cette importance peut aussi être éclairée à la lumière des « occasions manquées ». Le cas de « La Parisienne » est intéressant à cet égard car il présente les deux cas de figure. Les relations avec la fédération d'athlétisme sont le produit de décennies de collaboration, ou de coexistence. Dès lors, « La Parisienne » est le fruit de ces rapports passés, qui dans ce cas vont à l'encontre d'un partenariat. Le mouvement olympique reste également très peu impliqué dans la course. Ces jeux d'acteurs se traduisent par une « non mise en réseau » puisque l'intérêt commun n'est pas trouvé (Degenne, Forsé, 1994 ; Ehlinger, Perret, Chabaud, 2015).

« On est allé voir le CIO et le CNOSF. Cela n'a débouché sur rien du tout. On souhaiterait que cela fonctionne. On pourrait en effet développer des choses. Mais on ne nous concerne pas. On ne nous cherche pas. Ce n'est pas à nous, on ne peut pas tout faire. » Patrick Aknin, directeur de « La Parisienne ». Extrait d'entretien du 1^{er} avril 2015.

« La Parisienne », par le soutien dont elle dispose de la part de l'acteur public trouve dans son organisation une forme d'autonomie qui lui confère une forme de pouvoir d'indépendance à l'égard de la fédération. Les ressources du pouvoir sont la compétence, la maîtrise des relations à l'environnement, la maîtrise des communications internes et les connaissances des règles de fonctionnement de l'organisation (Friedberg, 1997). Ici, sa relation de pouvoir réside dans le fait qu'elle jouit d'une certaine liberté (Crozier, Friedberg, 1977) que personne, en dehors de l'acteur public, ne peut lui contester. Il en découle une mise en réseau qui s'opère sans le mouvement sportif. La présidente du comité régional olympique (CROSIF), Evelyne Ciriegi, a participé pour la première fois en 2015 avec une équipe du CROSIF. Toutefois, il n'y a pas de connexions partenariales entre les deux organismes. Le CNOSF lui, n'a pas donné suite à la prise de contact de « La Parisienne ». Mais cette non-connexion, n'est pas la résultante d'un rejet de l'événement. La réussite de la course n'est pas mise en débat. À ce sujet, tous les échos que nous avons eus auprès du mouvement sportif étaient très positifs. C'est la raison pour laquelle nous souhaitons parler ici d'un « éloignement passif » qui ne remet pas en cause la synergie constructive.

« C'est super cette manifestation ! Vraiment. J'étais à l'arrivée cette année, je vois les gens heureux. Ils sont fatigués mais ils sont tellement contents. Je leur dis bravo. » Evelyne Ciriegi, présidente du comité régional olympique et sportif d'Ile-de-France (CROSIF), présidente de l'association « Sport 7 ». Extrait d'entretien du 27 mars 2015.

« C'est une grande course parisienne, incontournable. » Hughes Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, président de la ligue de tennis de Paris, trésorier du CROSIF, extrait d'entretien du 6 mai 2015.

« La Parisienne est un rendez-vous parisien important désormais. » Jean-Pierre Siutat, président de la fédération française de basket-ball, vice-président du CNSOF. Extrait d'entretien du 30 janvier 2015.

Il y a des passerelles qui s'établissent avec l'INSEP et certaines fédérations qui se mobilisent au gré des thématiques annuelles. Ce fut le cas en 2013 pour le thème japonais et les fédérations d'Aïkido, de Judo et de Karaté. Les synergies et les configurations partenariales entre le mouvement sportif et « La Parisienne » s'établissent donc avec parcimonie, à la faveur de conjonctures annuelles relatives à la thématique. Le lien à long terme est absent

et l'événement reste un élément de visibilité récupéré par la ville. On constate comme une forme de renoncement tacite des organismes sportifs institutionnels à l'égard de ce type d'événements commerciaux qui se sont construits conjointement aux tendances du marché. De même, la multiplicité, ces dernières années des courses à pied dans Paris peut nuire aux courses dites « institutionnelles ». Toutes les marques ont désormais leurs courses (Nike, l'Equipe, etc.). Cela peut à terme représenter une concurrence déloyale par rapport aux 20Km de Paris ou à Paris-Versailles. Pour l'instant, ces dernières résistent à la faveur d'une histoire et d'une demande qui ne fléchit pas. Mais qu'en sera-t-il si la course à pied vient dans quelques années à être moins pratiquée ? Ces courses devront développer un modèle aussi rentable que les entreprises qui travaillent à l'année comme « La Parisienne ».

De plus, cette tendance est aussi inhérente à l'ensemble du sport féminin qui est très sollicité par la sphère privée marchande. C'est par exemple le cas de la gymnastique suédoise qui est proposée par des entreprises privées. Même sur un événement comme « Femmes en Sport » en 2015 : une des rares animations proposées sur les « Berges de Seine » gratuitement est cette pratique gymnique animée par une entreprise privée. L'objectif pour cette dernière en venant sur l'événement, est de faire pratiquer, mais aussi de recruter de nouvelles adhérentes. Ce modèle prend de plus en plus de place avec ce type de pratiques et un système de parrainage. Les adhérentes deviennent prescriptrices dans l'arrondissement⁶⁹ et un cercle d'adhésion vertueux s'instaure.

Dès lors, le développement du sport féminin s'opère progressivement sans le concours du mouvement sportif fédéral. Reste à savoir si la priorité est le développement du sport ou le développement du sport fédéral ? Si de plus en plus de femmes pratiquent, c'est une victoire au nom de la santé, de l'épanouissement et du bien-être. Cependant cet essor ne doit pas concerner qu'une partie de la population. Or, la démocratisation de la pratique qui justifie le soutien de l'acteur public reste peu effective, car soumise aux prix d'inscriptions qui constituent des barrières à l'entrée. « La Parisienne », concept innovant à la fin des années 1990, s'inscrit dans cette logique mercantile qui contribue aujourd'hui au développement du sport féminin par des effets de médiatisation et d'image. En corollaire, elle alimente un système qui ne profite pas à toutes. La sphère publique, en soutenant l'événement, valide partiellement cet essor asymétrique, tandis que le mouvement sportif l'observe tel un spectateur détaché⁷⁰.

Ici, le créateur de l'événement, Patrick Aknin, fort d'un capital social élevé (au sens de Bourdieu) bénéficie d'une connaissance du contexte et d'une compétence qui légitiment son intervention et favorisent la mise en place de relations avec l'acteur public. En délivrant des subventions et en œuvrant pour l'obtention d'autorisations administratives, ce dernier confère au projet les moyens de son développement. Par ce soutien, il l'intègre en quelque sorte dans le programme de sa politique sportive. En conséquence, il entend en retirer un avantage par le développement de la pratique sportive féminine (soutien aux dispositifs municipaux, communication, effet de visibilité) et un effet d'image profitant à la ville. Ainsi, comme dans d'autres secteurs associant le marchand et le non marchand, le monde sportif intègre aussi bien des acteurs privés et des acteurs publics qui trouvent dans l'objet sportif

⁶⁹ Entretien Julien Girinon, conseiller à la Vie Sportive, circonscription Ouest, mairie de Paris. Extrait d'entretien du 17 octobre 2014.

⁷⁰ Nous reviendrons sur les raisons et les implications de cette situation en questionnant le rôle de l'acteur public et l'organisation du sport de manière plus générale en France dans le chapitre 5.

et en particulier l'événementiel des supports à la création d'un intérêt commun. Ici, les notions d'intérêt et de pouvoir permettent de comprendre le rôle des acteurs (Friedberg, 1997 ; Lassalle, 2010). Ces rôles ou fonctions pour emprunter un terme plus propre en sociologie, traduisent une situation de mise en réseau favorisée par l'intervention de la ville de Paris. Le tableau ci-dessous les récapitule.

La Parisienne	
Impulseur La Parisienne SA	Indifférent Mouvement sportif (Fédération Française d'Athlétisme)
Facilitateurs Mairie de Paris Reebok	Ralentisseur Préfecture
Contributeurs Partenaires et Sponsors	

Tableau 28 : les fonctions des différents acteurs dans la mise en réseau constructive initiée par l'événement « La Parisienne ».

Synthèse de la synergie constructive

La mise en réseau se traduisant par une synergie constructive présente diverses conditions. Parmi notre échantillon théorique (Gagnon, 2012) d'événements sportifs, le projet solidaire, par les valeurs qu'il véhicule, favorise l'intégration partenariale. En effet, les opérateurs privés semblent particulièrement enclins à intégrer ce projet événementiel dont ils peuvent retirer un bénéfice symbolique en termes d'image. Cela renvoie à la rationalité des acteurs (Crozier, Friedberg, 1977), qui par leur investissement dans le projet événementiel accomplissent une action stratégique correspondant à la poursuite d'un intérêt particulier (Ehlinger, Perret, Chabaud, 2015). Les mécanismes d'incitation fiscale sont de réels leviers pour la constitution du système d'action concret. Ensuite, le concept hybride d'un événement est un facteur qui peut conduire à l'apparition d'une synergie constructive, puisque par définition, deux types d'acteurs interagissent grâce à l'événement. C'est le cas de « Courir Ensemble » qui présente à la fois les caractéristiques d'un événement solidaire et d'une compétition sportive (association solidaire et mouvement sportif). Dans ce cas, la fédération française d'athlétisme est le facilitateur qui donne corps au projet événementiel, y compris en apportant un soutien promotionnel. En outre, la crédibilité du porteur de projet renforce aussi la potentialité d'observer une mise en réseau constructive. Nous avons rapproché cela de la notion de capital social (Bourdieu, 1986), qui renvoie à une forme d'impact social d'un événement sportif à part entière (Taks, 2013) dans la littérature et dont nous reparlerons dans le chapitre 6 relatif à la dynamique sociale. Ainsi, Handicap International semble bénéficier d'une crédibilité relative à certaines ONG (Le Goff, 1999) puisqu'elles sont des partenaires de coopération sur de nombreux enjeux politiques (Stangherlin, 2001).

Ce qui est vrai pour une organisation s'observe aussi dans le cas d'une personnalité puisque le porteur de projet de « La Parisienne » par son carnet d'adresses, sa connaissance du milieu et son parcours a bénéficié du soutien salvateur de l'acteur public. Cette interaction est permise par une relation de confiance (Stokes, 2006), source de pouvoir (Lassalle, 2010) puisque cela confère une autonomie et une liberté (Friedberg, 1997) au porteur de projet à l'égard des autres acteurs, tel que le mouvement sportif. Nous observons ici que le rayonnement et la renommée d'un événement privé sont des atouts pour une collectivité qui fait tout pour en récupérer les bénéfices, notamment en termes d'image. Les relations entre l'acteur privé et l'acteur public seront alors renforcées, puisqu'un intérêt commun (Callède, Dané, 1991) est automatiquement induit. Pour l'un, il s'agit d'obtenir un appui stratégique indispensable, pour l'autre, on cherche à profiter du rayonnement de l'événement et de ses impacts. Ici, l'interaction vertueuse déjà établie entre les acteurs dans le cas de « La Parisienne » se renforce considérablement au fil des ans. En cela, la dimension récurrente appuie ces dynamiques initiées au moment de l'événement en les transformant en relations privilégiées à moyen terme au sein d'un système sportif (Gasparini, 2000). Le rôle de l'acteur public à cet égard est éclairé en fonction de l'intérêt qu'il pourra retirer de son implication plus ou moins directe dans les projets événementiels.

La synergie constructive semble donc directement liée aux caractéristiques et impacts de l'événement (course solidaire, rayonnement national) ainsi qu'aux caractéristiques du porteur de projet, que ce soit sa nature (association solidaire) son expérience passée ou sa personnalité (Patrick Aknin, Alain Tellier). Nous identifions ce qu'Elias (1981) a défini comme un « *modèle d'interpénétration (s) normalisé (s)* », atteint en situation de coopération. En effet, les acteurs vont concourir à la réalisation d'un but : en l'occurrence la concrétisation

du projet événementiel. La normalisation des interpénétrations introduit la définition normative de l'action. Ce modèle n'exclut pas pour autant totalement des rapports de forces (Musselin, 2005). Toutefois, dans ce cadre, il est dans l'intérêt de chaque acteur que le but soit atteint. C'est la naissance de l'intérêt commun qui motive l'action et définit la fonction de l'acteur dans le système organisationnel. Le but peut être atteint par tous les acteurs ensemble, moyennant une organisation et une division appropriée des rôles entre eux (Ullmann-Margalit, Morgenbesser, 1977). Que ce soit à travers « Courir Ensemble », ou « La Parisienne », nous observons bien ces situations où les acteurs, respectivement la fédération française d'athlétisme et la ville de Paris, par leur implication dans le projet événementiel contribuent à sa réalisation. Ils consacrent les relations ainsi créées au sein d'un système d'action concret (Crozier, Friedberg, 1977) pourvus de mécanismes stabilisateurs et régulateurs.

La figure ci-dessous présente le processus de mise en réseau qui aboutit à la concrétisation du projet événementiel et qui, dans ce cas, favorise les interactions pendant et après l'événement. C'est l'existence d'un intérêt commun qui permet l'existence d'interactions vertueuses entre « l'impulseur » et le facilitateur. Le contributeur, lui, est plus facilement mobilisable lorsqu'il y a des accointances, une bonne réputation du porteur de projet ou une dimension solidaire. Dans les cas de synergie constructive, l'indifférent comme son nom l'indique reste passif et ne remet pas en cause l'équilibre de la mise en réseau.

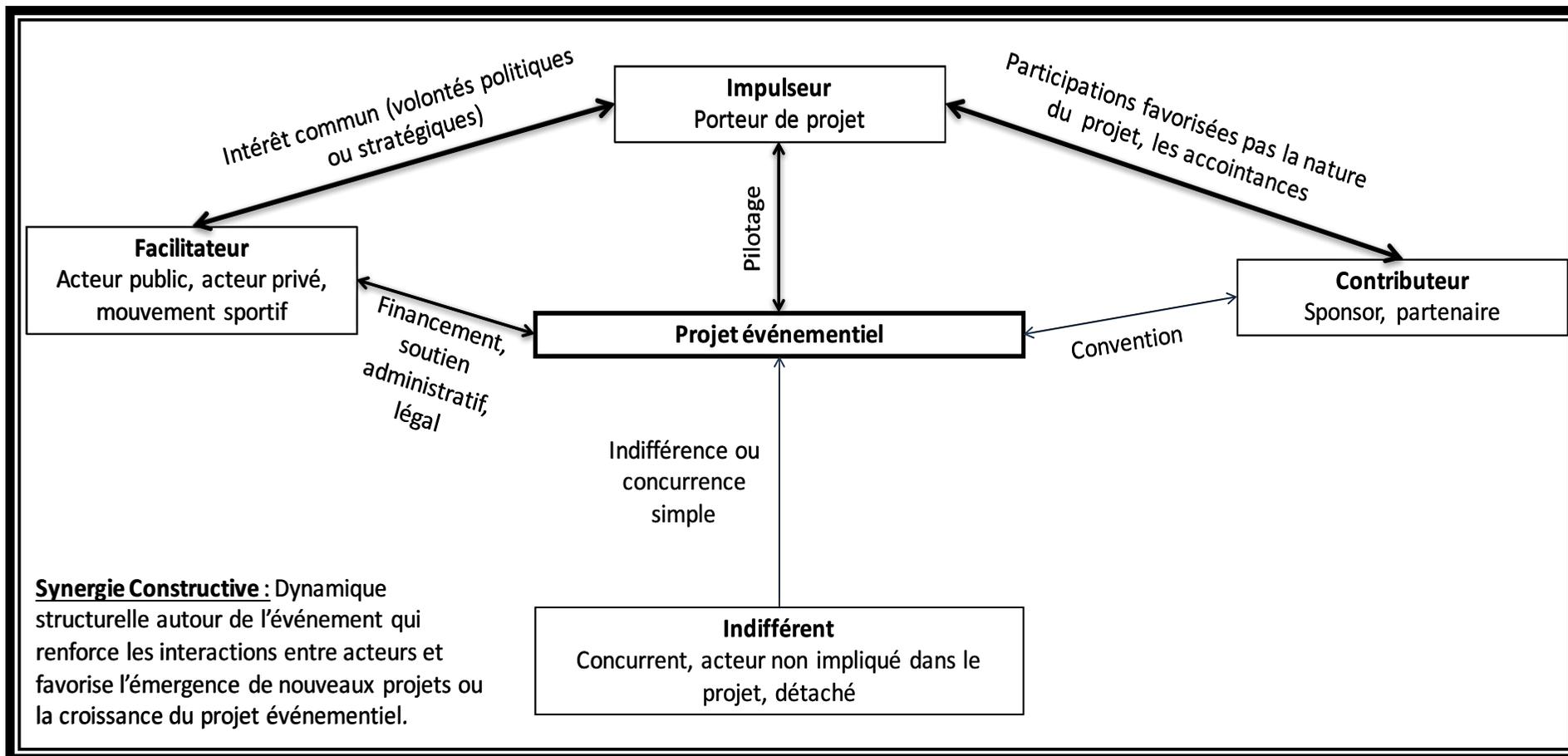


Figure 13 : le processus de mise en réseau se traduisant par une synergie constructive

3.2 La synergie pérennante

La synergie pérennante ne permet pas, au contraire de la précédente identifiée comme « constructive », de développer des interactions qui se renforcent avec le temps. En revanche, elle consacre la continuité de l'événement en lui conférant une structure organisationnelle pérenne. Deux événements sportifs parmi notre échantillon présentent ce type de mise en réseau : « Charléty sur Neige » et la course cycliste du 14^e arrondissement.

3.2.1 Le cas de Charléty sur Neige : la linéarité du concept

En s'appuyant toujours sur les mêmes opérateurs (UCPA), le coût de l'événement est maîtrisé (autour des 200 000€) depuis dix ans. Les partenariats avec les centres aérés confèrent une base de fréquentation minimale, qui conduit même désormais l'événement à la saturation (file d'attente de plus d'une heure). Contrairement aux autres déclinaisons événementielles qui prennent place à Charléty (« Charléty sur roulettes », « Charléty fait son cirque »), cet événement a survécu malgré les resserrements budgétaires, à la faveur de ce succès relatif. Cette concordance de facteurs nous invite à dresser les contours d'une synergie « pérennante » qui tendrait à favoriser la récurrence de l'événement et son maintien dans le calendrier parisien. Le schéma ci-dessous représente le montage organisationnel du projet.

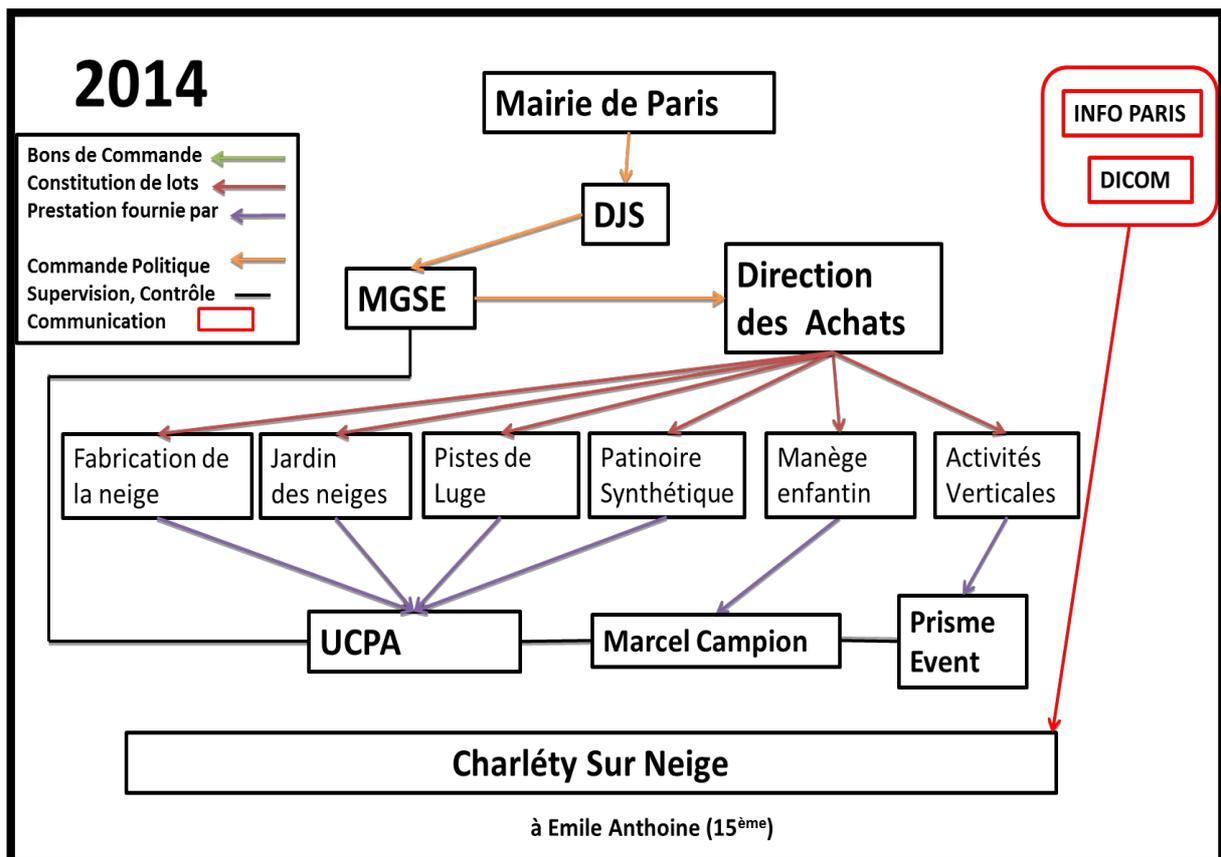


Figure 14 : schéma de la gouvernance de Charléty sur Neige

Ainsi, la direction Jeunesse Sport (DJS), par l'intermédiaire de sa mission des Grands Stades et de l'Événementiel (MGSE), fait passer un appel d'offre par la direction des achats de la ville. Trois prestataires se partagent les lots relatifs aux animations à organiser. Ces prestataires sont présents depuis la création de l'événement.

Durant les premières éditions de « Charléty sur Neige », le dispositif était surtout fréquenté par les centres aérés et groupes associatifs. Pierre Zizine, agent de la mairie de Paris directement en charge de l'organisation de l'événement au Stade Charléty, explique par exemple que « *ce sont surtout des personnes qui avaient des problèmes de santé ou des problèmes financiers* ». Mais les années passant, il semble que l'événement soit sorti de ce cadre pour s'ouvrir à une population plus hétérogène. En outre, de nombreux groupes viennent en bus de province pour participer à l'événement, ce qui ne manque pas d'étonner le principal organisateur dans le témoignage ci-dessous.

« Cela vient de partout. Vous savez il y a des centres de loisirs qui nous appellent, qui viennent de province. Ils partent le matin avec des cars en groupe. Cela me touche car c'est exactement ce que je faisais quand j'étais gamin, on prenait un car on partait en Normandie. On passait la journée à la plage. On avait 4 heures de sable, on faisait deux pâtés, trois châteaux, on mettait les pieds dans l'eau... on rentrait et on était aux anges. Après on en parlait pendant une semaine. C'est exactement cela. » Pierre Zizine, mission des Grands Stades et de l'Événementiel, direction Jeunesse et Sport, mairie de Paris, extrait d'entretien du 14 novembre 2014.

Le rayonnement de l'événement est donc à lui seul un bon indicateur du succès du dispositif et l'imaginaire créé en est le moteur. La diversification de la population fréquentant l'événement tient aussi de l'effet de l'annulation des créneaux du matin qui fermaient l'équipement au grand public les années précédant l'édition 2014. Mais ces créneaux ont également eu un effet de levier les premières années en permettant à l'événement d'avoir une base minimale de fréquentation et de notoriété grâce aux groupes et aux centres de loisirs.

Suite à la volonté de Jean Vuillermoz en 2008 d'inclure une dimension parisienne à l'événement, et pas seulement un ancrage dans le 13^e, deux effets sont observables. D'une part la pérennisation de l'événement sur les années de la mandature *a minima*. D'autre part l'impulsion d'une dimension supplémentaire en élargissant le public cible et, par ricochet, le rayonnement de l'événement. Les écoles primaires et les centres de loisirs pour l'essentiel des arrondissements du nord-est parisien ont donc été invités à l'événement. Cela a permis de faire sortir ces jeunes des quartiers et de leur montrer Paris et ses équipements par l'intermédiaire d'une animation ludo-sportive, d'un événement en l'occurrence. La principale contrainte induite par ce dispositif, réside dans le transport et le coût que cela représente pour la ville. Un coût indirect à reporter sur l'organisation du dispositif⁷¹. Surtout, cela a permis de créer de la dynamique auprès de ces acteurs éducatifs qui prennent part à un projet municipal. Cette observation nous conduit à identifier la mise en place d'un réseau pérenne constitué autour de la direction Jeunesse et Sport de la ville de Paris.

⁷¹ Nous n'avons pas eu connaissance de ce coût indirect, imputé par l'administration municipale sur diverses lignes budgétaires.

La récurrence de l'événement permet à ces groupes associatifs de bénéficier de manière systématique à cette période, d'un événement original gratuit. Pour l'événement, c'est le moyen de toucher un minimum de public. Ces créneaux étaient la rencontre entre une offre et une demande qui ne trouve plus la légitimité des premières années du fait du succès de l'événement auprès du grand public. Malgré tout, des synergies peuvent encore se créer puisque l'événement permet de rapprocher les écoles et le sport. Ce dernier par l'intermédiaire de la ville, peut dès lors être appréhendé comme une passerelle entre les activités sportives encadrées et la sphère éducative (écoles primaires, centres de loisirs). À ce titre, l'événement rassemble les acteurs autour d'un projet cohérent situé entre sport et éveil, créant des relations entre les institutions. Cet événement organisé par l'acteur public renvoie à sa fonction éducative adaptée au cadre spatial moral et pédagogique de l'école et à la fonction ludique et récréative généralement portée par les organisations associatives (Pociello, 1995). Dans ce cas, cette fonction du loisir sportif est prise en charge par l'acteur public par l'intermédiaire d'opérateurs privés qui en tirent des profits professionnels et financiers.

Ainsi, l'événement ne crée pas les conditions de nouveaux partenariats qui se développeraient bien au-delà de la temporalité du projet. Le concept de l'événement basé sur une activité « ludo-sportive » éloigne le mouvement sportif du montage. Pourtant, le siège du CNOSF est mitoyen au stade Charléty qui accueille l'événement chaque année. Ici, il semble que ce soient des conceptions différentes du sport qui sont à la base de cette « non relation »⁷². Au final, le concept du projet n'a pas vocation à générer plus de mise en réseau, dans la mesure où le coût est maîtrisé, et l'événement très fréquenté.

Au contraire de la synergie constructive présentée précédemment qui semble poser les conditions de développements de nouveaux partenariats, « Charléty sur Neige », du point de vue de l'analyse de la gouvernance, génère plus sobrement un maillage qui assure donc sa fréquentation et sa pérennité. En effet du côté de l'organisation, la ville de Paris s'appuie sur les mêmes prestataires depuis la création avec notamment l'UCPA pour l'organisation et l'animation, Prisme Event pour les mobiliers de montagne et la neige artificielle ou encore Marcel Campion pour les activités afférentes comme le manège. Considérant le concept de l'événement comme relativement indémodable chaque année, l'enveloppe qui lui est accordée reste la même ce qui inscrit l'événement dans le temps. Il bénéficie ainsi d'un maillage d'acteurs aussi bien du côté de l'organisation (prestataires) que du côté de la demande (écoles et centres aérés).

⁷² Les chapitres 4 et 5 seront l'occasion de souligner ces conceptions du « sport » différentes : entre approche par le bas pour le mouvement sportif et développement de la pratique auto-organisée et ludique pour la ville de Paris.

3.2.2 Le cas de la course cycliste du 14^e arrondissement : un projet local cohérent

La course cycliste du 14^e arrondissement est un autre exemple de synergie pérennante. Le porteur de projet qu'est le club du Paris Cycliste Olympique (PCO) s'inscrit dans une mise en réseau qui n'a d'autres objectifs que la survie de l'événement. En revanche, il ne cherche pas à aller vers plus de partenariats ni vers l'organisation d'un événement plus ambitieux (renommée, budget, niveau de l'épreuve et des dotations). En réalité, c'est justement à la faveur de ce dispositif restreint et maîtrisé que cette course cycliste existe depuis 26 ans, et reste la dernière du genre à Paris.

L'organisation et le financement sont rendus possibles par une bonne entente entre acteurs du mouvement sportif et acteurs publics. L'office pour le Mouvement Sportif du 14^e arrondissement (OMS 14) est l'interface de ce partenariat et joue son rôle de catalyseur de sport de proximité. La filière sportive municipale est quant à elle totalement absente du montage. Si les élus soutiennent la course, cette dernière n'est aucunement intégrée dans les missions de la DJS.

L'événement reste porté par le club du PCO de manière quasi-intégrale bien qu'il y ait un concours financier public indirect (subvention de la mairie d'arrondissement à l'OMS, qui aide la course financièrement et administrativement). Le schéma ci-dessous présente cette gouvernance à « deux têtes » : OMS 14 et PCO.

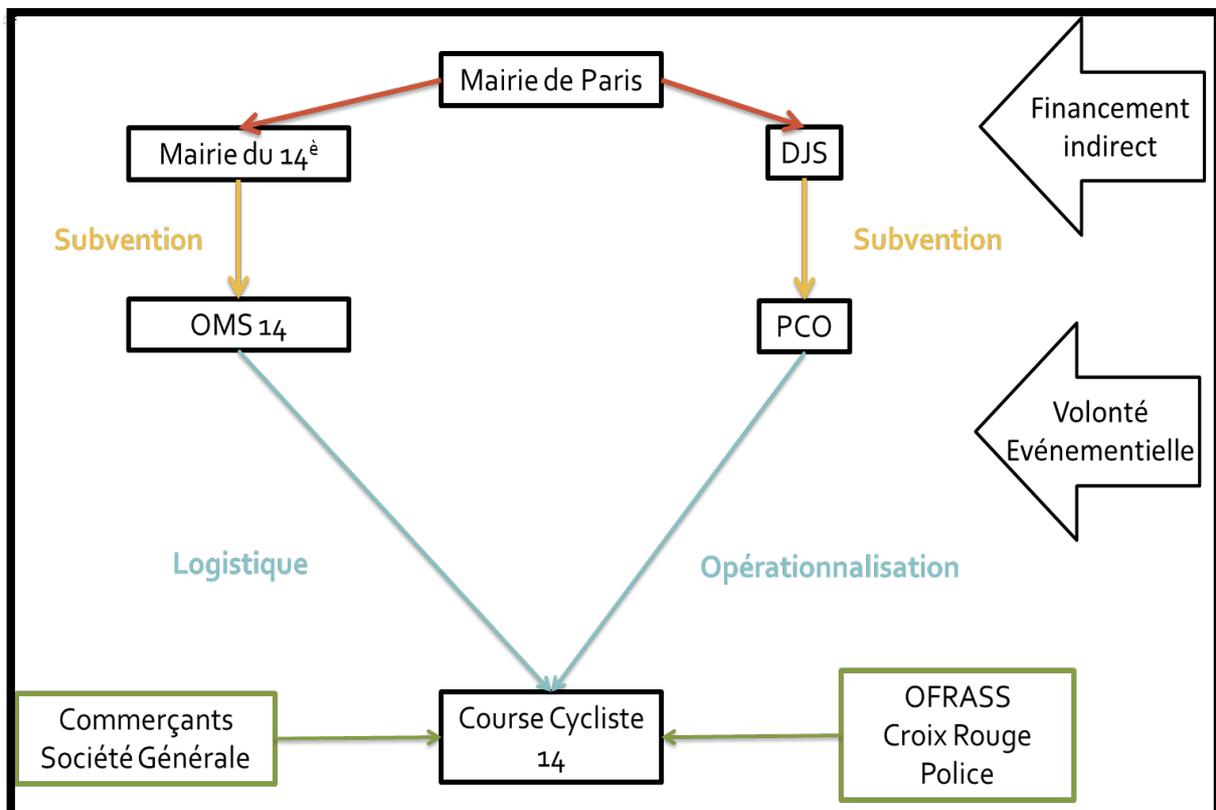


Figure 15 : schéma de gouvernance et financement de la course cycliste du 14^e arrondissement

Ce qui nous a étonnés en revanche à l'analyse de l'événement et durant nos entretiens est la totale déconnexion entre l'événement et les techniciens du sport de l'arrondissement. En témoigne le *verbatim* ci-dessous dans lequel le responsable de la circonscription sud à la direction Jeunesse et Sport de la ville de Paris, évoque même une organisation un peu « fermée ».

« *L'organisation de cette course se fait un peu vase clos. Nous ne sommes pas du tout associés.* ». Wissem Abderrahmani, conseiller à la Vie Sportive de la circonscription Sud, mairie de Paris. Extrait d'entretien du 10 septembre 2014.

Le responsable des activités du 14^e arrondissement ne connaissait même pas la course quand nous lui en avons parlé au printemps 2014, malgré le fait que celle-ci soit implantée dans l'arrondissement depuis 26 ans. Cette constatation vient renforcer le fait qu'il ne faut pas donner trop d'importance au dispositif événementiel. Comment expliquer que l'événement sportif qui est censé représenter l'identité de l'arrondissement depuis plus de 25 ans ne soit même pas connu par le responsable des animations sportives du même arrondissement ? Paris est une grande maison, les missions sont différentes, mais le champ reste le même. Bien que les employeurs ne soient pas non plus les mêmes on ne peut que s'étonner de cette déconnexion totale. Mais cette déconnexion est peut-être justement le principal élément de sa sauvegarde : si la course cycliste du 14^e arrondissement existe depuis tant d'années c'est peut-être car c'est un petit événement qui est peu connu, et qui de fait, génère peu de nuisances. Nous verrons par la suite quand nous traiterons de l'ancrage territorial et particulièrement du marquage urbain des événements (chapitre 8), que ce sont justement ces nuisances causées par la fermeture de l'espace public qui rendent de plus en plus difficile la délivrance d'autorisations administratives pour les courses cyclistes. De la même manière, le développement d'un mobilier urbain ne favorise pas la sécurité des coureurs d'une compétition cycliste amateur.

Ainsi, pour garder un événement organisé par le mouvement sportif sur un espace public aussi contraint qu'une place parisienne très fréquentée, il faut une concordance entre des facteurs exceptionnels. Il faut qu'il y ait un intérêt commun derrière l'objectif de faire perdurer la course. Il semble que ce soit le cas avec cet événement organisé par le mouvement sportif qui n'existerait plus sans l'aide de la sphère publique. Cet événement, en véhiculant de l'histoire et en animant localement et temporellement le quartier justifie l'intervention de l'acteur public. La mise en réseau existe donc en amont, au moment de l'organisation de l'événement. Cependant, cela ne dépasse pas le cadre de l'événement et reste surtout cantonné à un niveau très local.

« *Le fait que la mairie et l'OMS veillent garder cette course joue beaucoup. Si demain matin on a plus envie de soutenir cette course, ni l'OMS... l'un ne va pas sans l'autre.* ». Amine Bouabbas, adjoint à la maire du 14^e arrondissement en charge de l'Habitat, de la Gestion locative et des Sports. Extrait d'entretien du 23 mars 2015.

En reconnaissant un intérêt général à l'événement, les acteurs publics lui donnent les moyens de sa survie. Les contraintes inhérentes à la discipline sont ici maîtrisées et acceptées à la faveur d'une corrélation cohérente entre l'événement et les caractéristiques de l'environnement dans lequel il s'insère. C'est même cet environnement propice qui permet son organisation et lui confère cette légitimité. Contrairement à un événement entièrement porté par la municipalité, la course doit convaincre tous les acteurs et

particulièrement la ville de Paris ou la mairie d'arrondissement. Les événements municipaux peuvent, en revanche, se passer totalement du mouvement sportif comme nous l'avons observé sur l'événement récréatif « Charléty sur Neige » ou « La Parisienne ».

Dans le cas de la course cycliste du 14^e arrondissement, il semble plus difficile de s'en passer puisque la relation est inverse : c'est le mouvement sportif qui vient solliciter l'appui (administratif) ou le soutien (financier) de la sphère publique. Il est intéressant de noter aujourd'hui que le modèle économique des courses cyclistes survit principalement à la faveur de l'aide publique. Les événements de masse (10km du 14^e par exemple, une course ouverte à tous) bénéficient d'une exposition que n'ont pas les événements amateurs pour licenciés fédéraux. La tendance actuelle clairement au développement de courses portées par des opérateurs privés semble rogner progressivement et indirectement sur le modèle événementiel fédéral. À ce sujet le président du PCO Raymond Margnoux, évoque la difficulté croissante d'organiser des événements cyclistes en milieu rural.

« En province, les maires vous savez... cela les gêne un peu car on ne vote pas chez eux... s'il y a deux ou trois riverains qui râlent c'est fini, car eux, ils votent... plus cela va plus on a de mal. Les coureurs sont plus ou moins sérieux aussi, il faut qu'on fasse la guerre à la propreté... il y a beaucoup de contraintes ». Raymond Margnoux, président d'Honneur du Paris Cycliste Olympique. Extrait d'entretien du 19 février 2015.

Des considérations électorales, un événement qui entraîne des nuisances, un coût important... progressivement les freins semblent devenir de plus en plus importants. En témoigne la rareté des courses à Paris. C'est tout le modèle qui est remis en question lorsque les organisateurs en essayant de défendre les événements sportifs fédéraux sont confrontés à une concurrence presque déloyale.

« L'étape du Tour de France qui est ouverte à tout le monde : c'est 70€ la journée. Vous pouvez vous permettre d'organiser des choses comme cela. Vous amenez 3000 personnes rien que pour le commerce et tout... là, le maire ne vous vire pas. En revanche si c'est pour 150 gars qui font du bruit et qui ne rapportent rien... ». Raymond Margnoux, président d'Honneur du Paris Cycliste Olympique. Extrait d'entretien du 19 février 2015.

Ce qui sous-tend cette confrontation est la manière de pratiquer la discipline. C'est la dichotomie entre sport auto-organisé et sport fédéral une nouvelle fois qui est l'enjeu sous-jacent ici. Beaucoup de cyclistes aujourd'hui pratiquent ce sport de manière auto-organisée sans adhérer à un club. Ces « *coureurs du dimanche* » sont parfois des coureurs avertis effectuant bien plus d'une sortie par semaine⁷³. Ce sont eux qui ont le profil pour participer et organiser les événements évoqués dans le *verbatim* précédent. Ces événements payants correspondent en réalité à la concrétisation finale du processus qu'initie la pratique sportive auto-organisée. Après avoir déserté les clubs affiliés, ces sportifs participent à des événements qui nuisent au modèle fédéral en raison de leur rentabilité sans commune mesure. Pourtant, il semble exister une réelle demande qui trouve satisfaction dans ce type de projets. On peut aussi se questionner au sujet de l'offre que propose le modèle fédéral qui se trouve peut-être moins en lien avec les attentes de ces publics. En conséquence, la sphère privée marchande répondrait mieux à la demande « insatisfaite ».

⁷³ Nous avons eu l'occasion de nous entretenir avec plusieurs d'entre eux dont Stéphane Ibrahime du Vélo Club d'Arpajon.

Pour contrer les difficultés du modèle fédéral, la sphère publique s'insère dans la pratique à tel point que parfois des élus, de manière spontanée, envisagent d'organiser une course. Cependant, les spécificités de la discipline semblent être parfois méconnues. Le *verbatim* ci-dessous présente une anecdote intéressante relatant cela :

« En 2011 j'entends à propos d'une course à laquelle participent nos cadets au niveau régional que la prochaine épreuve aura lieu au boulevard Edgar Quinet en septembre. Bon Edgar Quinet c'est quand même moi le principal intéressé. On est un peu obligé de passer par moi en principe cela fait 25 ans que j'y suis avec mes vélos, d'autant plus en tant que président du comité de Paris. Mais je n'étais pas au courant ! C'était un gars de la mairie qui leur avait dit « ne vous en faites pas, c'est nous qui le faisons, on gère. J'ai vu les gars, ils m'ont bien dit que c'est la mairie qui voulait, ils ont bien vu que j'étais un peu étonné. Je leur ai demandé comment ils allaient payer les barrières, la police, etc. ? C'était un élu, je ne sais pas exactement où il était mais il ne savait pas du tout comment cela se passait, pour lui c'est la mairie qui faisait la course. Il n'a même pas été voir l'OMS. Vous comprenez que la course ne s'est pas faite à Paris. C'est un peu le problème de cette grande maison. ». Raymond Margnoux, président d'Honneur du Paris Cycliste Olympique. Extrait d'entretien du 19 février 2015.

Le mouvement sportif, ici, semble faire défaut. Bien que l'élu envisage d'organiser l'événement, l'opérationnalisation ne peut se faire par manque de connaissance du secteur. Cet élu considère normal et acté que l'événement soit porté par la mairie de Paris, ce qui confirme que l'acteur public réfléchit ici sans se référer au mouvement sportif. Mal lui en a pris dans ce cas, puisque son inexpérience sportive l'aura conduit à annoncer l'existence d'un projet qui ne pouvait pas être financé uniquement par la ville. Dans le cas d'événements sportifs compétitifs, le concours du mouvement sportif - bien qu'il ne soit plus automatique dans les esprits en témoigne cette anecdote - reste un acteur incontournable, notamment à travers son expertise. Il est surtout le seul à être officiellement légitime pour l'organisation de ces événements sportifs compétitifs. Cette anecdote semble être aussi révélatrice de l'absence de définition de prérogatives sportives dans la loi de décentralisation qui aboutit aujourd'hui à un flou dans l'organisation du sport au niveau local : qui prend la main ?

L'acteur public en apportant un soutien administratif et financier (indirectement *via* la subvention à l'OMS) a un droit de regard sur l'événement organisé par le club. Pascal Cherki nous explique : *« Symboliquement, en tant qu'élu de gauche je ne peux pas laisser mourir une course cycliste de ce type sous mon mandat, par contre si on doit la faire évoluer on en discutera avec les organisateurs ».*

Ce qui maintient la course ici repose sur le poids de l'histoire. La politique sportive semble être ici comprise entre une idéologie politique, les besoins des bénéficiaires finaux et un héritage passé qui consacrent la prégnance du contexte local. Ainsi, un nouveau schéma de gouvernance apparaît, dans lequel l'événement organisé par et pour le mouvement sportif est soumis aux orientations politiques des élus. En l'occurrence, il s'agissait en 2001 de conférer à la course une dimension plus festive, de kermesse. La seule dimension compétitive de l'événement semble de moins en moins suffire pour assurer le soutien de la sphère publique, et par conséquent la survie de cet événement historique.

Pour Mény et Thoenig (1989), une politique publique est un ensemble de mesures visant des publics identifiés. Le concept désigne de manière générale les interventions d'une autorité investie de puissance publique et de légitimité gouvernementale sur un domaine spécifique de la société ou du territoire (Grawitz, Leca et Thoenig, 1985). Toutefois, il est à noter ici que le financement, et donc l'inclusion dans le programme d'action de la politique, est indirect puisque le club organisateur (PCO), bénéficie d'un financement public indirect relatif à la subvention versée par l'OMS 14. Dès lors, il est de l'initiative de ce dernier de continuer à financer pour moitié cet événement. L'intervention de l'acteur public se trouve principalement dans le soutien à l'obtention des autorisations administratives nécessaires pour la fermeture de l'espace public. Cette aide suggère l'intégration de l'événement à la mise en œuvre d'une politique publique, qui nécessite donc d'obtenir des retombées.

Deux autres exemples permettent d'étayer nos propos. François Denis, le directeur de l'OMS 14 soutenu par Amine Bouabbas (adjoint à la maire du 14^e arrondissement en charge de l'Habitat, de la Gestion locative et des Sports), souhaitait un temps intégrer une course en tandem organisée par l'association « Sports & Loisirs pour Aveugles & Amblyopes » (ASLAA) en « lever de rideau » de la compétition amateur. Il souhaitait faire de la course cycliste du 14^e un événement multidimensionnel faisant tomber les barrières entre sportifs valides et handicapés. C'est aussi un moyen d'assurer la pérennité de l'événement qui embrasserait de fait, une problématique sociétale. La préfecture ainsi que le PCO par l'intermédiaire de Raymond Margnoux s'étaient mis en travers de ce projet en raison de la dangerosité du parcours. En outre, les temps des participants plus difficilement contrôlables entraînaient une difficulté dans l'organisation logistique et temporelle de l'événement.

« Ils avaient voulu que je fasse une course de tandem avec des aveugles. Moi je n'ai pas voulu. C'est trop dangereux à chaque bout... en tandem là-bas à Raspail ce n'est pas sérieux (le virage est en épingle à cheveux, nldr). Ils ont essayé, la préfecture les a refusés partout. Du coup ils organisent quelque chose au mois de mars autour de Longchamp. C'est mieux. » Raymond Margnoux, président d'Honneur du Paris Cycliste Olympique. Extrait d'entretien du 19 février 2015.

Il y a donc bien eu des réflexions pour ajouter d'autres dimensions à la course. Dans le cas de la course en tandem, le parcours restreint qui est le principal atout dans la survie de la course fut un frein fatal. Une autre tentative est effectuée avec une course de vélibs juste avant le départ.

« On a essayé aussi à un moment... alors c'était juste pour s'amuser mais ce n'était pas idiot, on a utilisé des vélibs et on a fait une petite démo avec des personnalités de l'arrondissement, politiques etc. On a donné un petit cachet à l'arrivée. On réfléchit, on essaie de développer des choses... Après, on ne va pas se mentir... 80 tours c'est barbant. Mais cette course fait partie de la vie du quartier. On peut mettre des tas de flonflons des machins, ce serait barbant pareil. Je ne veux pas dépenser plus là-dedans. Par contre aller vers le handicap etc. Là oui, cela aurait du sens. » François Denis, président de l'office pour le Mouvement Sportif du 14^e arrondissement (OMS 14). Extrait d'entretien du 12 décembre 2014.

« Une fois, ils ont voulu faire avec les vélibs... bon j'avais prévu 15 tours avant la course, mais cela n'a pas tenu ils sont trop lourds. Au bout de deux tours ils voulaient tous arrêter (rires). Il y avait les élus et tout... mais bon. Deux, trois fois on a mis un orchestre... mais cela n'apporte

pas tellement. Un truc musette deux ans de suite...cela n'a pas pris. Mais, on doit rappeler qu'on est là pour faire du vélo avant tout, c'est une compétition. ». Raymond Margnoux, président d'Honneur du Paris Cycliste Olympique. Extrait d'entretien du 19 février 2015.

On voit bien dans ces *verbatim*, deux volontés différentes se dessiner : l'OMS soutenu par les élus qui souhaite développer la course en ajoutant des animations connexes et le club, qui tente de se prêter au jeu mais rappelle que l'essentiel reste de faire la compétition. Cela semble logique puisque cela correspond à la volonté première. Dès lors, il ne s'agit pas de dénaturer l'événement pour le rendre plus acceptable aux yeux des acteurs publics, même si sa pérennité dépend de leur soutien. De plus, cela correspond au savoir-faire du club qui vit grâce à ses bénévoles.

Enfin, l'événement, bien qu'il ne faille pas en surestimer la portée, contribue à créer des relations au niveau du quartier pendant son déroulement. En effet, il mobilise les commerçants de la place Edgar Quinet qui se trouvent sur le parcours. Ces derniers sont invités à donner quelques dizaines d'euros pour constituer les primes des coureurs. Ce système participatif qui correspond au « prix du spectateur » communément pratiqué en milieu rural, permet de financer l'ensemble des prix. En échange, le speaker mentionne à plusieurs reprises le nom du commerçant mécène. Rien de formel, tout est conventionnel dans ce microcosme local qui s'apparente bien au village décrit et défendu par Amine Bouabbas et Carine Petit⁷⁴. Si l'événement en lui-même ne suscite pas d'intérêt ni d'attente particulière au sein de la communauté du quartier, le système peut permettre une synergie des attentions à un moment donné.

« Je ne sais pas si un événement en soi fédère mais c'est un ensemble d'événements... d'ailleurs ce n'est pas que pour le sport. Je parlais de culture tout à l'heure. Il y avait une opération avec des œuvres d'art qui se retrouvent dans la rue...ce sont des choses comme cela. Je pense que l'animation, une politique menée par une mairie d'arrondissement, le sport et la culture principalement mais également la fête des locataires, la fête des voisins que l'on encourage aussi. Toutes ces choses-là créent du vivre-ensemble comme on dit. C'est un terme un peu bateau mais c'est le cas. Un peu de convivialité et de bon vivre. Dans un arrondissement, c'est un ensemble. La course cycliste participe de cela. En plus, tout bêtement cela fait qu'à un moment donné, pendant quelques heures, il y a des sportifs qui viennent avec leurs familles... c'est bien aussi les commerçants sont très contents. C'est tout bête mais c'est important. C'est un ensemble de chose qu'il faut maintenir. » Amine Bouabbas, adjoint à la maire du 14^e arrondissement en charge de l'Habitat, de la Gestion locative et des Sports. Extrait d'entretien du 23 mars 2015.

Pour conclure sur les apports de ce cas, nous pouvons mentionner les travaux de Callède et Dané (1991) qui ont défini le processus de mise en réseau à travers l'action sportive communale et une analyse précise des jeux d'acteurs. Dans leur exemple béglais, ils expliquent :

« Soit un club C qui propose à ses adhérents un modèle pédagogique et culturel de pratique sportive qui sollicite une aide financière auprès de la municipalité M. Après accord, M fournit

⁷⁴ Extrait d'entretien du 23 mars 2015 avec Amine Bouabbas, cérémonie des vœux 2016 du 9 janvier 2016, discours de la maire du 14^e arrondissement Carine Petit au centre sportif Elizabeth.

effectivement une subvention à C et prend également en charge la construction, la rénovation et l'entretien des installations sportives. ». Extrait de Jean-Paul Callède et Michel Dané (1991) dans *Sociologie des politiques locales ; trente ans d'action sportive à Bègles (Gironde)*.

Dans le cas de la course cycliste du 14^e arrondissement, nous voyons bien comment ce modèle permet d'éclairer le rôle des acteurs et leur fonction dans le système.

« Soit un club C qui souhaite organiser une compétition sportive, sollicite une aide financière auprès de la municipalité M. Après accord, M fournit effectivement une subvention à C et prend également en charge la logistique : barrières, rubalises, podium. »

La notion de récurrence semble favoriser le renforcement de ces interactions en les inscrivant dans le temps. C'est particulièrement le cas de la synergie pérennante qui apparaît sur la course cycliste du 14^e arrondissement. Elle retranscrit une situation au sein de laquelle l'événement survit à la faveur de relations de confiance établies entre les acteurs depuis de nombreuses années malgré les difficultés pour obtenir les autorisations administratives auprès de la préfecture chaque année. La récurrence annuelle inscrit ici l'événement dans une continuité qui n'a pas vocation à s'arrêter, en vertu des nuisances maîtrisées et de l'impact restreint mais réel de l'événement sur la communauté locale. Chaque acteur impliqué contractuellement dans le projet retire des bénéfices de son engagement :

- Paris Cycliste Olympique (« impulseur ») : organisation de compétition sportive, développement de la discipline, promotion du club.
- Office pour le Mouvement Sportif (« facilitateur ») : animation sportive de l'arrondissement.
- Mairie du 14^e arrondissement (« facilitateur ») : animation et identité de l'arrondissement : création du « vivre-ensemble ».
- Commerçants du quartier (« contributeur ») : participation à la vie de quartier, animation.

En conséquence, chacun cherchera à maintenir son engagement et procédera s'il le faut à des réajustements dans la relation contractuelle afin de pérenniser le système d'action concret. Par exemple, le club a tenté d'organiser des animations autour de la course suite aux demandes de l'acteur public. De son côté, l'OMS a augmenté son aide financière à l'événement qui est le principal rendez-vous sportif du 14^e avec les 10km au printemps (une course à pied). Cette analyse des fonctions en tant qu'idéal-type permet de générer le tableau ci-dessous.

« Course Cycliste du 14^e »	
Impulseur Paris Cycliste Olympique	Indifférent
Facilitateurs Office du Mouvement Sportif Mairie du 14 ^e arrondissement	Ralentisseur Préfecture
Contributeurs Partenaires et sponsors Commerçants du quartier	

Tableau 29 : les fonctions des différents acteurs dans la mise en réseau pérennante, initiée par la course cycliste du 14^e arrondissement

Cette identification de la fonction des acteurs, systématisée au sein de nos neuf études de cas nous renseigne sur les conditions nécessaires à l'apparition d'une mise en réseau constructive ou pérenne. À l'inverse, c'est un moyen d'éclairer les non-relations en comprenant le sens que les acteurs donnent à leurs actions.

Synthèse de la synergie pérennante

« Charléty sur Neige » et la course cycliste du 14^e arrondissement s'inscrivent dans une mise en réseau qui vise à maintenir l'implication des acteurs dans le schéma de gouvernance. Il s'avère que cette implication est nécessaire pour inscrire le projet dans le temps. On observe des jeux de coopération (Friedberg, 1997) qui concourent à la survie de l'événement dans un environnement contraint, notamment par le financement partagé entre un club et une mairie d'arrondissement par l'intermédiaire d'un office pour le Mouvement Sportif. On observe ici une forme de régulation sociale (Reynaud, 1989), destinée « à *maintenir un état d'équilibre par lequel les acteurs sociaux produisent et transforment des règles qui donnent sens à leurs actions collectives* ». Cette approche systémique⁷⁵ semble pertinente dans le cas d'une mise en réseau initiée par le porteur du projet. En effet, la récurrence des interactions génère des ajustements de la part des acteurs qui voudront maintenir les bénéfices qu'ils retirent de la relation contractuelle (Callède, Dané, 1991) à travers laquelle ils sont engagés dans l'événement sportif. Pour le club du Paris Cycliste Olympique, il s'agit par exemple de continuer à organiser la compétition dans une discipline qui se heurte à la contraignante nécessité de privatiser temporairement l'espace public.

La mise en réseau se traduisant par une synergie pérennante apparaît donc à la faveur de certaines conditions. D'après nos cas, le soutien politique semble être un élément indispensable. En effet, la course cycliste du 14^e survit grâce au soutien des élus qui y voient un moyen d'animer le quartier et d'alimenter une culture d'arrondissement⁷⁶. Ce soutien est d'autant plus marquant qu'il apparaît nécessaire pour les organisateurs qui évoluent dans un contexte de moins en moins propice au développement des courses cyclistes (développement du mobilier urbain, autorisations administratives de plus en plus difficiles à obtenir). Il est aussi intéressant de noter que cet événement survit à la faveur d'une ampleur très modeste. Les organisateurs ne cherchent pas à le développer. Ils visent plutôt à maintenir les interactions passées qui suffisent à l'organisation de l'événement depuis plus de 25 ans. Cette maîtrise de la course à un niveau restreint (niveau et nombre de participants, animations afférentes) permet de limiter le coût et surtout les nuisances. « Charléty sur Neige » de la même manière, maintient un dispositif similaire chaque année et ne cherche pas à se développer malgré la place (la surface du stade Charléty n'est utilisée qu'à 25%) et la fréquentation (file d'attente, dispositif à saturation). En maintenant les conditions d'opérationnalisation du projet événementiel, les organisateurs ancrent l'événement dans le temps là où de nombreux autres projets événementiels municipaux disparaissent, faute de moyens ou d'engouement. Enfin, ces événements suscitent, pour un temps, une synergie des attentions favorisée par la cohérence du projet avec les éléments d'un contexte (politique, culture locale, demande) qui alimente le terreau de leur émergence, sans en permettre pour autant le développement à moyen terme au contraire de la synergie constructive.

⁷⁵ La systémique est une méthode d'étude ou façon de penser les objets complexes. Forcée sémantiquement à partir du mot en grec ancien *systema*, signifiant « ensemble organisé », elle privilégie une approche globale, holiste, la pluralité des perspectives selon différentes dimensions ou à différents niveaux d'organisation, et surtout la prise en compte des relations et interactions entre composants.

⁷⁶ Celle-ci sera plus détaillée lorsque nous aborderons la dynamique patrimoniale dans le chapitre 9.

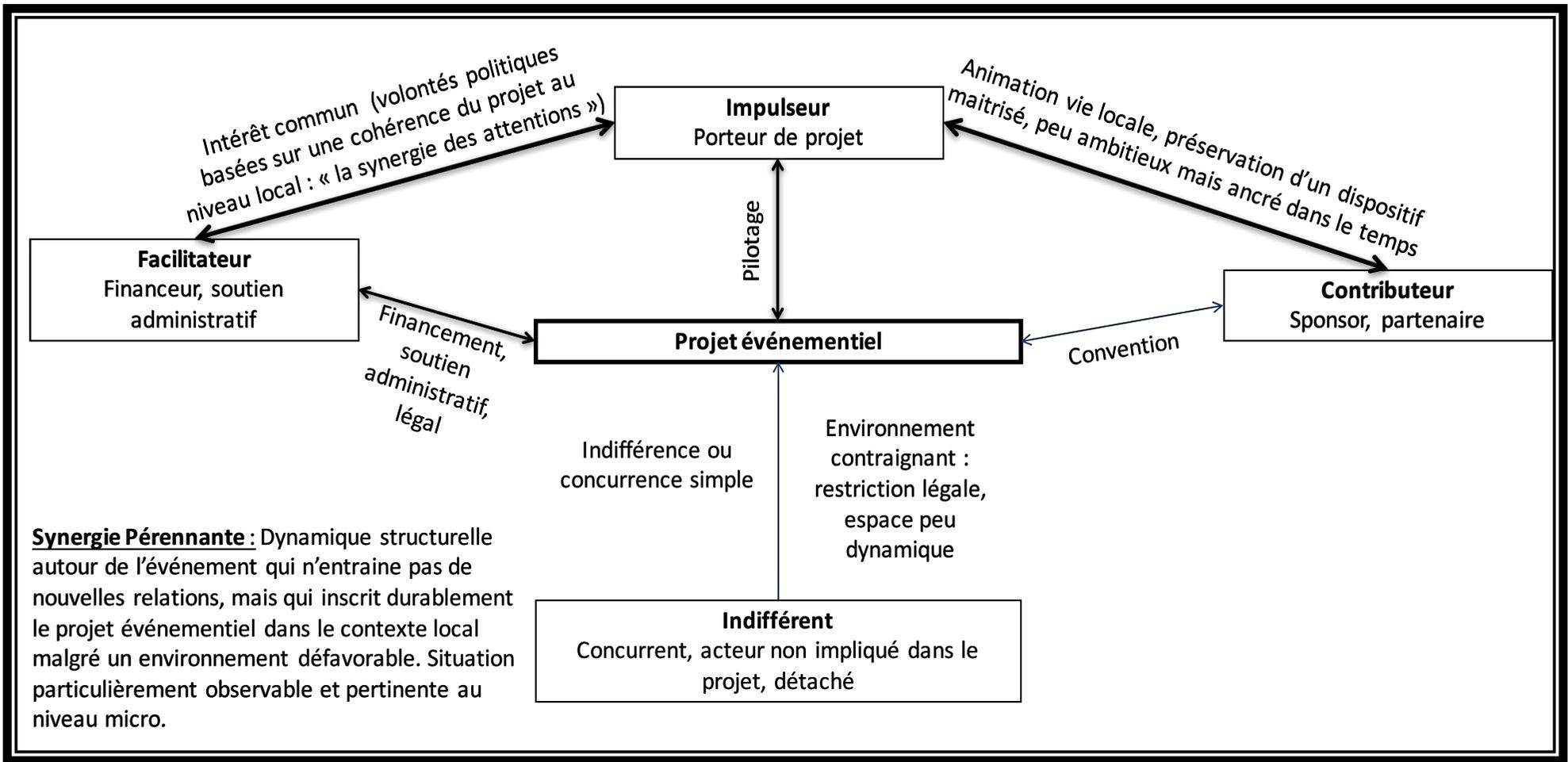


Figure 16 : le processus de mise en réseau se traduisant par une synergie pérennante

Chapitre 4 : Les mises en réseau « restreintes » : de la synergie limitée à l'autonomie revendiquée

Parmi nos études de cas nous avons constaté que certains événements présentent des mises en réseau « restreintes ». C'est le cas de ceux qui génèrent des interactions par leur simple opérationnalisation mais celles-ci restent très limitées spatialement et temporellement. Nous trouvons aussi le cas d'événements qui illustrent des situations de déconnexion entre les acteurs. En questionnant ces « non-relations » nous traiterons une nouvelle fois en filigrane de l'organisation du sport à Paris et dans une certaine mesure en France. Enfin, d'autres projets présentent le cas d'une « autonomie revendiquée » à la faveur d'une volonté de maîtrise totale de l'événement et de ses effets.

4.1 La synergie limitée/sporadique.

La synergie limitée (ou sporadique) présente les conditions favorables à une mise en réseau partielle. Le porteur de projet à travers l'organisation de son événement, parvient à mobiliser différents acteurs. Cependant, cette synergie amorcée ne parvient pas à s'établir au-delà de la durée de l'événement. Elle est également limitée spatialement au niveau des organes déconcentrés qui sont impliqués dans l'organisation. Il s'agit d'une situation contrastée où la dynamique organisationnelle autour de l'événement génère un effet très limité dans le temps et dans l'espace, en raison d'un manque de moyens et/ou de volontarisme stratégique/politique. Elle se distingue de la synergie pérennante en raison de ce caractère éphémère. Les événements du « Famillathlon » et de « Femmes en Sport » illustrent ce type particulier de mise en réseau partielle.

4.1.1 Le cas du Famillathlon : des couleurs politiques incompatibles

Le « Famillathlon » semble être un cas exemplaire d'une mise en réseau partielle, puisqu'il allie une synergie constructive et une mise en réseau secondaire restreinte. En effet, cet événement est par essence, à travers son concept une plate-forme visant la mutualisation d'acteurs. C'est notamment grâce au concours du mouvement sportif (agrément sport débouchant sur une subvention du CNDS) et aux associations familiales (subventions de l'UNAF) que l'événement existe. Pourtant nous verrons que cette plate-forme est restreinte dans le temps.

La figure ci-dessous représente le schéma organisationnel de l'événement.

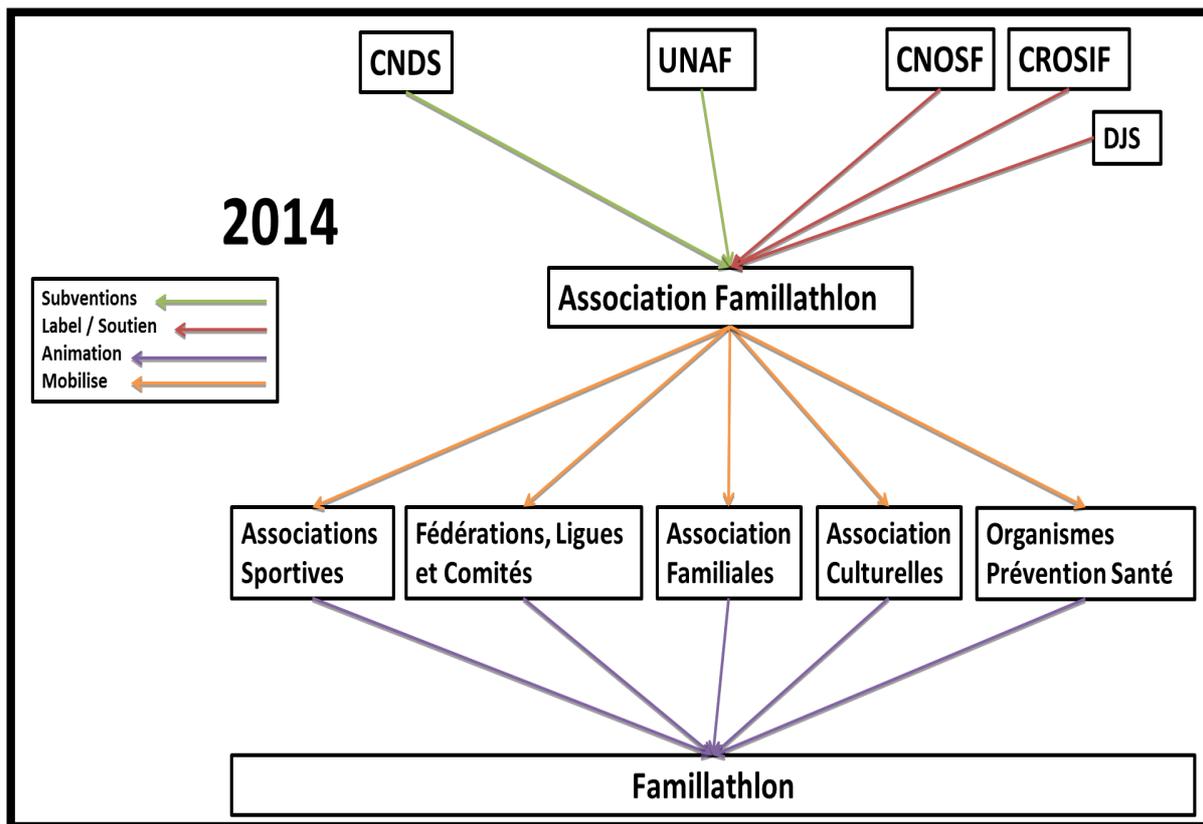


Figure 17 : le schéma organisationnel du Famillathlon

Pour expliquer ce projet événementiel et ce qu'il génère en termes de dynamisme des acteurs, il est nécessaire de reconstruire l'historique de l'événement. Sa création remonte à 2005 comme la frise ci-dessous l'illustre.

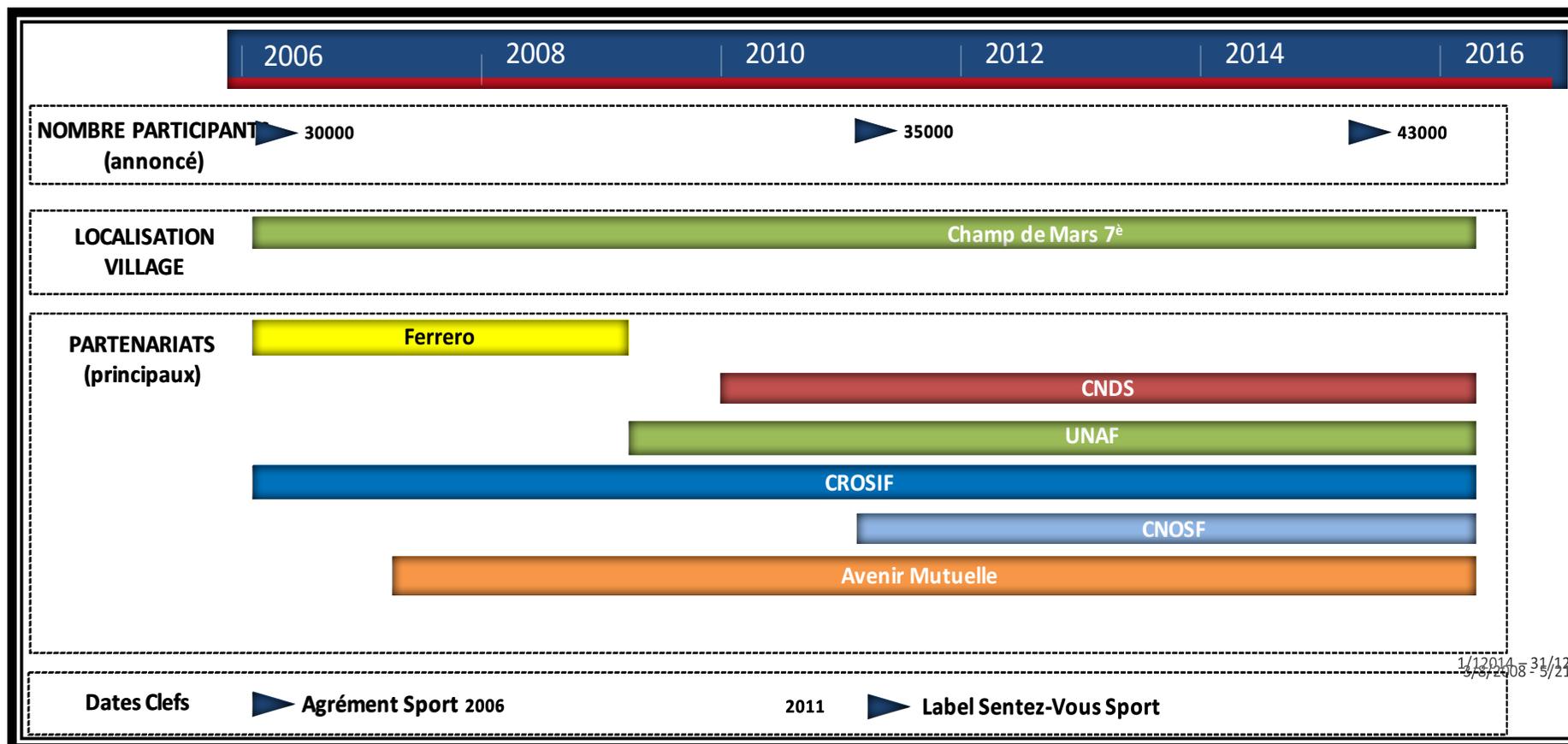


Figure 18 : frise historique synthétique du « Famillathlon »

Jean-François Lamour ministre des Sports de mai 2002 à mars 2004 puis ministre de la Jeunesse, des Sports et de la Vie Associative de mars 2004 à mai 2007, mène depuis 2005 une réflexion autour du sport en famille. Dans ce cadre, il développe des ateliers de réflexion mobilisant le tissu associatif dont l'Union Nationale des Associations Familiales (UNAF⁷⁷). Ces différents travaux ont conduit à souligner l'intérêt de développer des projets événementiels dans cette optique. Le « week-end du Sport en Famille » est créé en 2005⁷⁸. Il s'agissait d'un événement national le dernier week-end de septembre. Ayant eu vent de cela, plusieurs mères de famille, décident de monter de leur côté quelque chose de concret sur Paris.

Ces femmes résident dans les 8^e et 16^e arrondissements et n'ont aucune expérience dans l'organisation d'événements ni même dans le domaine sportif. Elles sont amies ou se fréquentent à travers le catéchisme ou l'école de leurs enfants. Elles partagent les mêmes tendances politiques, certaines d'entre elles sont militantes au moment de la création. L'objectif, en créant une association, est de développer un projet événementiel adapté à la famille. Le sport, la culture sont regroupés pour favoriser la sortie familiale. Pour développer ce projet, l'association a besoin de soutiens et de partenaires. L'initiative qui fait écho à la volonté du ministre, permet d'assurer le soutien politique. L'UNAF et la CAF de Paris ainsi que la DRJSCS sont parties prenantes, dès la première année. L'obtention du Champ de Mars dès 2005 ainsi que l'agrément sport, est favorisée grâce au soutien revendiqué de Jean-François Lamour. La première autorisation assure à l'événement l'usufruit d'un site à la fréquentation exceptionnelle. La seconde, permet l'obtention de subventions auprès du CNDP en 2010 ainsi qu'une certaine attention du mouvement sportif. Cette double attribution est très rare pour un événement sportif récent, qui plus est porté par des personnes totalement en dehors du sérail sportif. La seule activité de l'association réside dans l'organisation de l'événement un dimanche de septembre.

4.1.1.1 Des rencontres spontanées inter-champs

Le Famillathlon utilise le sport comme outil. C'est par essence une plate-forme qui permet de mettre en synergie des acteurs associatifs. C'est le théâtre de partenariats étonnants. En invitant le même jour des acteurs de la vie sociale (centres sociaux, associations de parents d'élèves, associations familiales) et des acteurs sportifs (fédérations, ligues, CROSIF, clubs), l'événement permet de créer une passerelle qui n'est pas évidente. Le concept de la Famille constitue le liant permettant ces réunions.

« On réunit donc famille, sport, puis à travers la direction départementale de la cohésion sociale tout ce qui est un peu aspects sociaux car ils y tiennent beaucoup à ce 'S', de cohésion sociale. Donc il y a ces convergences qui existent. Et quand les associations se trouvent parfois c'est marrant, ils font des choses très inattendues. » Edmée de Catuelan, présidente de Famillathlon. Extrait d'entretien du 7 octobre 2014.

C'est par exemple le cas avec la fédération d'haltérophilie qui s'est rapprochée d'une association de parents d'élèves. La fédération a fourni un petit guide permettant d'informer

⁷⁷ Institution française chargée de défendre et représenter les intérêts de toutes les familles vivant sur le territoire du pays.

⁷⁸ Discours de Jean-François Lamour du 28 septembre 2005, ministre de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative concernant le Projet de loi de finances 2006.

les parents sur les problèmes de dos des enfants fatigués de porter de lourds cartables. Ils y ont expliqué des méthodes de renforcement et d'assouplissement pour éviter les traumatismes pendant la croissance. Ce type de convergence est insoupçonné et est à mettre au crédit du « Famillathlon » qui, par son positionnement singulier, rapproche des organismes. En temps normal, ces acteurs sont rarement conviés au même endroit au même moment.

« Il y a la sécurité routière qui veut rencontrer la boxe pour que les policiers fassent de la boxe anglaise. » Valérie Allard, responsable des partenariats sportifs au Famillathlon. Extrait d'entretien du 31 octobre 2014.

« Oui, beaucoup d'associations se rejoignent, elles se disent qu'elles ont fait un colloque ensemble, il y a des choses qui se font très régulièrement. Mais on n'a pas le temps de les recenser. On n'est même pas au courant parfois. » Edmée de Catuelan, présidente de Famillathlon. Extrait d'entretien du 7 octobre 2014.

La sphère éducative, la sphère sportive ou encore la sphère sociale ne sont pas toujours connectées là où les intérêts peuvent pourtant parfois être communs. L'événementiel permet ici de créer les conditions de ces rencontres. La transversalité de l'enjeu sportif (Charrier, 1997) permet de créer les conditions favorables au dialogue, et dans ce cas même, au partenariat. Mais le « Famillathlon » est aussi un moyen de rapprocher les sports entre eux, de créer du lien dans le mouvement sportif entre les clubs et les ligues ou les fédérations, par exemple.

« Faire du sport c'est facile en soi, on va dans un club. Mais là, cela permet de découvrir tous les sports et il y a une bonne ambiance, c'est convivial. Les sports entre eux tissent des liens grâce à Famillathlon. Ils nous demandent le contact du voisin. » Valérie Allard, responsable des partenariats sportifs au Famillathlon. Extrait d'entretien du 31 octobre 2014.

Cependant, ce qui empêche le « Famillathlon » d'être un vrai rendez-vous sportif est son éphémérité. Il reste un temps de cohésion, de synergie mais n'a pas d'impacts sur la durée, malgré sa récurrence. Evelyne Ciriegi parle « d'occasion manquée » à propos de cet événement.

« Le problème c'est qu'il n'a pas forcément d'intérêt à être là, car derrière il n'y a pas d'engagement dans la saison sportive. Je sens qu'il n'a pas cet élan qu'il aurait pu avoir. Peut-être que cela a été...pas négligé car le mot est fort, mais une occasion manquée. Il n'y a pas eu quelqu'un de détaché pour se demander ce que l'on pouvait faire. L'événement se termine, il y a des jolies photos, un bel outil... mais je ne sens pas d'engouement. » Evelyne Ciriegi, présidente du comité régional olympique et sportif d'Ile-de-France (CROSIF), présidente de l'association « Sport 7 ». Extrait d'entretien du 27 mars 2015.

Ce manque d'activités s'explique par le statut de bénévole des organisatrices qui se démènent pour organiser l'événement. Il n'est pas possible selon elles d'aller plus loin à ce niveau, tant la phase opérationnelle est déjà chronophage⁷⁹. Le soutien du CNDS et le label « sentez-vous sport » ne sont que des appuis pour l'événement. Ce n'est pas utile pour une action répétée au cours de l'année qui devrait être l'apanage de l'association elle-même.

⁷⁹ Extrait d'entretien du 31 octobre 2014 avec Valérie Allard, responsable des partenariats sportifs au « Famillathlon ».

Une autre solution consisterait à ce que le mouvement sportif, par une de ses instances (CROS, CNOSF ?), récupère l'événement pour le systématiser dans plusieurs villes. D'ailleurs, ce développement est déjà amorcé par l'association Famillathlon puisqu'en 2015 : 6 événements se sont déroulés dans 6 villes françaises. L'appui d'une grande instance permettrait de mettre le concept à l'abri des aléas des subventions et de le développer sur la temporalité. Seulement, l'idéologie initiale de la « famille » traditionnelle serait probablement délaissée au profit d'un affichage purement sportif. C'est ce que souhaitent à demi-mot bon nombre d'acteurs du mouvement sportif qui se sont fait à l'idée de l'intérêt de l'événement, mais pas à son manque d'impacts.

Pour Jean-Claude Coucardon, l'événement fait « *un peu de buzz pendant 48h mais il n'y a plus rien derrière* ». Michel Poupart, président du comité départemental olympique et sportif de Paris (CDOS 75) insiste aussi sur le côté « *limité et temporaire* » de l'événement. Jean Vuillermoz quant à lui évoque un événement « *qui ne va pas chercher bien loin* ». Il ajoute que « *c'est bien que cela existe, mais l'impact est minime* ». Evelyne Ciriegi milite pour la création d'un grand événement qui puisse lancer la saison sportive chaque année. Elle regrette que ce ne puisse pas être le « Famillathlon ».

« *Je l'ai soutenu, je sentais que cet événement, en développant le côté le sportif pouvait être l'événement qui lance la saison sportive que je souhaite depuis des années. Malheureusement, il manque un fond sportif et une vision à long terme.* » Evelyne Ciriegi, présidente du comité régional olympique et sportif d'Ile-de-France (CROSIF), présidente de l'association « Sport 7 ». Extrait d'entretien du 27 mars 2015.

En effet, l'événement par l'utilisation de symboles et de discours renvoyant à une conception traditionnelle de la famille illustre une situation où des visions politiques s'opposent.

4.1.1.2 Des visions politiques incompatibles

La famille, idéologiquement et politiquement connotés, est un frein pour le développement du projet. Plusieurs éléments sont avancés par Edmée de Catuelan, présidente de « Famillathlon » pour expliquer cet intérêt pour ce concept. Le premier argument est inhérent à la ville de Paris. Elle dresse les contours d'une « famille type » pour illustrer la manière dont les liens se dissolvent.

« *Une famille à Paris : le père fait une activité sportive, la mère en fait une autre, les enfants leurs activités scolaires...ce qui est très bien, mais il faut aussi avoir des activités communes, c'est ce qui crée, comment dire un vrai socle... une vraie communauté de vie même cela engendre des liens, des souvenirs et cela peut favoriser les discussions. Quand on sait que ce n'est pas toujours facile de discuter en famille.* » Edmée de Catuelan, présidente de Famillathlon. Extrait d'entretien du 7 octobre 2014.

Ce *verbatim* dessine de manière assez caricaturale les contours de ce qu'est ou doit être une famille à Paris. Se prêter au jeu de la formalisation de la « famille » comporte par essence un risque de stigmatisation de ceux qui ne rentreraient pas dans ce cadre restrictif. Depuis le mariage pour tous, de manière légale, la famille ne correspond pas nécessairement au modèle défini ici. La manière de présenter naturellement les éléments de cette manière sous-tend une conception très précise et assez traditionnelle. Le concept de famille est donc

entendu ici au sens d'une institution qui doit réguler naturellement la société. En sciences sociales, la définition de la famille varie selon l'approche retenue : pour les statisticiens et d'après le sens courant, la famille est un ensemble de personnes unies par un lien de parenté, qu'il soit de filiation ou d'alliance. Pour les anthropologues la famille a un fondement social. Dans la mesure où sa structure et son fonctionnement obéissent à un ensemble de règles sociales, elle constitue une institution dont le mariage reste le fondement (Le Gall, Bettahar, 2001).

Le deuxième argument est la réhabilitation du terme « famille ». Ce dernier est mal connoté depuis des années alors qu'il est selon elle, naturel et porteur de valeurs.

« La deuxième chose, c'est que le mot 'famille' depuis un certain nombre de décennies a pris une connotation de plus en plus négative, curieusement, des raisons politiques notamment. On en a fait quelque chose de poussiéreux et de ringard. Ce qui est fort dommage, car en réalité on s'aperçoit que les gens qui sont très équilibrés ont eu la chance d'avoir une vie familiale agréable et stable. Alors après, il peut se passer des tas de choses dans une famille. Mais il faut quand même garder ces moments, c'est vraiment fondamental. Il ne faut pas laisser s'éparpiller ces moments, pour se construire quand on est jeune, c'est de là que l'on tire ses racines. Donc c'était là aussi l'idée, de mettre à l'honneur la "famille" qui depuis quelque temps était mal vue. » Edmée de Catuelan, présidente de Famillathlon. Extrait d'entretien du 7 octobre 2014.

Le dernier argument avancé par Edmée De Catuélan est le rôle du sport dans la poursuite de l'objectif de la création d'une cohésion familiale. Le sport est un outil pour une autre finalité. Ce *verbatim* expose cela.

« Troisièmement, il s'agit d'encourager le sport en famille. Alors pas tous bien sûr car il y a des sports qui sont très individuels. Certains sports demandent une énergie et des muscles que l'on n'a pas tout au long de sa vie. Par contre et pour un certain nombre de sports, on peut très bien pratiquer ensemble... le vélo, cyclotourisme, la randonnée, le tennis, le ping-pong, même le badminton, il y a plein de sports qui sont tout à fait praticables à condition de ne pas faire de la compétition bien évidemment. Il s'agit d'activités physiques. L'autre objectif, c'est de faire connaître aux gens les sports, sur cet événement. Cela existe, ce n'est pas loin de chez vous. » Edmée de Catuelan, présidente de Famillathlon. Extrait d'entretien du 7 octobre 2014.

La famille est une des notions historiques centrales dans les discours des penseurs de droite (Dupâquier, Fauve-Chamoux, 1972). Plus récemment, un article de *Valeurs Actuelles*⁸⁰ évoque une certaine inhibition sur ces questions qui contribue à relancer le débat au sein de la droite politique dans les années 2010. Le texte encourage la droite à reprendre la main pour ne pas paraître « dépassée » : *« Il faut briser quelques tabous et proposer des initiatives crédibles et audacieuses, fidèles à nos valeurs mais ouvertes et innovantes »*. De manière générale cette reprise en main consiste, sur les questions de famille, à quitter le théorique pour revenir aux problèmes du quotidien (Blandin, 2011). Cette proposition prend tout son sens dans le cadre d'un événement tel que le Famillathlon, qui, construit sur la base d'une idéologie assumée, tend progressivement au fil des ans à se démarquer de ces empreintes en s'affirmant apolitique. C'est justement la volonté d'Edmée de Catuelan que de laisser

⁸⁰ « Travail dominical, politique familiale, place des religions, fin de vie... le plan de bataille de l'UMP » (2009).

cette connotation de côté, cette étiquette aux nombreux soubassements théoriques. Il s'agit néanmoins de reprendre le concept de manière pragmatique, en relation avec les besoins quotidiens et directs des gens.

« Pour reprendre la main, fixons nous-mêmes l'agenda sur les questions de société, en partant des problèmes que vivent la majorité des Français au quotidien et avançons ensuite nos propres propositions. Délaissons les questions symboliques qui ne correspondent pas aux attentes majoritaires de l'opinion, ni aux enjeux les plus préoccupants pour notre pays. » Jean-François Copé dans Valeurs actuelles, jeudi 28 mai 2009, n° 3783.

Le « Famillathlon », événement de proximité, ancré et mobilisant les arrondissements aisés⁸¹ de l'Ouest parisien est une initiative qui s'inscrit parfaitement dans cette volonté. C'est une émanation de la « famille » entendue de manière pragmatique et intégrée de manière innovante dans le quotidien des parisiens. Le *verbatim* ci-dessous illustre la manière dont le mouvement sportif a bien appréhendé l'événement de cette manière-là : par le prisme sportif.

« L'intérêt de cet événement c'était cela : le sport dans un premier temps c'est une question de loisir, de plaisir, de santé, de rencontre sociale. C'est cela au départ. On n'est pas champion de haut niveau comme cela. Et pourtant je suis dans le comité olympique, on a besoin de faire attention à cela. Pour moi le Famillathlon c'était : partageons autre chose qu'une vie quotidienne. Partageons le plaisir d'être ensemble pour faire du sport, partageons l'envie de faire du sport avec ses enfants, c'est un moyen de s'apprécier en famille. Donc c'est lié à l'amont, derrière si l'on se pose cette question de faire du sport en famille, qu'est-ce que l'on va pouvoir faire... on va peut-être s'inscrire dans un club pour être sur le pont toutes les semaines. C'est bien. » Evelyne Ciriegi, présidente du comité régional olympique et sportif d'Île-de-France (CROSIF), présidente de l'association « Sport 7 ». Extrait d'entretien du 27 mars 2015.

Beaucoup d'acteurs, selon leurs approches et leurs champs, aimeraient que l'événement, par son emplacement et sa fréquentation croissante, ait une connotation plus sportive ou plus sociale. Dans le même temps, on peut imaginer que le format actuel vient compléter une offre de club qui ne permet pas forcément la pratique sportive en famille. Toutefois, le projet structuré autour de cette notion « famille » renvoie à une idéologie qui n'est pas forcément celle de la ville de Paris. L'animation de la journée par Frigide Barjot en 2013 fait aussi écho à un courant traditionaliste plaçant la famille et la religion au centre de la société. Ces symboles véhiculent un imaginaire qui nourrit ensuite les stéréotypes sur l'événement qui n'est, pour sa majeure partie, qu'une démonstration de sports. Mais çà et là, des stands exposent des messages marqués politiquement : l'association des familles catholiques de France par exemple génère des réticences auprès d'un mouvement sportif associatif, établi sur une conception laïque de la société. Ces messages ont-ils un intérêt si l'objectif premier est la pratique du sport ? À l'inverse, le sport, par le consensus dont il fait l'objet dans la société est-il un moyen pertinent d'attirer l'attention de manière discrète sur ces idées ? Ces deux questions, volontairement excessives dans leur formulation ont au moins l'intérêt de présenter la réelle controverse qui sous-tend la tenue de cet événement chaque année. C'est aussi et surtout ce qui en limite sa portée.

⁸¹ Sur la base du revenu par habitants consulté sur <http://www.kelquartier.com/qui-sommes-nous.html> en mars 2015.

Dès lors, il semble difficile pour Paris de soutenir ce projet qui porte et défend une image de la « famille traditionnelle » alors même qu'elle organise aussi des projets comme la « Gay Pride » ou les 10^e « Gay Games » en 2018. C'est la raison pour laquelle la ville de Paris envoie ses élus le jour de l'événement (Jean Vuillermoz, Jean-François Martins, Anne Hidalgo) mais ne le soutient pas au-delà d'un prêt de barrières et de sono. Par voie de conséquence, la direction Jeunesse et Sport (DJS) est totalement déconnectée de cet événement. Le chef des sports de la circonscription Ouest, Julien Girinon, dont le bureau est situé dans le gymnase du complexe sportif Emile Anthoine, à proximité du Champ de Mars, n'était même pas au fait de l'existence de l'événement en 2014. À notre surprise, nous l'avons rencontré fin septembre (une semaine après la 9^{ème} édition du Famillathlon) et l'avons informé de l'existence du dispositif. Bien que les missions des acteurs soient différentes, cette constatation nous amène une fois de plus à nous questionner autour de l'atomicité du sport à Paris.

L'événement est donc intéressant pour le mouvement sportif en étant une vitrine à moindre coût. Il peut permettre la découverte de certaines disciplines sportives mais la portée de ces impacts reste négligeable car très isolée. Il est un moyen de créer des partenariats inattendus en étant une plate-forme de rencontre entre acteurs sociaux et sportifs. Cependant, en étant très ancré dans l'ouest parisien, l'événement n'induit pas de mixité sociale (nous y reviendrons dans le chapitre 6). Il participe d'une certaine manière à un « entre soi » utilisant le sport comme outil alimentant un concept « famille » très connoté politiquement et que la droite française s'est réappropriée justement depuis le milieu des années 2000. Toutefois, l'évolution de l'événement ces dernières années tendrait selon les divers acteurs rencontrés à délaisser cette dimension pour s'ouvrir de plus en plus au mouvement sportif.

Ce cas semble indiquer que la force des contextes locaux donnant vie à des dynamiques par l'intermédiaire de projets événementiels sportifs semble s'atténuer lorsque l'implication politique est trop visible. Le cas du « Famillathlon » permet d'aller encore en plus loin dans l'analyse de cette dimension. En effet le soutien de Jean-François Lamour et Serge Mercier (président des OMS de Paris) politiquement identifiés à droite, est clairement à la base de la création du projet. L'événement n'aurait pas obtenu l'agrément sport ni les subventions afférentes sans leurs concours. Ici, l'association a même bénéficié d'une assise financière et de l'usufruit d'un espace symboliquement très attractif. À sa création, elle a profité de conditions très favorables, rares pour un événement à Paris. La mairie reçoit tous les mois des propositions événementielles sur les grandes places, parvis de l'Hôtel de ville ou Champ de Mars. L'obtention de l'autorisation sur un espace aussi sollicité n'est pas courante. Par la suite, les organisatrices ont su progressivement attirer l'attention du mouvement sportif qui est de plus en plus présent.

Le soutien de la droite à cet événement a généré des réticences du côté du parti socialiste qui gouverne la mairie de Paris depuis 2001. Nous avons donc observé ici des blocages systématiques et des *a priori* négatifs sur la base des colorations politiques des acteurs qui peuvent être amenés à collaborer. On peut mentionner tour à tour des membres de la DJS et du mouvement olympique local qui n'ont pas cherché à développer de partenariat pérenne. Certains acteurs rencontrés ont eu des mots durs à l'encontre du « Famillathlon », évoquant un « événement de propagande ». À la croisée de ces réactions un peu manichéennes, d'autres acteurs tentent de prendre du recul et de soutenir ce qui profite concrètement aux

parisiens. C'est l'intérêt général et l'action de proximité qui doivent prévaloir pour les organisatrices au-delà des positions sur l'échiquier politique. Ce bipartisme est un frein à la mise en réseau. Pour tous les acteurs, c'est la perception, sur la base de référentiels personnels, de contacts plus ou moins directs avec les porteurs de projet qui va en réalité influencer la teneur des relations futures. La couleur politique est donc un atout pour permettre, au gré de l'alternance politique, d'avoir accès à certaines ressources. Cette vision de court terme est supplantée par une considération à plus long terme qui nous amène à constater que certaines questions par nature transversales ne sont pas traitées de manière collégiale. Le projet semble cristalliser cette tension politique autour de la notion de famille.

« C'est vrai que la ville de Paris ne s'y retrouve pas vraiment. Alors il ne faut pas me prêter des intentions que je n'ai pas car c'est ce que je ressens je ne l'ai jamais entendu. Mais je pense que la mairie ne cautionne pas le Famillathlon, qui aurait une connotation politique évidente. Alors que 'Sentez-Vous Sport' c'est vraiment le CNOSF, c'est institutionnel. » Evelyne Ciriegi, présidente du comité régional olympique et sportif d'Ile-de-France (CROSIF), présidente de l'association « Sport 7 ». Extrait d'entretien du 27 mars 2015.

Il ne s'agit pas d'argumenter ici sur le fait qu'il n'y ait aucune aspiration politique à aucun niveau. Au contraire, nous en avons dressé les contours en essayant d'expliquer que, bien que présentes, il ne fallait pas les surestimer. Nous constatons surtout que, si elles ont permis la création de l'événement et son existence aujourd'hui, elles constituent en corollaire un frein aux dynamiques locales que le « Famillathlon » pourrait insuffler. L'évolution de plus en plus sportive de l'événement qui a fêté ces 10 ans en 2016 tend à illustrer le fait que progressivement, les acteurs sortent de ce bipartisme vecteur d'inertie au niveau local. Toutefois, la centralité du concept familial semble être un frein à la croissance du projet à Paris consacrant la mise en réseau restreinte du « Famillathlon ».

« Famillathlon »	
Impulseur Association Famillathlon	Indifférent
Facilitateurs État (CNDS) UNAF Mairie du 7 ^e	Ralentisseur Mairie de Paris
Contributeurs CROSIF Prestataires (fédérations, ligues, associations culturelles, familiales, centres sociaux) Partenaires et sponsors	

Tableau 30 : les fonctions des différents acteurs dans la synergie limitée, initiée par le « Famillathlon »

4.1.2 Le cas de « Femmes en Sport » : l'instabilité de l'événement municipal

« Femmes en sport » est un autre exemple présentant le cas d'une synergie limitée. Le dispositif événementiel municipal permet la mise en congruence d'acteurs au moment de l'organisation de l'événement. Seulement, le manque de stratégie à moyen terme cantonne cette synergie aux limites de sa temporalité : une journée. Pourtant, l'événement a connu de nombreuses évolutions, avec en particulier une structure organisationnelle constamment remaniée.

Le conseil de la jeunesse du 18^e arrondissement de Paris et sa commission sport sont à l'initiative d'une action événementielle à destination des femmes en 2001. Cette instance de démocratie participative est rattachée au Conseil Parisien de la Jeunesse. À Paris, chacun des conseils de jeunesse d'arrondissement dispose d'un fonctionnaire municipal dédié à l'animation dudit conseil et des projets qui découlent du travail produit par les participants. Le principe est simple : des jeunes de 15 à 30 ans discutent sur des thèmes de la citoyenneté puis proposent des projets au conseil d'arrondissement qui va les soumettre ensuite au conseil de Paris. Concrètement ces jeunes émettent des vœux qui peuvent être repris dans le champ sportif par les techniciens de la direction Jeunesse et Sport (DJS) avec l'aval de la mairie de Paris. Selon Koebel (1998, 1999), ces conseils de jeunes sont un moyen de promouvoir une image idéalisée de la politique. Ils ont une portée stratégique pour les élus et permettent de lutter contre un déficit démocratique au niveau local.

Pour le 18^e arrondissement le vœu qui avait été émis en 2000 était une action événementielle sportive à destination des jeunes filles. Les propositions issues des premières réflexions sur ce thème convergeaient régulièrement vers la journée internationale des luttes pour les droits des femmes qui se déroule en mars. Un événement sportif féminin est donc organisé au centre sportif des Fillettes (18^e) en 2001. Il s'agit d'une animation sportive gratuite visant à faire venir des filles de l'arrondissement. Jusqu'en 2004, l'événement toujours porté par la DJS, restera dans le 18^e. Progressivement, il attire de plus en plus de jeunes filles de toute la capitale grâce aux centres de loisirs. 2005 est une année de « jachère » car aucun événement sportif lié à la pratique sportive féminine à Paris n'est organisé par la municipalité. Cette année correspond en réalité à une période de structuration importante de la filière sportive.

La municipalité parisienne se dote en 2006 de nouveaux moyens humains (6 conseillers, 13 éducateurs et 52 opérateurs), complétant les effectifs des agents de terrain qui avaient déjà été renforcés de 202 emplois depuis 2001. Lors de son discours du 15 mai 2006, le maire de Paris, Bertrand Delanoë annonce les trois éléments de la politique sportive pour sa mandature :

- La création de nouveaux équipements sportifs et la modernisation du patrimoine pour en améliorer l'usage.
- Le soutien résolu au mouvement sportif et à l'animation sportive par un service public modernisé.
- Un partenariat exigeant avec le sport de haut niveau pour conforter le rayonnement sportif international de Paris.

En étudiant le deuxième point dans le programme il est bien fait mention de la politique sportive féminine. Trois axes sont avancés sur ce volet :

- Le soutien municipal des clubs, aidés pour la création de sections féminines par le biais de conventions d'objectifs (création d'un club de volley-ball féminin, le Stade Français Saint Cloud).
- L'organisation de manifestations d'envergure du sport féminin (championnat du monde de hand-ball en 2007 ou la course « La Parisienne » qui connaît un succès grandissant avec quelques 10.000 participantes en 2006)
- « Sport Pour Toutes » qui a été créée dans le cadre de la Journée Internationale des Femmes pour initier un maximum de jeunes filles au sport, avec près de 1.000 participantes en 2006.

De 2006 à 2009, le format de l'événement devient plus ambitieux. Les opérateurs et éducateurs des activités physiques et sportives sont mobilisés. L'événement, proposé sur une journée de mars autour de la journée internationale de lutte pour les droits des femmes, devient donc « Sport pour Toutes ». Il se déroule sur 4 places parisiennes réparties sur les 4 circonscriptions d'aujourd'hui : Nord, Sud, Est et Ouest. L'événement municipal sort du 18^e arrondissement pour être territorialisé en associant les mairies d'arrondissement, les offices pour le Mouvement Sportif (à l'époque encore appelés les offices municipaux du sport) et les responsables de secteur. L'événement sportif formalise désormais l'action politique en occupant une place centrale dans le programme d'action publique.

4.1.2.1 Un événement unique délégué par un partenariat public/privé (2009/2010)

En 2009, la DJS et sa mission de Développement des Pratiques Sportives (MDPS) en charge de l'application des axes politiques fixés par les décideurs municipaux s'accordent pour dire qu'il est nécessaire de donner plus de visibilité à « Sport pour Toutes ». L'événement n'est encore qu'un « simple événement de proximité »⁸² aux différents endroits où il est implanté, malgré son ambitieux dispositif. De plus, l'événement ainsi déconcentré mobilise beaucoup d'agents et se retrouve dilué dans l'effervescence parisienne quotidienne. Les acteurs publics décident alors de passer à un seul grand événement parisien, toujours au mois de mars : « Femmes en Sport ». Autre changement majeur, son organisation est désormais externalisée. Le schéma ci-dessous présente la gouvernance de l'événement à la création.

⁸² Extrait d'entretien avec Philippe Saada, responsable circonscription Est de la Jeunesse, ancien membre de la mission de Développement des Pratiques Sportives à la DJS et à l'initiative des premiers événements sportifs féminins dans le 18^e arrondissement, le 19 septembre 2014.

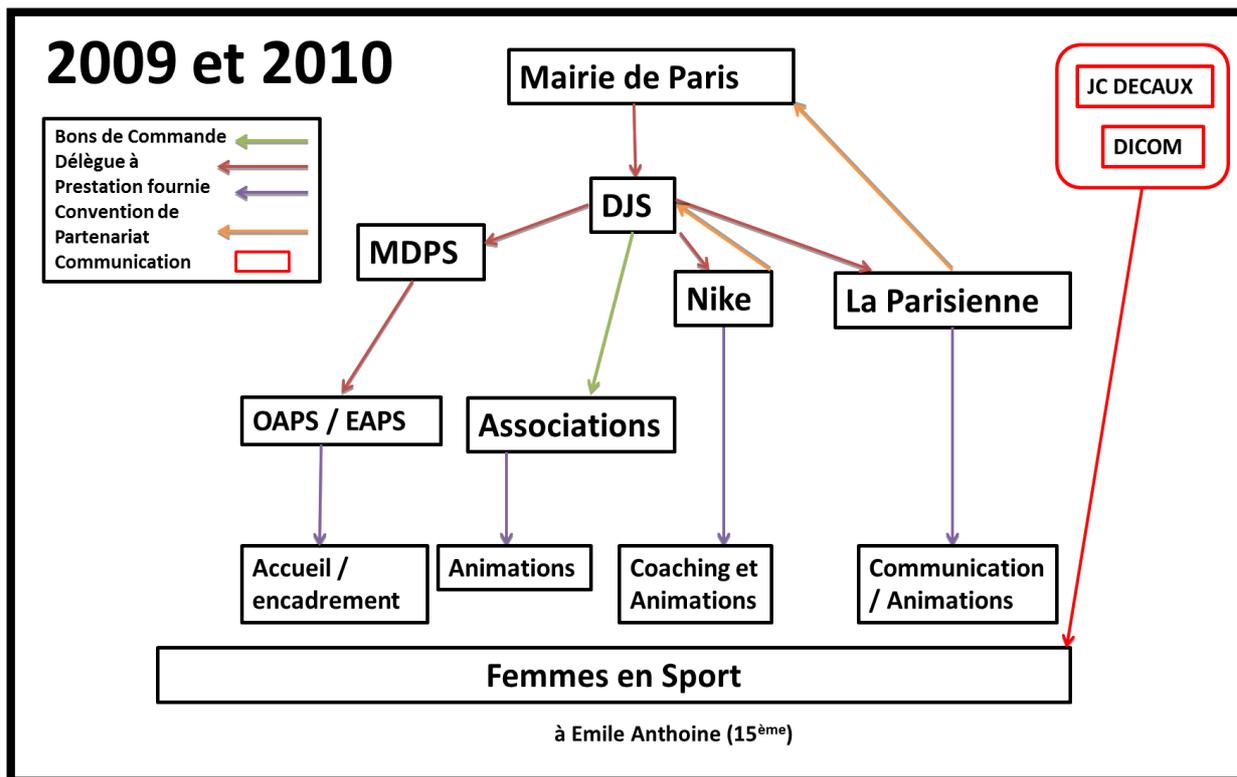


Figure 19 : schéma organisationnel de « Femmes en Sport » version 2009/2010

C'est la MDPS qui est chargée du développement de l'événement. Pour ce faire, un partenariat est passé avec « La Parisienne » comme nous l'avons évoqué lors de la synergie constructive. En contrepartie des subventions allouées par la mairie de Paris à la structure privée au début des années 2000 et de l'usufruit du Champ de Mars, la ville demande un appui logistique et promotionnel. Dès lors, pendant « Femmes en Sport », une grande partie du coaching est assurée par les entraîneurs de « La Parisienne » qui viennent faire bénéficier de leur expertise l'initiative publique. Ce partenariat est aussi le moyen de s'appuyer sur le fichier client de la première course féminine d'Europe qui, en 2009, compte déjà plus de 25 000 participantes. Ainsi, le public fut un temps essentiellement le même que celui de « La Parisienne ». La MDPS devait donc composer avec des femmes pour la plupart déjà pratiquantes et/ou habituées à la pratique sportive. La communication sur les dispositifs municipaux pouvait se faire malgré tout, mais l'idée première d'utiliser l'événement comme déclencheur de pratique n'était pas forcément réalisée, ni même réalisable dans les faits en se reposant autant sur « La Parisienne ». Ce partenariat est intéressant car il expose bien la notion d'interaction : « La Parisienne » et la mairie de Paris ont un intérêt commun à agir de concert pour le développement respectif de leurs initiatives. Toutefois, le public des deux projets n'est pas forcément similaire et l'objectif de mobiliser les femmes qui ne pratiquent pas le sport en pâtit.

Le second partenariat contracté avec la marque Nike vise à déléguer l'animation et le coaching à l'équipementier américain. Les animateurs et agents de la ville de Paris ne sont là que pour assurer l'accueil des participantes. La MDPS fait appel à des associations payées en bons de commande pour assurer une diversité dans les activités et compléter celles proposées par « La Parisienne » et Nike. La mission des Grands Stades et de l'Événementiel ainsi que la mairie de Paris ne sont associées que pour la logistique. Symboliquement, il est

décidé que l'événement se tienne aux abords de la tour Eiffel, au centre sportif Emile Anthoine (15^e).

L'événement devient l'élément de visibilité d'un dispositif plus général. Il s'insère dans un programme d'action annuel comprenant une déclinaison en appel à projets, que les « Trophées Femmes et Sport » remis au moment de l'événement viennent récompenser. L'année devient donc rythmée à la fois par l'élaboration de l'appel à projets destinés au mouvement sportif, par la remise des trophées et par l'événement. Le mouvement sportif est seulement associé aux délibérations des jurys pour valoriser ensuite les associations et dirigeantes lauréates sur des actions développant le sport féminin.

4.1.2.2 Un événement construisant sa propre identité : le retour du mouvement sportif (2011/2014)

Nike décide de se retirer juste avant l'édition 2011. L'événement n'est plus vraiment en phase avec les attentes de la marque. En effet, la DJS s'intéresse à toutes les femmes, y compris et surtout, les non-sportives. La DJS se retrouve donc dans l'urgence avec un manque de moyens humains. C'est la filière sportive qui sera (re)mobilisée pour assurer la pérennité de l'événement.

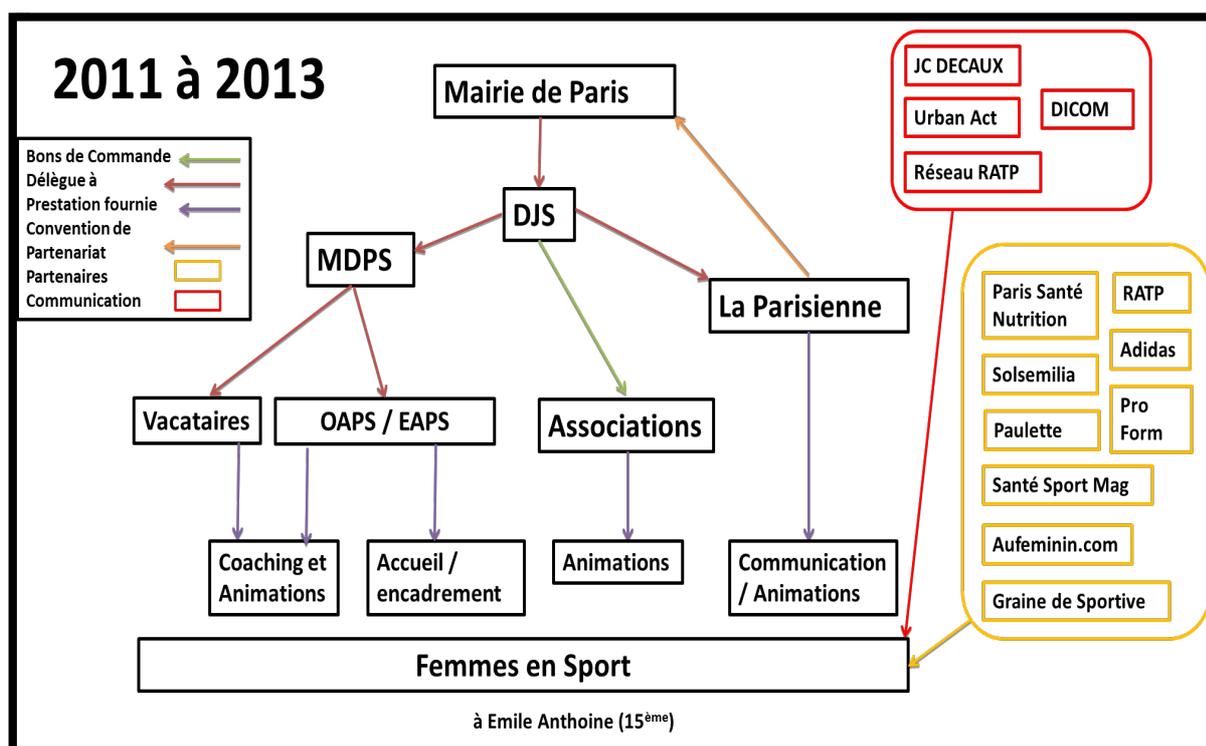


Figure 20 : schéma organisationnel de « Femmes en Sport » de 2011 à 2013

Cette formule sera la même les années suivantes sauf en 2014 où la date et la localisation changent pour « redynamiser le projet événementiel »⁸³ selon les termes des acteurs. Suite à la déconcentration souhaitée par la mairie de Paris, les circonscriptions sportives (au nombre de quatre) deviennent de plus en plus autonomes sur leur territoire. Le conseiller à

⁸³ Extrait d'entretien du 17 octobre 2014 avec Julien Girinon, conseiller à la Vie Sportive, circonscription Ouest, mairie de Paris. Extrait d'entretien du 17 octobre 2014.

la vie sportive (CVS) de la circonscription Ouest se trouve donc de plus en plus investi sur un des principaux événements sportifs organisés par la ville de Paris à Suzanne Lenglen (15^e arrondissement). Il y a donc cette année-là un co-pilotage entre circonscription Ouest et MDPS : Julien Girinon (CVS) porte l'événement, Stéphane Heuzé (technicien de la MDPS) met en place les prestations.

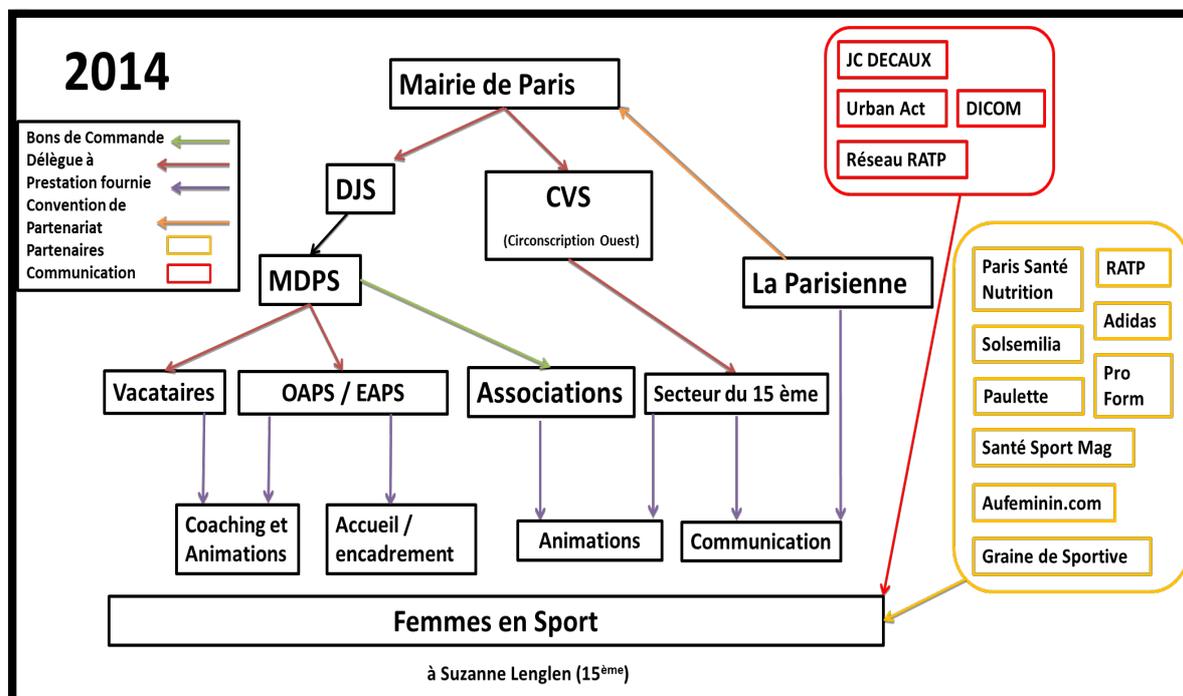


Figure 21 : schéma organisationnel de « Femmes en Sport »

En interne, l'événement est un moyen de mobiliser la filière sportive municipale autour d'un projet commun. En rencontrant de nombreux acteurs de la DJS et plus généralement du sport parisien, nous avons constaté parfois un certain délitement entre les différentes composantes. Les seuls moments où il peut y avoir du dialogue entre la jeunesse et les sports, entre la MDPS et la circonscription Ouest sont permis grâce au projet événementiel porté en commun. Généralement, ces composantes suivent leurs propres chemins au sein duquel ils n'éprouvent presque jamais la nécessité d'intégrer une autre direction dans la réflexion, ni même de dialoguer, selon certains acteurs avec lesquels nous avons pu échanger. Dès lors, c'est dans la conduite de ces projets que peuvent se créer les dynamiques internes aux équipes et une synergie pouvant nourrir une réflexion plus riche, voire des résultats insoupçonnés. Enfin, c'est un moyen de mettre en lumière les équipes qui font un travail de médiation dans l'ombre au quotidien.

« Il s'agit de fédérer les équipes. Un événement, c'est chercher des partenaires, s'ouvrir, décloisonner mais aussi mettre des équipes dans un besoin de visibilité, car ils faisaient des actions de médiation, toujours un travail invisible. » Philippe Saada, responsable circonscription Est de la Jeunesse, ancien membre de la mission de Développement des Pratiques Sportives à la DJS et à l'initiative des premiers événements sportifs féminins dans le 18^e arrondissement, extrait d'entretien du 19 septembre 2014.

À ces égards, l'événementiel est primordial et « Femmes en Sport » en est un bel exemple. De plus, dans la première partie de l'existence de l'événement, les animations et activités

étaient presque exclusivement déléguées (cf. schémas organisationnels). Mais en 2011, la MDPS a mobilisé les opérateurs et éducateurs des activités physiques et sportives (OAPS et EAPS) pour assurer le fonctionnement et la pérennité de l'événement. À partir de ce moment, l'événement a réellement été organisé par la « filière sportive » municipale parisienne. Son concept était toujours aussi mobilisateur pour les associations sportives voulant s'investir dans le développement du sport féminin. Toutefois, ce dynamisme interactionnel qui s'observe en interne et en externe est mis à mal par les évolutions liées aux différentes mandatures.

4.1.2.3 Depuis 2015 : la déconcentration

Le changement de mandature et l'arrivée de Jean-François Martins s'accompagnent d'une réorientation du projet événementiel. Ce sont les mairies d'arrondissement, les offices pour le Mouvement Sportif et les clubs de proximité qui sont mobilisés. Pour ce qui est du jeu des acteurs, il est intéressant de noter que cette nouvelle formule s'appuie sur les réseaux locaux déjà existants. Il ne se tient plus en un seul lieu, mais est décliné sur 9 sites parisiens, que ce soit des équipements dédiés ou des espaces publics. Chaque mairie d'arrondissement et OMS se réapproprient l'événement afin de mobiliser les acteurs locaux. Après avoir rencontré les acteurs et visité trois des neuf sites le 26 septembre 2015 nous avons constaté de réelles disparités⁸⁴. Certains lieux sont fréquentés comme la place des Fêtes dans le 19^e arrondissement, où une dizaine d'associations ou de ligues sportives animent l'espace. En échangeant avec une représentante de la ligue de sport de combat, nous apprenons que c'est bien par l'intermédiaire de l'OMS et de la mairie d'arrondissement que le partenariat est établi. Ce site présente donc un exemple réussi d'une déclinaison locale de mise en réseau des acteurs de proximité, à travers des interactions formalisées par l'événement sportif. Même si celles-ci ne dépassent pas le cadre de l'événement, elles ont au moins le mérite de mobiliser un temps les acteurs de proximité. Que ces interactions contribuent à alimenter des relations pérennes, ou qu'elles soient naissantes, l'événement est dans ce cas un moyen de mobiliser ce terreau de proximité et les différents acteurs de la vie sociale qui la compose.

Cette dynamique vertueuse que nous avons pu observer sur cette place n'est pas apparue partout. Au centre sportif Elizabeth, dans le 14^e arrondissement, le dispositif est un échec. Il n'y a pas eu de réappropriation locale du projet par l'OMS et les acteurs de proximité. Un manque de communication au sujet de l'événement s'est aussi fait ressentir selon les acteurs rencontrés⁸⁵. Ce fut surtout en raison de l'annulation en premier lieu de l'événement au mois de juin 2015 pour cause de canicule. Le déplacement au dernier week-end de septembre (validation politique fin août) a empêché certains réseaux d'acteurs de se développer. Dès lors, les équipements dédiés ne disposant pas d'ouverture sur une voie publique passante, ont été désertés. Les aléas et les écueils à la mise en réseau peuvent donc être nombreux et parfois insoupçonnés.

Le cas de « Femmes en Sport » présente des mises en réseau différentes selon ses concepts et ses éditions. Celle de 2015, plus ambitieuse en s'appuyant sur les acteurs de proximité, révèle donc le caractère aléatoire de la mise en réseau au niveau micro. La figure ci-après reconstitue les différentes phases de l'événement d'un point de vue historique.

⁸⁴ Cf. la note d'observation dans le chapitre 2.

⁸⁵ Romain Gron, responsable des animations sportives dans le 14^e arrondissement.

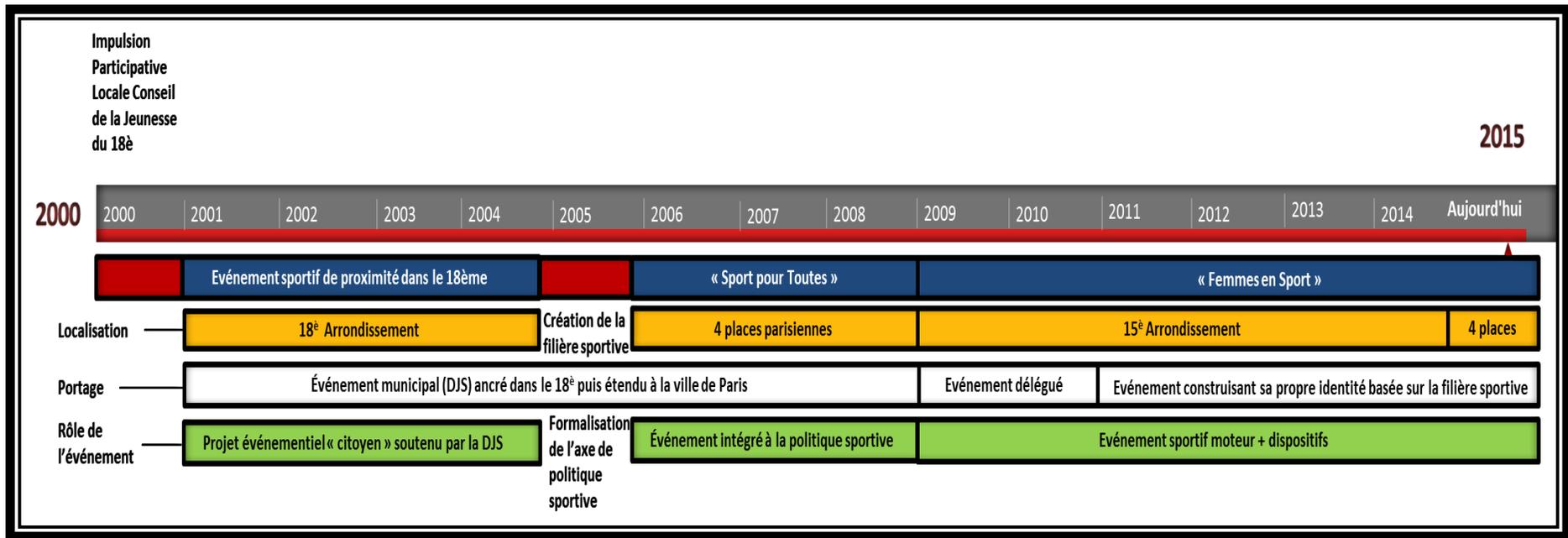


Figure 22 : frise historique synthétique de « Femmes en Sport »

4.1.2.4 Le calendrier politique comme limite à la mise en réseau

« Femmes en sport », en tant qu'objet d'une politique sportive est soumis aux volontés politiques. À cet égard, son concept et sa gouvernance sont revus chaque année depuis 2007 (Bourbillères, Evrard, Charrier, 2015). L'analyse du cas nous montre que l'existence d'un projet commun au niveau de la ville de Paris, aussi volontaire soit-il dans son ambition de mobiliser les acteurs locaux, n'est en aucun cas l'assurance d'en être le moteur. Cette observation nous paraît valable du moins dans la mesure où il n'y a pas une volonté opérationnelle de la part des organisateurs d'œuvrer en dépassant le cadre du projet événementiel. Quel que soit le concept de l'événement, sa gouvernance, nous constatons des mises en réseau aléatoires, qui, même lorsqu'elles s'établissent, n'ont qu'une portée très limitée dans le temps et dans l'espace. Ce constat renvoie de manière plus générale aux freins qui ralentissent le développement du sport féminin (Bourdieu, 1998 ; Defrance, 2012). Parmi ceux-ci nous pouvons mentionner la représentation du corps féminin (Boltansky, 1971 ; Louveau, 1981, 2004 ; Pociello, 1983), les temps de travail et de loisir (Irlinger, Louveau, Métoudi, 1988) ou encore le déficit de médiatisation (Lemieux, 2002). On observe également une sous-représentation des femmes dans les instances dirigeantes des organisations sportives (Chimot, 2004 ; Vieille-Marchiset, 2004). Un projet événementiel, même ambitieux ne semble pas pouvoir être une réponse pérenne à ces problématiques. Nous en avons observé deux : l'un à dimension commerciale qui s'appuie sur la sphère privée marchande pour atteindre les femmes qui pratiquent déjà en majorité ; l'autre impulsée par l'acteur public qui cherche à convaincre les non-pratiquantes.

Inversement au lieu commun laissant penser que les événements municipaux sont tous créés par l'acteur public, cet exemple illustre le cas d'un événement sportif formalisant un axe de politique sportive. En effet, si dès 2006, l'événement (alors « Sport pour Toutes ») est inséré dans le programme de la mandature, c'est, bien sûr par l'héritage de l'impulsion participative locale de 2000 qu'il a acquis sa légitimité. Tous les événements ne sont pas forcément inscrits d'entrée de jeu dans une politique, ils peuvent être liés à une impulsion locale lorsque la démocratie participative est en marche. Il reste que cette intégration, sans mise en place de programme afférent à l'événement, ne suffit pas à générer une mise en réseau. Autrement dit, l'événement seul n'est pas suffisant pour créer une mise en synergie vertueuse, c'est-à-dire qui permettrait de créer des partenariats en dehors de ceux inhérents à l'événement sportif.

Cela ne génère pas de partenariats pérennes entre les acteurs de proximité en faveur de la pratique sportive féminine. Nous observons une non-diffusion de cette mise en réseau initiée dans un premier temps à l'échelle municipale, puis depuis 2015 au niveau local. Ces mises en réseau sont donc également restreintes au niveau spatial. Finalement, l'événement n'aura pas vraiment été plus qu'une vitrine puisqu'il n'y a pas de réelles offres de pratiques municipales s'appuyant sur le mouvement sportif qui découlent de l'événement.

« En fait je pense que ce n'est pas très compliqué de faire un événement comme cela et de le réussir avec quelques bons facteurs. Ce qui est compliqué c'est de le descendre et de le concrétiser dans l'offre sportive. Cela reste un événement vitrine, sympathique, auquel les agents et éducateurs de la ville sont contents de participer, quelques associations et quelques opérateurs privés sont contents de participer...Cela ne va pas plus loin. ». Julien Girinon,

conseiller à la Vie Sportive, circonscription Ouest, mairie de Paris. Extrait d'entretien du 17 octobre 2014.

Finalement, ce cas montre comment les politiques publiques se réapproprient une impulsion participative locale et comment elles tentent de (re)créer une dynamique locale grâce à l'événement. Pour parvenir à cela, le cas semble supposer la nécessité d'impliquer fortement le mouvement sportif ainsi que de créer de la cohésion entre les acteurs publics et entre les acteurs publics et associatifs. Il apparaît donc que la municipalité reprenant l'événement sans s'appuyer sur le mouvement sportif perd son objectif de départ.

En outre, en observant la dernière version de l'événement en 2015, il s'avère que la mise en réseau s'opère sur certains territoires comme le 19^e arrondissement (cf. notes d'observation). Toutefois, cette dynamique reste soumise au volontarisme des acteurs locaux qui, en dehors de ce projet sont habitués à travailler ensemble. Dans ce contexte, l'événement « Femmes en Sport » devient alors un projet supplémentaire qui vient nourrir ce réseau de relations qui vit par ailleurs (mairie d'arrondissement, Espace 19, OMS 19, etc.). Sur d'autres territoires comme le 14^e arrondissement, le projet événementiel ne crée aucune nouvelle relation entre acteurs de proximité. En cela, nous considérons que la synergie induite par l'événement à l'échelle parisienne reste limitée.

On voit donc que c'est bien par une analyse du contexte au niveau local que l'on peut comprendre la manière dont les processus vont s'opérer. Ainsi, l'équilibre sera plus ou moins stable selon la conjoncture et le contexte. Callède et Dané (1991), identifient des modèles faisant apparaître des rapports de forces. Ceux-ci, à la faveur de l'intérêt commun qu'ils trouvent dans la concrétisation de l'événement, se réajusteront à la faveur d'une action en dehors de la relation normalisée. Par exemple, l'événement « Femmes en Sport » a pâti du départ précipité de l'équipementier Nike en 2011 alors qu'il était en charge du coaching et d'un grand nombre d'animations pendant l'événement. La DJS se retrouve donc dans l'urgence à 15 jours de l'événement avec un manque de moyens humains. C'est la filière sportive qui sera mobilisée pour assurer la tenue du projet. Apparaissent à cet instant quelques réticences syndicales notamment liées au fait que l'événement ne soit pas inscrit dans la fiche de poste des agents municipaux consultés. Finalement la MDPS⁸⁶ parvient à convaincre tout le monde de mettre le pied à l'étrier et pour la première fois la filière sportive municipale va s'impliquer réellement dans les animations de l'événement. C'est encore le cas en 2016.

Il s'agit d'un modèle « réajusté » car l'impulseur finira toujours par rétablir l'équilibre, que ce soit avec ou sans le contributeur (Callède, Dané, 1991). En l'occurrence, ce fut en mobilisant les acteurs de la filière sportive. Ces formes de structuration ou « configurations sociales » s'inscrivent dans une sociologie du développement sportif contemporain. Ces modèles sont « *des expérimentations mentales simplificatrices à l'aide desquels il est possible de relever le caractère inhérent aux relations d'interdépendances humaines* » (Elias, 1981). Les événements sportifs répondent de cela puisqu'ils présentent des interactions récurrentes qui transforment l'organisation en système d'action concret (Crozier, Friedberg, 1977). Selon nous, l'évolution de « Femmes en Sport » au cours des dix dernières années éclaire bien ces processus.

⁸⁶ Mission de Développement des Pratiques Sportives.

« Femmes en Sport »	
Impulseur Mairie de Paris	Indifférents Mouvement sportif olympique Fédérations et ligues
Facilitateur La Parisienne	Ralentisseur
Contributeurs Prestataires (associations sportives) Partenaires et sponsors Clubs privés (fitness et zumba)	

Tableau 31 : les fonctions des différents acteurs dans la mise en réseau initiée par « Femmes en Sport »

Synthèse de la synergie sporadique/limitée

La mise en réseau se traduisant par une synergie limitée présente les mêmes leviers que les précédentes synergies. En revanche, elle rencontre des « ralentisseurs » qui viennent limiter le développement de ces interactions dans le temps et dans l'espace. En effet certains acteurs (mouvement sportif olympique, fédérations, ligues, la ville de Paris) restent en dehors du réseau mobilisé par l'événement pour diverses raisons : manque de clarté du projet événementiel, « campanilisme politique », manque de moyens, perceptions différentes de la pratique sportive. Ce manque de volontarisme stratégique/politique se traduit par une mise en réseau qui crée des effets vertueux mais particulièrement limités. Généralement, cela ne dépasse pas le cadre du projet événementiel. Deux événements parmi notre échantillon nourrissent cette analyse. Le « Famillathlon » (manque de moyens humains et manque d'intérêt de la ville en raison d'une posture politique), et « Femmes en Sport » (manque de moyens financiers et de réflexion stratégique), l'un comme l'autre, ne restent qu'une fenêtre de visibilité très restreinte d'environ 48h. Ils ne concourent pas à l'émergence d'interactions vertueuses sur le long terme. Pour le premier, c'est l'acteur public et en particulier la ville de Paris qui fait office de ralentisseur. Pour le second, c'est le mouvement sportif de manière plus générale qui n'est pas intéressé. En conséquence, ces événements sont particulièrement soumis aux aléas auxquels doivent faire face les porteurs de projet : le « *turn-over* » chez les bénévoles (Gasparini, 1997 ; Barbusse, 2002) de l'association « Famillathlon » et les volontés politiques (Bayeux, Dupuis, 1994) chez les élus de la mairie de Paris.

Dans le cadre de ces jeux d'acteurs, il y a bien derrière ces actions un « arrière-plan » idéologique et des références symboliques (Chazel, 1983), qui vont structurer, à leur façon, l'action sociale. En effet, ils semblent que les acteurs agissent dans un cadre commun de références et de normes (Callède, Dané, 1991), par la nécessaire mise en commun de ressources différentes et complémentaires. C'est bien le cas du « Famillathlon » qui se construit autour d'une conception traditionnelle de la « famille ». Dès lors, l'interprétation par l'acteur, en l'occurrence l'organisateur, se fait à partir « *d'objets désignés et appréciés dans leur définition, ainsi que de significations acquises et de décisions prises au sein d'un espace social précis* » (Chazel, 1983). Cela nous invite à souligner l'importance du sens que donnent les acteurs à leurs actions, leurs motivations et les volontés qui les poussent à agir de la sorte (Musselin, 2005). Cela nous amène à envisager une nouvelle fois le comportement rationnel des acteurs. Dans le cas du « Famillathlon » comme de « Femmes en Sport », le comportement s'avère être axiologique (animé par des valeurs), instrumental (poussé par les intérêts des acteurs), cognitif (fondé sur les connaissances et les perceptions) et institutionnel (liée aux contraintes que fait peser l'institution). Ces multi modalités de la rationalité des acteurs confèrent une réelle complexité à l'analyse du phénomène puisque ces différentes composantes sont souvent entremêlées, aussi bien pour l'acteur lui-même que pour l'analyste (Musselin, 2005).

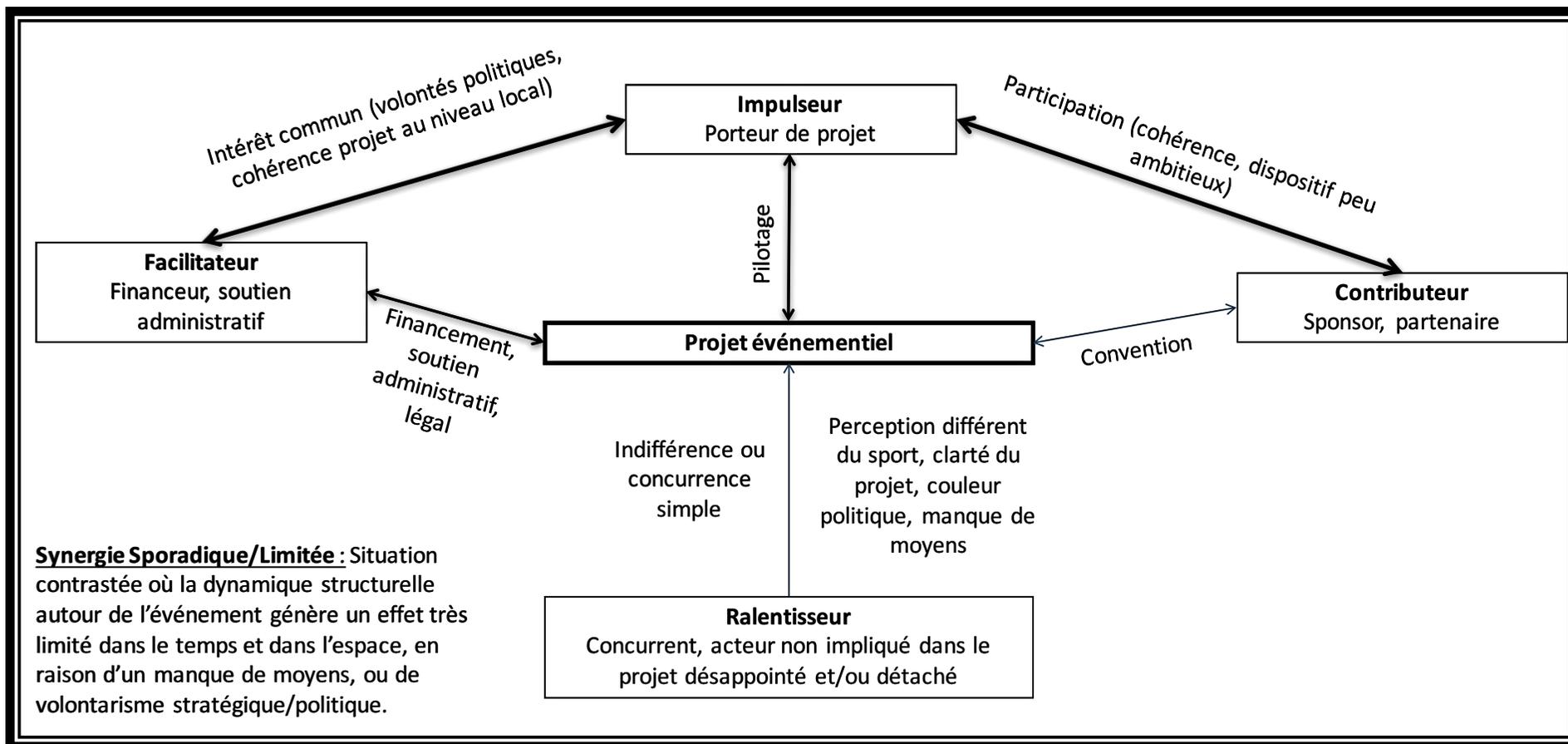


Figure 23 : le processus de mise en réseau se traduisant par une synergie limitée (sporadique)

4.2 La Déconnexion

Elle correspond à la dynamique organisationnelle dans laquelle le porteur de projet ne prend pas part à une mise en réseau pérenne basée sur des interactions. Dans cette situation, nous observons deux types de déconnexion. Soit le porteur de projet ne parvient pas à créer une structure organisationnelle par manque de volonté politique ou stratégique. Soit le porteur de projet ne se donne pas les moyens financiers pour y parvenir par manque de moyens ou par manque de concordance de facteurs favorables. Dans tous les cas, il y a un manque de volontés et des contraintes qui empêchent l'émergence d'interactions au-delà de l'organisation du projet. De son côté, l'événement en lui-même ne génère pas de nouvelles relations. Il n'est pas un moyen pour « l'impulseur » de créer une mise en réseau vertueuse, qui déboucherait sur des effets positifs ou sur des partenariats à moyen ou long terme. La dimension récurrente des événements ne modifie pas cette inertie, qui correspond à une forme d'immobilisme de la structure organisationnelle basée sur des interactions confinées à l'organisation ou des « non-interactions » conduisant à l'identification d'opportunités manquées. Les événements sportifs organisés dans le cadre du dispositif des « Berges de Seine » présentent ce type de mise en réseau.

4.2.1 La singularité du cas des « Berges de Seine »

Avant de détailler la manière dont les non-relations apparaissent, il nous semble intéressant de nous attarder sur la philosophie sportive du site. En effet, il s'agit d'un cas un peu singulier parmi les événements que nous avons sélectionnés. Ce n'est pas un événement à part entière mais plutôt une succession de petits événements. Cette étude de cas occupe une place à part dans la thèse qui se justifie à plusieurs égards.

C'est un dispositif très coûteux pour la mairie de Paris qui compte beaucoup sur cet aménagement pour donner une coloration au mandat d'Anne Hidalgo, en redéfinissant les usages d'un site inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO. Les événements sportifs viennent quant à eux questionner de manière directe la manière dont l'acteur public et le mouvement sportif abordent l'objet sportif dans l'espace urbain. En effet, l'enjeu sous-jacent est bien dans la définition de la pratique sportive en milieu urbain, le site étant d'ailleurs considéré comme un « *laboratoire* »⁸⁷. De plus, développer « *le sport en dehors des gymnases* »⁸⁸ devient une réponse politique dans un contexte de grande densité urbaine et de saturation des équipements sportifs. Observer ce qui se déroule sur ce site, notamment par le prisme de ses événements sportifs relève pour nous aussi d'une approche empirique un peu expérimentale qui s'accorde parfaitement avec les préceptes de la théorie ancrée. Cette confiance accordée au terrain révélera une extrême richesse du cas qui, par bien des

⁸⁷ Terme que l'on a entendu dans les discours de Pascal Cherki (député PS de la 11^e circonscription de Paris, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2001 à 2008, extrait d'entretien du 26 juin 2015.) et Armelle Gros (Secrétariat Général de la mairie de Paris, missions « Berges de Seine » et « Promotion Animation Valorisation et Expérimentation » (PAVEX), le 14 août 2015.

⁸⁸ Extrait d'entretien du 26 janvier 2015 avec Jean-François Martins, adjoint à la maire de Paris en charge des Sports et du Tourisme depuis mai 2014.

aspects, nous renseignent sur les dynamiques locales et les jeux d'acteurs autour du phénomène sportif⁸⁹.

4.2.1.1 La dimension sportive du site

Dans ce projet, il faut distinguer le sport de manière générale, entendu au sens de l'activité physique et les événements sportifs intégrés à la programmation annuelle du site, organisés par Artevia ou la mairie (20km de Paris par exemple). L'essence du projet est d'expérimenter sur un nouvel espace de cohabitation des usages, en milieu urbain. L'organisation du sport sur les berges de Seine est donc une réponse au fait social qu'il incarne. Ce dernier ne peut pas être occulté pour un dispositif transversal de ce type. Pour l'ancien maire adjoint au sport Pascal Cherki, le sport est un excellent moyen d'organiser le « vivre ensemble » de demain en milieu urbain⁹⁰. À cet égard il occupe une place importante parmi le triptyque thématique qui structure le projet aux côtés de la culture et de la nature.

« La question du sport... Paris ne dispose d'aucun espace de sport de plein air à l'exception d'un stade, les 27 stades sont sur la périphérie de Paris⁹¹. Cet endroit va permettre d'avoir des pratiques sportives de plein air qui ne nécessitent pas beaucoup d'infrastructures. ». Dominique Alba, directrice de l'atelier parisien d'urbanisme, interviewée sur France Culture le 20 mai 2012.

Ce serait un abus de dire que le site est un aménagement de proximité. D'un point de vue juridique, c'est une rue. Pourtant il est très ancré dans le 7^e arrondissement et vise à avoir ce rayonnement. Particulièrement du point de vue sportif. La majorité des joggeurs sont des gens qui y habitent ou qui y travaillent, d'après une enquête interne à laquelle nous n'avons pas eu accès en totalité. La volonté de la ville est aussi d'inciter les centres de loisirs parisiens à venir profiter du site. C'est un moyen d'assurer la fréquentation en semaine.

« La volonté d'expérimentation est bien de chercher à développer de nouveaux usages et de permettre aux parisiens de concevoir la manière dont ils souhaitent pratiquer le sport demain ». Extrait d'entretien avec Armelle Gros, Secrétaire Général de la mairie de Paris, missions « Berges de Seine » et « Promotion Animation Valorisation et Expérimentation » (PAVEX), le 14 août 2015.

Une des perspectives de développement à ce jour pour favoriser la dimension sportive du site est l'apparition d'un mobilier urbain « intelligent » permettant des usages multiples. De cette manière, de plus en plus d'éléments sur les berges seraient potentiellement un outil pour l'activité physique. En 2015, le site reste très segmenté entre la partie « sport » et « culture ». L'autre piste évoquée par le service municipal de valorisation des espaces urbains est le développement de douches publiques avec un système de consigne. Ce pourrait être un moyen d'inciter les sportifs à se déplacer d'arrondissements plus éloignés voire de la périphérie pour transpirer sur les bords de la Seine. Ce projet, à l'étude, se heurte actuellement au plan Vigipirate. Mais on comprend que la volonté de la mairie est de développer la pratique sportive auto-organisée, tout au moins de la faciliter.

⁸⁹ Il aura aussi servi de support à deux communications dans le cadre d'un congrès international (European Association for Sport Management, Dublin 2015).

⁹⁰ Entretien avec Pascal Cherki, député PS de la 11^e circonscription de Paris, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2001 à 2008, extrait d'entretien du 26 juin 2015.

⁹¹ Cf. Chapitre 1 et l'explication des singularités parisiennes.

Pour rappel, la ville de Paris présente une saturation de ces équipements sportifs. Jean-François Martins fixe parmi les principaux enjeux de son mandat la volonté de faire sortir le sport des gymnases. À cet égard, le site des berges de Seine est le point d'orgue des différentes déclinaisons qui peuvent exister temporairement dans les parcs et jardins parisiens. Toujours dans cette optique d'innovation, le site peut être considéré comme un laboratoire pour un développement ultérieur sur de nombreux espaces publics parisiens⁹².

« *L'idée, c'est d'expérimenter là-bas...et si cela marche, de le déployer sur tout ou partie de la ville.* ». Ludovic Piron-Palissy, directeur adjoint à la mission Berges de Seine, le 14 août 2015.

Mais ce site est bien un laboratoire en ce sens qu'il laisse la place à l'émergence des usages. L'accueil du *street fishing* par exemple découle d'une observation simple des techniciennes d'Artevia : beaucoup de gens viennent sur ce site pour pêcher. Le développement de l'activité n'est que le prolongement de la manière dont les parisiens se sont d'ores et déjà appropriés le site. La réelle spécificité du projet est bien de permettre cette adaptabilité à la demande par l'émergence de ce type d'activités et de fournir des moyens financiers et matériels, pour les mettre en œuvre.

Le projet des « Berges de Seine » est aussi un vecteur de créativité pour les décideurs. Pascal Cherki affirme qu'une « *capitale comme Paris se doit de développer des concepts innovants* ». C'est ce qui a été fait avec « Paris Plage » ou des événements comme Charléty sur Neige. Le terme de « délire » revient même dans les discours.

« *C'était super agréable de participer à la réflexion de ce projet en amont... j'ai complètement déliré.* ». Jean-Claude Coucardon, directeur de la mission des Grands Stades et de l'Événementiel, direction Jeunesse et Sport, mairie de Paris. Extrait d'entretien du 27 avril 2015.

« *C'était un délire que l'on a eu dans une réunion où il y avait mon « Dir cab », Schneider, Coucardon et moi. Et on est parti dans un délire...* ». Pascal Cherki à propos de Paris Plage, député PS de la 11^e circonscription de Paris, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2001 à 2008, extrait d'entretien du 26 juin 2015.

En fait le sport est un levier qui peut laisser place à la création et doit permettre, de réutiliser, réapproprier, innover. Le sport sur ce genre de site est l'un des rares éléments visibles des politiques publiques (Bourbillères, Evrard, Charrier, 2017) et généralement perçu positivement par les concitoyens (Adamkiewicz, 1998). Il s'inscrit aussi dans les nouveaux usages liés aux « festivités urbaines » (Lefebvre, Rault, 2013).

Mais l'idée de fond des « Berges de Seine », comme de « Paris Plage » est de développer le sport auto-organisé. Nous pouvons constater qu'il s'est beaucoup développé sur ce site⁹³. Il a été encouragé et incité par l'installation de mobiliers urbains (mur d'escalade, agrès, coaching). Cependant, il s'est surtout développé car le projet a débloqué un nouvel espace d'expression physique, très prisé à cet endroit de Paris. Ces différentes actions ont pour objectif de répondre à une demande sociale qui se traduit par l'expression des « goûts sportifs » variables en fonction des aires socio-culturelles des pratiquants (Pociello, 1981 ; Defrance, 2012). Les parisiens se sont appropriés cet espace, et parmi les usages principaux

⁹² Entretien avec Ludovic Piron-Palissy, directeur adjoint à la mission Berges de Seine, le 14 août 2015.

⁹³ Observation du 8 juillet 2014, entretiens semi directifs et accès aux études internes à ARTEVIA.

qu'ils en font, figure le sport. Ces acteurs du sport parisien ne font pas état de l'événementiel sportif sur ce site. Le plaidoyer de Jean-Claude Coucardon à cet égard est révélateur.

« C'était un débat de fond que l'on a eu sur Paris Plage... On a besoin de personne pour faire du sport ou de l'activité physique. Les gens le font tous seuls, ils ne demandent rien à personne. Je voulais que les parisiens deviennent les acteurs principaux de Paris Plage. C'est tout. J'ai toujours défendu cette idée et c'est ce qui a prévalu sur les Berges de Seine ». Jean-Claude Coucardon à propos des Berges de Seine, directeur de la mission des Grands Stades et de l'Événementiel, direction Jeunesse et Sport, mairie de Paris. Extrait d'entretien du 27 avril 2015.

Les événements sportifs⁹⁴ sur ce site ne servent que de supports à l'ensemble du projet contribuant au renouvellement urbain (Hiller, 2000). La politique sportive parisienne, par l'intermédiaire de ce projet vise donc à encadrer et proposer aux pratiquants auto-organisés des espaces adaptés. D'après les chiffres clefs du sport parus en juin 2014, ces pratiquants seraient environ 30 millions soit près de deux tiers des pratiquants de sport en France. Le ratio est le même pour Paris, selon l'Institut de Développement Régional du Sport d'Île-de-France en 2014 avec 62% de la population qui déclare pratiquer une activité sportive⁹⁵.

4.2.1.2 Un montage organisationnel « fermé ».

Ce détour par l'analyse de la dimension sportive et du rôle des projets événementiels dans la programmation est nécessaire pour comprendre les jeux d'acteurs et les interactions observées. Pourtant, le territoire par l'aménagement du site est le support de la négociation entre élus locaux et grands groupes (privés) de l'urbain (Menez, 2006). Mais les événements sportifs sur les berges de Seine illustrent bien des situations de déconnexion entre les acteurs. Ils révèlent un jeu d'acteurs complexe au sein d'une gouvernance parisienne compartimentée. Le montage singulier du site génère du ressentiment entre le mouvement sportif et l'acteur public, et entre l'acteur public et l'exploitant délégué. De ces relations parfois tendues, ou de ces non-dits, naît une forme d'inertie que le prisme sportif révèle.

D'une part la volonté politique derrière la mise en place d'événement sportif sur le site est minimale. On ne se donne pas réellement les moyens d'insuffler des projets événementiels moteurs pour l'ensemble du dispositif, qui est avant tout dédié à la pratique auto-organisée et à l'oisiveté. D'autre part, le mouvement sportif semble se désintéresser de la question à la faveur d'une définition différente du sport. Il en découle des perceptions différentes de la pratique sportive en milieu urbain, qui ne conduisent pas à l'existence d'un intérêt commun.

Toutefois, avant d'évoquer les jeux d'acteurs, il convient de noter que c'est en premier lieu un problème technique et financier qui a empêché de développer davantage le sport sur ce site. Technique tout d'abord car des contraintes importantes sont imposées par les propriétaires (port autonome de Paris) et les architectes des bâtiments de France. Il est donc impossible d'utiliser les trottoirs pour en faire des terrains de sport. Financier ensuite puisqu'en termes de sécurité, le moindre événement nécessite des dépenses très importantes.

⁹⁴ Nous reviendrons plus en détail par la suite sur les impacts de ces événements singuliers (chapitres 6, 8 et 9).

⁹⁵ Rapport sur la pratique sportive des franciliens de l'IRDS, mars 2014.

« L'obstacle, cela a été l'argent, le financement, car cela coûte très cher. Cela a été fait, il y a eu de la dépense mesurée. Mais pas autant qu'on l'aurait souhaité. Si vous voulez faire un événement sur cet espace, il faut l'aménager, il faut mettre des tribunes... Moi j'avais prévu plus ou moins des événements, par exemple du saut à skis, du saut en rollers ou des trucs de ce type. Mais il faut aménager les gradins, des deux côtés. Cela coûte très cher surtout à cet endroit-là car il faut prendre des mesures de sécurité supplémentaires. Difficile. » Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, extrait d'entretien du 3 avril 2015.

Jean-François Martins nous explique que la transversalité du dispositif le dépasse. Son action réside principalement dans l'aménagement sportif du site et dans l'orientation générale conjointement à ses homologues de la culture, des espaces verts et du secrétariat général. L'événementiel sportif n'est pas soumis à une gouvernance particulière.

« Le secrétaire général de la ville a nommé un pilote unique pour les berges. Du coup maintenant, il anime un comité de pilotage dans lequel il y a l'ensemble de ceux qui peuvent participer à la programmation du site. La direction des espaces verts qui peut proposer des installations végétales, nous même pour le sport, la direction de la communication pour des dispositifs plus citoyens pour informer, la direction des affaires culturelles qui peut avoir des installations provisoires à mettre. Donc on va être dans quelque chose de vraiment transversal avec un pilote qui coordonne tout cela et sur lequel l'abondance de l'offre n'est pas un problème. Cela dépasse le cadre sportif. » Jean-François Martins, adjoint à la maire de Paris en charge des Sports et du Tourisme depuis 2014. Extrait d'entretien du 26 janvier 2015.

Ainsi, les événements organisés dans le cadre du projet des « Berges de Seine » sont le fruit d'une gouvernance à plusieurs acteurs. L'espace public, propriété de l'État est cédé à la mairie de Paris qui en donne l'exploitation à l'opérateur privé qu'est Artevia. Lorsqu'un événement sportif est organisé, c'est généralement le fruit de l'impulsion conjointe entre Artevia et une fédération ou une ligue. Au niveau supérieur l'orientation est donnée par la ville qui souhaite utiliser l'espace pour faire pratiquer des sports « émergents » (slackline, double dutch) ou pour faire écho à des grands événements sportifs internationaux (Euro Basket 2015, Euro 2016 de football, coupe du monde de rugby 2015) dans le cas des sports dits « traditionnels ». Le pilote unique qu'évoque Martins dans le *verbatim* précédent est le secrétariat général et sa mission PAVEX.

Ces événements sportifs et la gouvernance à travers laquelle ils voient le jour, suscitent des réticences aussi bien dans la filière sportive municipale que dans le mouvement sportif. Les relations entre Artevia et la direction Jeunesse et Sport pendant la phase d'aménagement n'ont pas été très riches selon les acteurs que nous avons rencontrés. D'après la gouvernance mise en place par la mairie de Paris et la délégation à Artevia, la DJS a regretté de ne pas être plus intégrée au projet, au regard de son expertise. Cette déception est notamment soulignée par Jean Vuillermoz dans l'extrait d'entretien ci-dessous.

« La mairie a choisi de privatiser pour faire un événement. Cela ne l'est pas juridiquement mais cela en a presque toutes les contraintes : il faut passer par une association plus un opérateur économique (Artevia nldr) qui va dire si c'est possible ou pas. À titre personnel je n'ai pas été vraiment invité dans la réflexion, c'est plus le service événementiel de Jean-Claude Coucardon qui a participé à la réflexion. Mais on a fait plein de propositions, aucune

n'a été retenue. Le problème est là, le jour où vous voulez vraiment faire du sport encadré, il faut le privatiser...du moins il faut le prévoir. Donc c'est très compliqué. ». Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, extrait d'entretien du 3 avril 2015.

Cette gêne exprimée du côté de la mairie est ressentie par les équipes d'Artevia. Selon le *verbatim* ci-dessous, la responsable de la programmation regrette même ce manque de communication et considère que le projet en a pâti dans sa mise en œuvre.

« On sentait que la ville avait envie de garder la main. Du moins certaines directions. Le cas du sport par exemple, on a eu du mal. Effectivement, ils ont une très grande expérience du sport dans l'espace public, que nous n'avions pas. Et c'est vrai qu'avec Coucardon entre autres, on sentait que ce n'était pas évident pour nous de débarquer, il fallait que l'on fasse nos preuves. Surtout qu'ils avaient participé à la réflexion. Mais l'organisation a été autre. On aurait souhaité qu'ils nous aident et nous conseillent plus. Cela a été compliqué puisque l'on prenait un peu leur place là-dessus. Cela n'a pas duré longtemps et très vite... on l'a fait nous-même. ». Alice Ghys, responsable de la programmation du projet des « Berges de Seine » à Artevia, extrait d'entretien du 11 août 2015.

Jean-Claude Coucardon qui se charge depuis deux décennies des événements sportifs dans l'espace urbain y a peut-être vu une offense à son quasi-monopole d'action en matière sportive sur le territoire parisien. Mais s'il n'est pas impliqué dans l'opérationnalisation et la programmation événementielle, il nous confirme avoir participé pleinement à la réflexion et à toute la partie antérieure de l'aménagement comme l'indiquait Jean Vuillermoz.

« J'ai eu le bonheur et la chance d'être impliqué dans la réflexion. Il y a eu très peu de gens intégrés dans l'histoire... Après nous n'étions pas en charge de la programmation ». Jean-Claude Coucardon, directeur de la mission des Grands Stades et de l'Événementiel, direction Jeunesse et Sport, mairie de Paris. Extrait d'entretien du 27 avril 2015.

Nous pouvons remarquer ici que c'est une nouvelle fois le rapport entre les personnes compétentes des structures devant (ou pouvant) collaborer qui devient une variable à part entière. Selon Smith (2002), depuis les années 1990, la question de la politisation est davantage posée en termes de *leadership* locaux. Il explique que c'est la prégnance d'une ou plusieurs personnalités locales qui oriente les réflexions en matière de politique publique sur un territoire administratif. Cette vision « individualisante » de la politique induit des schémas très spécifiques selon les situations locales, qui sont totalement inhérents au contexte et aux personnes. Comme le rappelle, Sawicki (2000) tout processus politique passe par une caractérisation des relations locales entre acteurs. De celles-ci déboucheront une fluidité et une transparence des informations plus ou moins conséquentes. Au-delà d'une gouvernance pluridisciplinaire pouvant être innovante, ce sont ces rapports de personne à personne qui concourent à former le terreau permettant l'émergence de projets intelligents. C'est avant tout une histoire d'égo et de rivalités internes qui sont inhérentes à chaque situation.

« Mais je pense que Coucardon à l'époque avait été vexé que le sport ait été confié à ARTEVIA et CARAT SPORT car il aurait voulu le faire lui-même. C'est pour cela que les rapports n'ont pas toujours été parfaits. Enfin nous, on a toujours eu de bons rapports avec lui, mais c'est aussi pour cela qu'il n'a pas fait plus et qu'il n'a pas proposé plus d'événements ».

sportifs. ». Elodie Filliat, responsable de la programmation sportive dans le projet « Berges de Seine » chez Artevia. Entretien du 7 juillet 2015.

Concernant les techniciens, nous avons constaté une certaine indifférence à l'égard de ce site. Odile Marcet par exemple, cheffe du bureau des animations à la direction Jeunesse et Sport de Paris, nous explique qu'elle est concernée dès lors qu'il y a du sport sur un espace public parisien...sauf pour les berges. Paris est un grand territoire, riche en matière de projets sportifs et de dispositifs d'animation de proximité... les berges de Seine n'entrent pas dans les missions de la DJS. Si initialement, la structure regrettait un peu de ne pas être en charge du projet et a pu voir l'arrivée de Carat Sport comme un concurrent, rapidement, elle s'en est accommodée en s'en détachant. À tel point que les relations sont devenues minimales bien que cordiales.

« Nous n'avons aucune action là-bas...Aucune, c'est vrai, c'est pour cela que moi j'aimerais bien que l'on y fasse quelque chose. Mais c'est un service dédié « Berges de Seine ». Ils ont un budget autonome. J'ai dû les avoir une ou deux fois au téléphone... pas plus. ». Odile Marcet, cheffe du bureau des animations, direction Jeunesse et Sport, extrait d'entretien du 30 octobre 2014.

Artevia regrette cette situation et aurait aimé bénéficier de plus de convergence avec les services sportifs de la ville. Ce manque de dialogue et de synergie est donc dommageable lorsque l'on remet en perspective le précédent *verbatim* dans lequel Odile Marcet exprime également sa volonté d'y faire des choses.

De plus, la filière sportive municipale insistait beaucoup sur la nécessité de mobiliser des acteurs de proximité. C'est un des points d'achoppement notables : la volonté municipale sportive d'inscrire plus le dispositif, et en particulier la dimension sportive dans le 7^e arrondissement. Il s'agit d'un arrondissement où il n'y a presque pas d'équipements sportifs. Evelyne Ciriegi, présidente du comité olympique régional et résidente de ce quartier, explique qu'« *il y a des toutes petites salles de rien du tout vers les Invalides mais qu'il n'y a pas de piscines par exemple... l'idée c'était de dire que l'on va supprimer des voitures et de la pollution, ce sera mieux pour les enfants...Et vos enfants pourront avoir du sport !* ». Du côté d'Artevia on explique cela par le peu d'associations sportives dans cet arrondissement.

Je sais que dans les réunions de programmation, ils nous demandaient de regarder un peu du côté des associations du 7^e. Après il n'y en a pas beaucoup. Donc c'est un peu compliqué. » Elodie Filliat, responsable de la programmation sportive dans le projet « Berges de Seine » chez Artevia. Entretien du 7 juillet 2015.

Pour expliquer cette situation, Alice Ghys, responsable de la programmation chez Artevia mentionne des points de friction avec la mairie UMP⁹⁶ du 7^e arrondissement, notamment dans la phase d'aménagement. La volonté transmise par les services sportifs de la mairie de Paris était de faire de ce site un espace de proximité permettant de créer une synergie parmi les acteurs locaux, notamment sportifs. Mais elle explique que cela n'a pas pu être possible.

« Au moment de la programmation, il y avait énormément de choses à faire valider avec la voirie. Cela pouvait être des points de friction. À partir du moment où l'on voulait solliciter la mairie du 7^e pour quoi que ce soit, même pour des choses simples comme le sport, du moins

⁹⁶ « Les Républicains » (LR) depuis 2016.

plus légères : on ne pouvait pas le faire car il y avait d'autres sujets plus lourds de friction en amont. » Alice Ghys, responsable de la programmation du projet des « Berges de Seine » à Artevia, extrait d'entretien du 11 août 2015.

Le projet des « Berges de Seine » semble donc être vecteur d'inertie dans les configurations locales. Les événements sportifs sont difficiles à organiser sur ce site contraignant (surface limitée, coût important). La gouvernance qui se formalise par un comité de pilotage mené par le secrétariat général et sa mission PAVEX délègue l'exploitation à Artevia qui peine à travailler de concert avec la DJS. Celle-ci se détache rapidement du projet une fois la phase d'élaboration terminée. Surtout, l'organisation d'événements sportifs sur ce site (ou plutôt la « non-organisation ») va illustrer l'incompatibilité générée par des perceptions du sport différentes, entre l'acteur public et le mouvement sportif fédéral et olympique.

4.2.1.3 Des perceptions du sport différentes

Du côté du mouvement sportif généralement habitué à utiliser les équipements normalisés pour les compétitions, les fédérations voient une opportunité d'image à s'établir sur les berges de Seine. Les petites fédérations peuvent se faire connaître, les plus importantes venir à l'occasion des grands événements sportifs. Mais finalement, après nous être entretenu avec la responsable de la programmation « sport » chez Artevia et des acteurs du mouvement olympique, nous constatons que de manière générale, le mouvement sportif reste éloigné du dispositif. Il n'a pas été associé à la réflexion. Il n'a pas cherché à s'investir non plus. Evelyne Ciriegi en tant que présidente du comité régional olympique et sportif d'Ile-de-France (CROSIF) reconnaît par exemple ne jamais être allée sur le site alors qu'elle est aussi résidente du 7^e arrondissement et présidente d'un grand club sportif implanté non loin des berges de Seine.

« Le sport a été vendu par la mairie centrale en annonçant : 'vous aurez du sport dans le 7^e arrondissement'. Sauf que moi quand j'ai entendu cela je me suis dit : super on aura des équipements que l'on pourra utiliser pour aller avec nos scolaires, avec nos associations. Je n'y suis pas allée encore, c'est dommage... mais ce n'est pas ce fonctionnement de toute manière. Ce n'est pas un équipement. Je regrette l'absence d'une piscine dans le 7^e cela aurait pu être l'occasion. Cet arrondissement en manque cruellement. » Evelyne Ciriegi, présidente du comité régional olympique et sportif d'Ile-de-France (CROSIF), présidente de l'association « Sport 7 ». Extrait d'entretien du 27 mars 2015.

Autrement dit, les berges offrent du sport, mais essentiellement du « parcours santé » ou du « sport du dimanche matin ». La présidente du CROSIF semble réfléchir directement à partir de la dimension sportive compétitive en faisant référence à des équipements sportifs normalisés. Elle explique d'ailleurs que ce n'est pas « le » sport qu'elle conçoit : *« ce n'est pas du sport comme moi je l'entends, c'est-à-dire un peu régulier, encadré avec l'accompagnement d'un entraîneur compétent. Les gens vont se détendre. Ils font du sport en toute liberté. Pourquoi pas, c'est comme s'ils étaient en forêt pour moi, ils vont se balader. C'est comme cela que j'appréhende les berges...Ceci dit, je trouve que c'est une belle chose que d'avoir privilégié un espace pour que les gens puissent se détendre. Même s'ils ne font pas grand-chose au niveau du sport. »*. Sa perception du projet semble indiquer que le sport n'est pas réellement présent, du moins pas assez pour que cela puisse attirer l'attention du mouvement sportif. Ainsi les acteurs, tout comme les usagers sont confrontés aux conflits d'usage qui entraînent inévitablement la dilution de telle ou telle dimension. C'est un effet

négatif qui intervient en corollaire d'une volonté de transversalité et qui fait référence à la manière de percevoir le site selon le point de vue des acteurs.

Avec ce positionnement, le mouvement sportif s'exclut finalement lui-même du projet qu'il considère comme « non-sportif » au sens « olympique » du terme. De leur côté, Artevia et la mission des « Berges de Seine » ne les sollicitent pas non plus. Ils traitent plutôt directement avec les fédérations, le cas échéant sur des événements isolés. Au cas par cas donc. C'est l'opportunité, le contact généralement avec une fédération, qui sera l'élément déclencheur de l'opérationnalisation.

« Il n'y a pas du tout de critères. En fait souvent quand on cherche à contacter, à faire venir un opérateur pour organiser un événement, quand cela existe on passe d'abord par la fédération française du sport concerné. Elle, après, va pouvoir nous aiguiller souvent vers une ligue régionale, départementale, ligue ou comité de paris. Aussi on consulte l'annuaire des associations disponibles sur Paris.fr. Là on va aller contacter un peu au hasard finalement en fonction de ce qu'ils proposent et de l'activité que l'on voit sur les réseaux sociaux, sur leurs sites internet. On les rencontre, on discute... on voit ce qui est possible. ». Elodie Filliat, responsable de la programmation sportive dans le projet « Berges de Seine » chez Artevia. Entretien du 7 juillet 2015.

Si les « Berges de Seine » ont la volonté de préfigurer le sport urbain de demain, nous constatons ici que ce processus s'amorce totalement sans le mouvement olympique (régional ou national). L'étude des « Berges de Seine » par le prisme sportif nous amène également à constater une opposition entre pratiques sportives traditionnelles (entendre les pratiques sportives reconnues juridiquement, structurées et historiques) et les pratiques sportives urbaines innovantes (Faure, Garcia, 2002). La volonté d'expérimentation constitutive du projet oriente la programmation événementielle dans ce sens (hormis les rares événements en lien avec les grandes compétitions internationales comme la coupe du monde de rugby ou l'Euro 2016⁹⁷). Ainsi, lorsque les différents acteurs du sport, aussi bien du mouvement sportif que de la filière sportive⁹⁸, expliquent sans plus de précision qu'il ne s'agit pas réellement de sport, ils occultent totalement ces nouvelles pratiques, qui sont déjà (Double Dutch) ou ont l'ambition (Slackline) d'être constituées en fédérations sportives⁹⁹. Ce que nous analysons ici nous amène donc à constater que le sport jouit d'une certaine dimension traditionnelle qui ne fait pas la part belle à l'innovation dans les institutions. Pourtant ces pratiques, plus que des loisirs, se muent en sports structurés. Mieux encore, comportant par essence cette dimension urbaine, elles correspondent parfaitement aux nouveaux dispositifs municipaux qui favorisent leur émergence... et s'inscrivent dans un ancrage territorial qu'elles contribuent à transformer par leur caractère évolutif et prospectif (Lebreton, 2010).

⁹⁷ En raison d'une crue historique en mai 2016, le site des berges inondé fut remplacé au dernier moment par le parvis de l'hôtel de ville transformant le projet des « Berges de l'Europe » en « place de l'Europe ».

⁹⁸ Evelynne Ciriegi, présidente du comité régional olympique et sportif d'Ile-de-France (CROSIF) ; Jean-Claude Coucardon, responsable mission des Grands Stades et de l'Événementiel, DJS, et Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014.

⁹⁹ Site spécialisé de slackline lançant une consultation en février 2015 auprès pratiquants sur l'opportunité de monter un dossier pour constituer une fédération : <http://www.chocoslack.com/fr/2015/02/02/la-federation-de-slackline/> (consulté le 23 août 2015).

D'un strict point de vue sportif, le dispositif ne mobilise pas les acteurs des différentes branches qui font le sport à Paris et en France. En revanche, pris dans sa globalité, l'intérêt est réel pour les parisiens puisque la pratique sportive auto-organisée semble s'y développer pleinement (nous manquons de recul puisque le dispositif est lancé en 2013). En redonnant de l'espace aux parisiens, on laisse l'émergence des usages paramétrer la manière de faire de l'activité physique. Ainsi, les pratiquants auto-organisés en font une « *occupation de plein gré* » pour reprendre le terme de Dumazedier (1962). Ces pratiques sportives s'enrichissent d'une culture urbaine (Faure, Garcia, 2002) désignant l'ensemble des pratiques culturelles, artistiques (graffiti, rap, slam, danses urbaines, etc.) et des activités physiques pratiquées dans la rue ou dans des équipements spécialisés (skateboard, roller street, streetbike, monocycle, BMX, basket-ball de rue, football, etc.).

Mais il ne faut pas surestimer la place du sport au sein du projet. Armelle Gros¹⁰⁰ rappelle que « *ce n'est pas comme si on gérait un gymnase et que l'on pouvait se demander aussi simplement : que pouvons-nous faire ?* ». Il ne faut pas se tromper et accorder plus d'importance au sport dans le projet qu'il n'en a en réalité. Cependant, ces mêmes acteurs et les politiques, présentent dans leurs discours publics la volonté, à travers ce projet, de préfigurer la manière de pratiquer le sport urbain de demain. C'est bien l'idée qui réside derrière les éléments de langage : « laboratoire », « expérimentation », « innovation ». Pascal Cherki avance la notion de créativité dont le sport doit être le vecteur, et ce, d'autant plus dans une capitale européenne.

En choisissant cette gouvernance qui induit une « privatisation » des événements sportifs selon le terme de Jean Vuillermoz (bien que ce ne soit pas une privatisation au sens juridique du terme), le mouvement sportif dans sa globalité n'est pas intégré au projet. À l'image du discours de la présidente du CROSIF, il n'y a pas non plus une farouche volonté de s'intégrer à la démarche car on ne considère pas parler du même « sport ». Nous constatons une situation de cloisonnement, de déconnexion. Cela renvoie bien à la rationalité des acteurs (Crozier, Friedberg, 1977) construite sur la base de considérations axiologiques, cognitives, institutionnelles et instrumentales (Musselin, 2005). La première renvoie aux croyances des acteurs. En effet, selon les idéologies politiques et la conception de la société des acteurs, le sport sera plus ou moins soumis à l'interventionnisme politique. Cette axiologie est renforcée par la dimension cognitive pour le mouvement sportif olympique qui ne perçoit et ne conçoit le sport qu'à travers une dimension compétitive. Ce constat renforce encore les dimensions institutionnelles qui consacrent respectivement l'intérêt qu'ont les acteurs à agir de la sorte et la culture d'institution qui structure le mouvement olympique autour du sport de haut niveau et de la compétition.

À terme, cette situation est un risque pour le modèle sportif fédéral français qui ne s'investit pas dans ces expérimentations urbaines pour adapter son fonctionnement aux nouveaux usages et aux nouvelles pratiques sportives des populations. Pourtant, ces pratiques qui mêlent plaisir, divertissement, liberté et jeu, revendiquent une place dans l'échiquier sportif (Vieille-Marchiset, 2003 ; Fodimbi, 2008).

Dès lors, l'enjeu est réel car ce qui est donné à voir sur site est sans appel : le projet, dédié à des usages divers est phagocyté par une pratique sportive auto-organisée. Les réflexions de

¹⁰⁰ Secrétariat Général de la mairie de Paris, missions « Berges de Seine » et « Promotion Animation Valorisation et Expérimentation » (PAVEX), le 14 août 2015.

la mission PAVEX visent à encourager ce développement avec le projet de douches et consignes publiques. Plus que cela même, le modèle mis en place par la mairie de Paris pour développer le concept ces deux dernières années revient finalement à composer entre événements et aménagements sportifs. Mais les réflexions qui jalonnent ces deux dispositifs ne sont pas les mêmes. Là où le sport auto-organisé découle d'une volonté politique affichée et d'une concertation transversale approfondie (espaces verts, culture, PAVEX), les événements sont organisés plus sporadiquement, au gré des opportunités et dans la limite des grandes contraintes du site. Il en résulte une situation d'inertie, lorsque ces événements sont observés par le prisme de la mise en réseau.

Cette mise en parallèle correspond à une dichotomie entre types de pratiques sportives bien connue au sein du mouvement sportif. Finalement, elle débouche sur cet espace urbain au couronnement de l'une au détriment de l'autre. Ce constat se couple d'une autre opposition entre pratiques sportives traditionnelles et pratiques sportives innovantes. Les « Berges de Seine » illustrent finalement parfaitement la manière dont la pratique sportive semble progressivement échapper au mouvement sportif. Certes, sur ce site cela peut s'expliquer par des contraintes techniques qui empêchent la mise en place de terrains. Mais cela n'explique pas pour autant l'absence totale d'acteurs du mouvement sportif au sein des réflexions liées au sport en milieu urbain que ce site met tout particulièrement en exergue.

Jean-Claude Coucardon rappelle que ce n'est pas le rôle des clubs et des fédérations de s'insérer dans le projet des « Berges de Seine » puisque cela doit rester « ludique et récréatif ». Cette affirmation tend à opposer les pratiques sportives : récréatives d'un côté, compétitives de l'autre. Cela renvoie à la fonction légitime des acteurs (Gasparini, 2000), en l'occurrence, simplement le développement du sport-pratique et du sport-loisir pour la ville de Paris. Si transformer du sport-récréatif en sport-compétition n'est pas chose aisée, il semble tout à fait envisageable de faire le chemin inverse. Autrement dit, les clubs et fédérations, bien que garants du sport compétitif, peuvent tout à fait se muer le temps d'une action en organisateurs de pratiques sportives ludiques et récréatives. De surcroît, la ville de Paris, par l'intermédiaire d'Artevia et des quelques fédérations qui s'y établissent, remplit ici une fonction ludique et récréative. Ces loisirs corporels libres (Pociello, 1995) qui sont organisés par l'acteur public avec le soutien d'opérateurs spécialisés transforment les usages du lieu. C'est le cas par exemple de la fédération de rugby qui gère une animation à l'intention des enfants sur le port du Gros Cailloux pendant la coupe du monde 2015. De plus, diviser à ce point la pratique sportive revient à laisser le sport auto-organisé rogner progressivement sur le sport encadré. En effet, les modalités de pratiques sportives en milieu urbain sont, à l'instar des berges de Seine, de plus en plus conçues dans ce sens. De fait, les clubs et associations vont continuer à ne pas venir puisqu'ils ne se sentent pas concernés... jusqu'à ce qu'un cercle vicieux particulièrement nocif pour le modèle fédéral ne s'instaure.

Le projet des « Berges de Seine » est un pari politique compte tenu du budget mobilisé et des oppositions qu'il a rencontrées¹⁰¹. Mais il est la résultante de politiques publiques

¹⁰¹ Il est à noter que depuis novembre 2016, la région Ile-de-France est présidée par Valérie Pécresse qui est une opposante au projet. Un rapport de force est amorcé depuis avec la ville de Paris et Anne Hidalgo remettant en cause la réouverture du projet au printemps 2017 et avortant pour une part le projet rive droite déjà soumis à la consultation publique depuis fin 2015.

convergentes dans le secteur de la santé, l'environnement, la culture, le sport, la jeunesse, etc. En 2015, avec la COP 21, les programmeurs ont développé un concept qui illustre bien cela autour de mots-actions renvoyant chacun à des domaines distincts : se nourrir, se loger, se divertir, etc. Parmi cet éventail, le sport, au travers de ces deux bras armés (aménagement et programmation événementielle) joue sa partition de différentes manières : catalyseur de fréquentation, redéfinition des usages de l'espace, vecteur de visibilité pour le site et pour les opérateurs qui organisent, révélateur d'un mode de déplacement et de vie sains en milieu urbain, caution du projet global auprès des détracteurs pendant la phase d'aménagement, support de mixité sociale.

Ce cas illustre donc la différence de perceptions du sport, le projet étant pris en étau entre une approche ludo-sportive des APS du côté de l'acteur public et une conception plus « parlebasienne » du sport (Parlebas, 1981) imaginant des situations de motricités essentiellement dans le cadre fédéral ou associatif réglementé.

4.2.1.4 Vers un modèle d'interpénétration normalisé par régression

L'accueil de l'un des neufs sites de la nouvelle formule de « Femmes en Sport » à la rentrée 2015 a nécessité un échange et une coordination entre la ville et l'opérateur privé. La « privatisation » de l'événementiel sportif sur les berges de Seine, si elle est vue dans un premier temps négativement par les acteurs de la filière municipale comme une perte de compétence, est finalement aussi un moyen de recréer de la synergie à l'usage. Plus que cela, les techniciens du sport de la ville de Paris reconnaissent même qu'ils ne pourraient pas faire plus que ce que mettent en place Artevia et Carat Sport, moyens humains et logistiques obligent.

Pourtant, il faudra bien que la DJS s'en saisisse puisque le marché avec Artevia est arrivé à son terme le 1^{er} janvier 2016... et qu'il n'a pas été renouvelé. La ville souhaite reprendre le site en régie directe. D'après les entretiens que nous avons pu avoir avec les acteurs, c'est avant tout pour des raisons financières. Le budget de fonctionnement actuel d'environ 40 000€ par semaine de subventionnement aux associations, assorti de 5 millions d'euros de fonctionnement annuel, ne s'accorde pas avec les réductions budgétaires municipales. C'est pourquoi la ville, comme elle l'avait fait pour Paris Plage en son temps, récupère la gestion du dispositif. Plus que cela même, elle vient de lancer en juillet 2015 une nouvelle phase de concertation et d'enquête publique pour aménager la rive droite. Le projet n'est donc pas remis en cause, son fonctionnement actuel en revanche, l'est. Si cette reprise en régie permet de faire des économies, c'est aussi car les usages du site dépassent largement la programmation. L'étude actuellement en attente de publication auprès du cabinet de la maire sur la fréquentation et les profils des utilisateurs des berges semble, d'après nos informations¹⁰², confirmer que le site est un espace déambulatoire aménagé avant d'être un lieu d'événementiel.

Au-delà de ce repositionnement, nous pouvons nous demander quelle sera la place du sport sur les berges. Les acteurs en charge du projet à la mairie¹⁰³ confirment que le projet va

¹⁰² Responsable de la programmation Berges de Seine à Artevia.

¹⁰³ Extrait d'entretien avec Armelle Gros, Secrétariat Général de la mairie de Paris, missions « Berges de Seine » et « promotion animation valorisation et expérimentation » (PAVEX) ; et Ludovic Piron-Palissy, directeur adjoint à la mission « Berges de Seine », le 14 août 2015.

continuer exactement de la même manière avec des événements sportifs en périodes scolaires et lors des grands événements internationaux. Ce n'est que l'intensité qui va diminuer car le travail que faisait Artevia et ses collaborateurs (dont Carat Sport), dédié à 100% à l'animation du site, ne peut être effectué par les services de la ville. En revanche, ce ne devrait pas être un problème de compétence tant l'administration municipale parisienne, forte de 50 000 employés est structurée sur chaque dimension : espaces verts, culture, affaires scolaires, sport. Concernant le sport bien entendu, ce sera le moyen pour la DJS et le service des grands stades et de l'événementiel de s'emparer du projet, ce qui était ardemment souhaité lors de sa mise en place. Finalement la ville aura bénéficié de l'expertise de professionnels de la programmation sportive et culturelle pour aménager puis animer le site pendant sa phase de lancement. Maintenant, cet espace, qui vit déjà par lui-même, doit correspondre aux attentes des parisiens qui ont pu le découvrir depuis 2014. Artevia de son côté regrette le non-renouvellement du marché. Alice Ghys¹⁰⁴ nous a notamment fait écho de sa préoccupation au sujet des coachs sportifs, dont le public parisien se retrouve orphelin depuis le printemps 2016.

La volonté municipale initiale d'en faire un équipement de proximité en particulier au niveau du sport est un échec dans la mesure où les associations et clubs n'ont pas été mobilisés par Artevia. En revanche, d'après le discours des acteurs et notre observation participante, l'utilisation du site par les résidents du 7^e arrondissement, semble être un succès. Avec la fin du marché, la ville va continuer à occuper le lieu de la même manière mais de façon « *moins intense* »¹⁰⁵, d'autant que la programmation événementielle ne semble pas être la raison principale pour laquelle le public fréquente les berges¹⁰⁶.

La mise en réseau est minimale, et ne s'opère qu'à la faveur de rares projets événementiels, comme lorsque la fédération de « *double ducth* » organise une animation pendant l'été. Mais cela ne crée pas de synergie à proprement parler, d'autant plus que le dispositif est particulièrement modeste¹⁰⁷. En opposition au modèle d'interpénétration normalisée « élargie » observé dans les situations de synergie précédemment évoquées, on trouve ici le cas d'un modèle d'interpénétration normalisée par régression (Elias, 1981 ; Callède, Dané, 1991). Cette configuration sociale apparaît lorsque l'un des acteurs cherche à réduire les interactions et le nombre d'acteurs au sein d'un système. Ici, le modèle élargi concrétisé par la délégation est jugé « peu économique ». Ainsi, depuis janvier 2016, la ville de Paris se passe de l'opérateur Artevia/Carat Sport pour aller vers une gestion en régie directe considérée moins coûteuse et par voie de conséquence moins ambitieuse.

Ainsi, nous constatons à travers ce cas une forme de déconnexion contrainte, puisqu'il n'y a pas réellement de déclinaison événementielle pérenne sur laquelle nous pourrions constater l'existence d'interactions entre l'acteur public, l'acteur privé ou le mouvement sportif. À la lumière des jeux d'acteurs et des volontés politiques et stratégiques, nous avons en particulier abordé, à travers cet exemple, la manière dont les acteurs s'impliquent différemment selon les définitions qu'ils se donnent du « sport ».

¹⁰⁴ Responsable de la programmation « Berges de Seine » à Artevia.

¹⁰⁵ Extrait d'entretien avec Armelle Gros, Secrétaire Général de la mairie de Paris, missions « Berges de Seine » et « promotion animation valorisation et expérimentation » (PAVEX) ; et Ludovic Piron-Palissy, directeur adjoint à la mission « Berges de Seine », le 14 août 2015.

¹⁰⁶ Etude interne à laquelle nous avons partiellement accès.

¹⁰⁷ Cf. note d'observation.

Les événements sportifs sur le dispositif « Berges de Seine »	
Impulseur Mairie de Paris	Indifférent Mouvement sportif olympique
Facilitateur	Ralentisseurs Port de Paris (État) Mairie du 7 ^e (opposition politique)
Contributeurs Artevia/Carat Sport Prestataires (associations sportives, fédérations sportives) Partenaires et sponsors	

Tableau 32 : les fonctions des différents acteurs dans la situation de « déconnexion » observée dans le cas des événements organisés dans le dispositif des « Berges de Seine »

Synthèse de la déconnexion

Dans ce cas, la dynamique organisationnelle ne crée par les conditions d'émergence de nouvelles interactions entre les acteurs. C'est ce que nous appelons une situation de « déconnexion ».

Les événements sportifs organisés dans le cadre du projet des « Berges de Seine » illustrent bien cette situation dans la mesure où le mouvement sportif et l'acteur public peinent à s'accorder de manière pérenne sur la façon de faire du sport sur ce site. En conséquence, les projets événementiels ne voient le jour qu'à la faveur d'un intérêt commun très temporaire entre une fédération ou une ligue et Artevia, l'exploitant des berges de 2013 à 2016. Ces ententes, qui ne fonctionnent qu'au « coup par coup », ne prennent pas part à une vision générale, une réelle stratégie définissant l'usage sportif du site. C'est par exemple le cas de cette animation de « *double dutch* » le 11 juillet 2015, qui propose un dispositif très restreint (cf. note d'observation) et ne contribue pas à la mise en réseau d'acteurs. Les fédérations ne s'impliquent que très sporadiquement à la faveur d'un projet bien défini qui ne se décline pas par de nouveaux partenariats. D'ailleurs, le retrait d'Artevia en 2016 laisse suggérer que ces projets, déjà très modestes, seront de plus en plus rares. De leur côté, le mouvement sportif olympique et les clubs, détachés du site, restent en retrait.

Nous identifions deux types d'acteurs ayant des rôles un peu différents, concourant à cette situation. Les ralentisseurs sont les acteurs non impliqués dans le projet qui expriment du ressentiment (l'acteur « désappointé »). Ils ne font pas bonne presse au projet et ne vont pas être très enclins à l'encourager (Port de Paris, la filière sportive municipale, les élus locaux « d'opposition »). Ensuite, l'indifférent est celui qui n'est pas impliqué, mais n'a pas forcément d'avis négatif. Il ne prend juste aucune initiative, considérant en l'occurrence que la pratique sportive n'a pas réellement vocation à se dérouler sur ce site (mouvement olympique et clubs). Les contributeurs quant à eux sont enclins à participer aux projets à la faveur de considérations commerciales¹⁰⁸ (sponsors, partenaires) ou promotionnelles (fédérations).

Le montage singulier dont fait l'objet le site des berges de Seine et particulièrement son volet sportif entraîne *de facto* l'exclusion de certains acteurs (filiale sportive municipale, DJS, mouvement sportif, clubs et associations sportives). Ceux-ci, perçoivent une lourdeur administrative et des orientations politiques qui ne s'accordent pas avec le développement d'événements sportifs et qui les freinent dans la prise d'initiative. Tous ces facteurs placent le porteur de projet événementiel au sein d'un système organisationnel inerte que les événements sportifs révèlent.

Dans un contexte de régulation managériale fondée sur un partenariat à géométrie variable entre les fédérations sportives nationales et son ministère de tutelle (Bayle, Durand, 2004), l'introduction de la dimension managériale peut être considérée comme une nouvelle marque de modernité, comme ce fut le cas dans les années 1960 avec l'émergence des politiques publiques sportives (Callède, 2002). Toutefois, dans le cadre de projets plus transversaux de redéfinition d'un espace public en un espace sportif (Vigneau, 1998), il s'avère que cette gouvernance conduit à une privatisation et à un affaiblissement du rôle du

¹⁰⁸ Bien que l'affichage de ce type soit très encadré sur le site, eu égard à l'inscription au patrimoine de l'UNESCO.

mouvement sportif dans l'organisation de la pratique sportive en milieu urbain. Sa fonction légitime (Gasparini, 2000) d'organisation de la pratique sportive fédérale, compétitive et de haut niveau, l'empêche d'être plus actif dans un projet de ce type. Pourtant, le rôle des fédérations dotées d'une mission de service public pourrait aussi se situer dans l'accompagnement de la pratique sportive de demain, puisqu'elles comportent par essence des logiques contradictoires (Bayle, 2005) qui leur confèrent leur singularité. De manière générale, nous constatons, à travers ce cas, un manque de convergence entre les institutions publiques au niveau du territoire d'accueil (Stokes, 2006), les acteurs du tourisme et les organisateurs des événements sportifs (Higham, 2002 ; Funk, Toohey, Bruun, 2007).

Le cas des « Berges de Seine » illustre également les tensions apparues entre les différents services compétents en matière sportive lors de l'établissement de la gouvernance, ainsi que la relative mise à l'écart (ou le désintérêt ?) du mouvement sportif. Pourtant, l'aménagement urbain à des fins sportives interroge la place du sport dans la ville et la définition de territoire sportif (Augustin, 2003). Ceci nous semble d'autant plus intéressant que ce phénomène n'est ni parisien, ni français, mais bien mondial¹⁰⁹.

¹⁰⁹ Le développement de berges urbaines aménagées pour la pratique sportive est envisagé à Boston, Santiago, New York, etc. Il s'est déjà développé dans certaines villes comme Bordeaux, Lyon ou Barcelone.

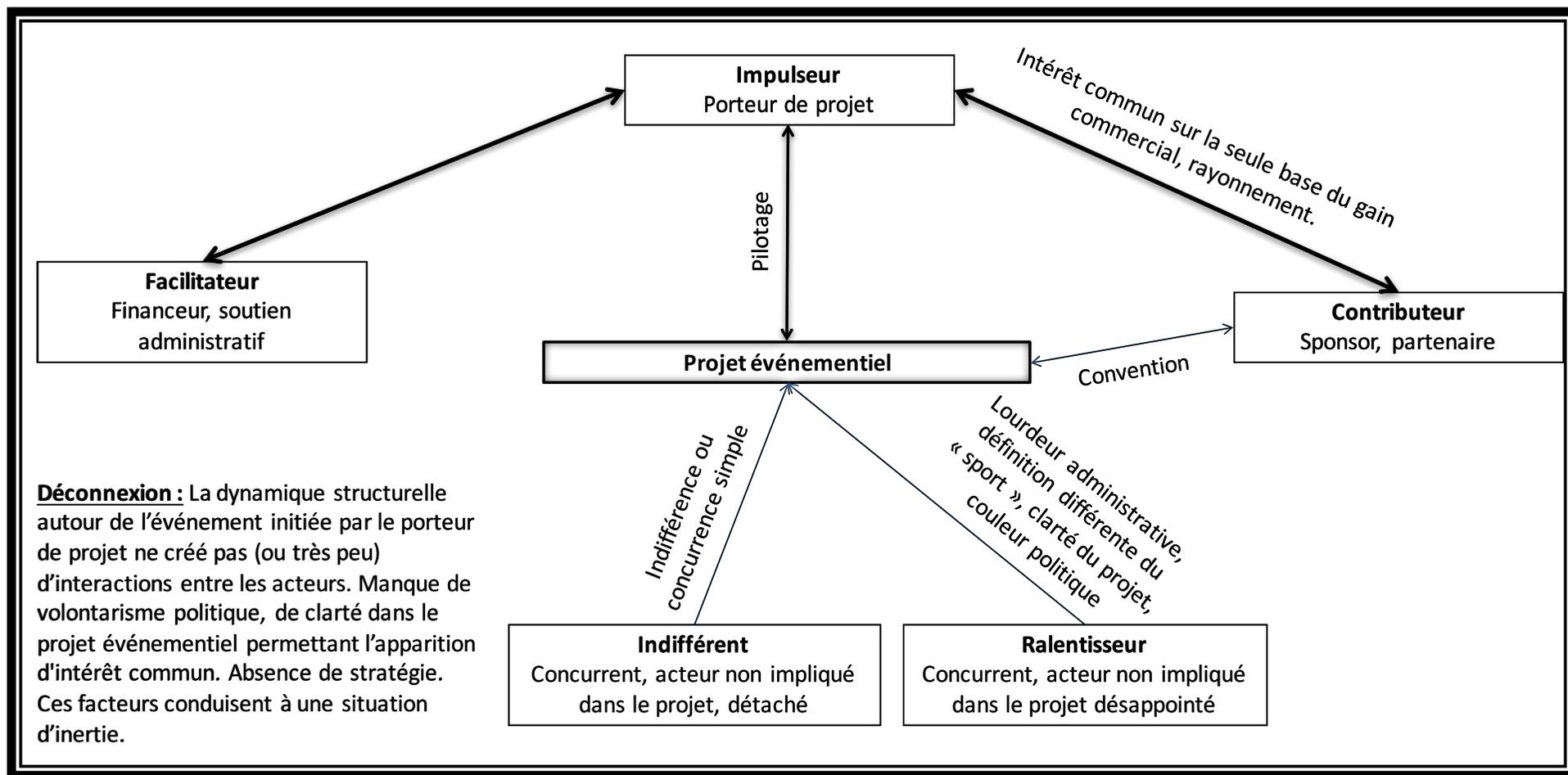


Figure 24 : le processus de mise en réseau se traduisant par une situation de déconnexion entre les acteurs

4.3 L'autonomie revendiquée

Cette situation correspond à une « non mise en réseau » initiée par un porteur de projet qui souhaite garder la mainmise sur son événement. Les interactions au sein du schéma organisationnel sont cantonnées à l'organisation de l'événement et à sa promotion. Il n'y a pas d'objectifs stratégiques, ni de volontés des porteurs de projet d'intégrer d'autres acteurs dans la gouvernance, ni même à développer un événement qui véhiculerait les facteurs nécessaires à l'émergence d'interactions entre acteurs. Cette volonté de maîtrise totale de l'événement est générée par une aisance financière et un modèle économique qui permettent une totale autonomie. C'est le cas du « LNB All Star Game », événement purement commercial qui est organisé de manière autonome par un acteur privé sans concours du mouvement sportif fédéral, ni de l'acteur public. Roland Garros enfin, présente le cas d'une gestion autonome maîtrisée par la fédération française de tennis, pour qui l'événement représente l'élément central de sa stratégie de développement fédéral.

4.3.1 Le cas du LNB All Star Game : entente implicite entre sphères privée et publique

Le « LNB All Star Game » n'implique pas la fédération française de basket-ball. Cette dernière, en déléguant l'organisation du championnat professionnel à la ligue lui confère la légitimité pour créer ses propres événements. En 2002, elle accepte de céder les droits de l'événement à Nike pour lui redonner des couleurs. La société « Sport Plus Conseil » (SPC) est engagée en tant que producteur-délégué. La frise historique présente l'événement plus en détail.

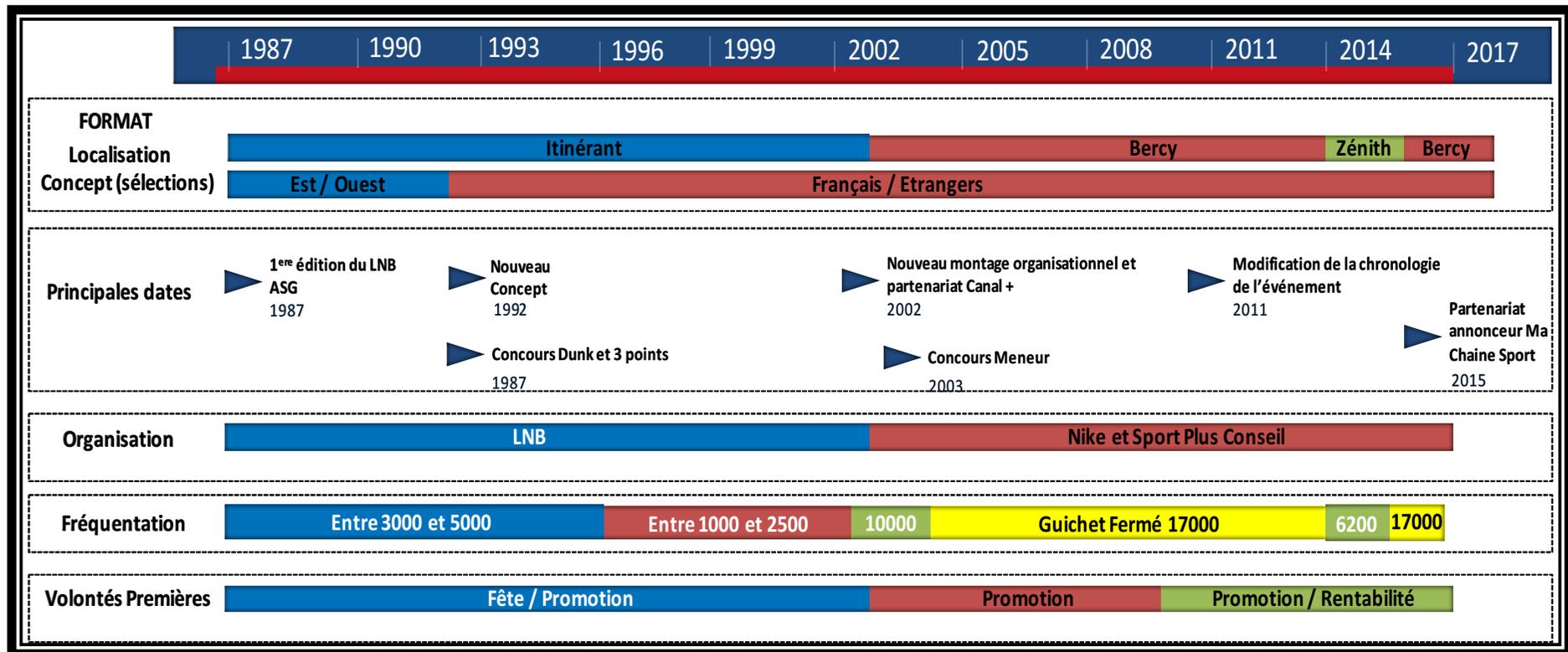


Figure 25 : frise historique synthétique du « LNB All Star Game »

Ce montage d'entreprises privées confère à l'ensemble une totale autonomie aussi bien en termes de moyens que de décisions. Si les grandes orientations sont données par Nike et la ligue nationale de basket-ball (LNB), l'essentiel de celles inhérentes à l'organisation de l'événement comme le choix des animations ou le déroulé de la soirée sont l'apanage de Sport Plus Conseil. Le schéma ci-dessous présente la gouvernance de l'événement.

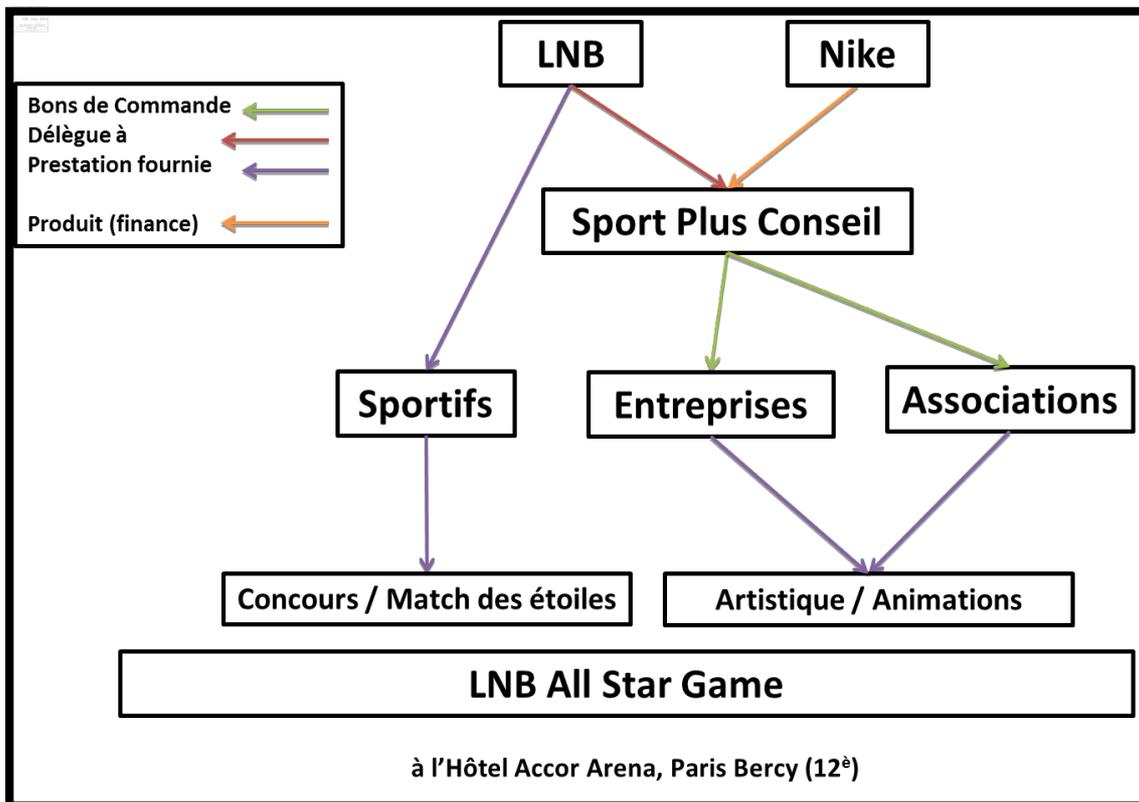


Figure 26 : schéma organisationnel du « LNB All Star Game »

« On n'a pas besoin de les faire valider, par contre on les tient informés. C'est la moindre des choses, on collabore en bonne intelligence. Il y a un intérêt commun. On est l'agence événementielle de la LNB donc on collabore avec eux toute l'année, on sait ce qui leur plaît. Avec Nike on échange sur les idées d'animation, la sonorisation aussi c'est ensemble. On prend la plupart des décisions à deux par l'intermédiaire de leur cellule événementielle. Ils ont un droit de regard direct sur tout ce que l'on propose. Mais maintenant nous sommes bien rodés. » Benjamin Garot, Sport Plus Conseil. Extrait d'entretien du 22 avril 2015.

Ce *verbatim* évoque un effet d'expérience dans la gestion de l'événement par la relation de confiance établie entre les acteurs. Il en est de même pour les partenaires. Tous ces éléments permettent à la marque que représente l'événement de s'établir sur la durée en s'appuyant sur des ressources et un montage organisationnel pérennes.

« Il y a un socle de partenaires depuis des années : l'équipementier, le jeu vidéo, la voiture... tous les médias « print » que l'on est obligé d'avoir sur ce type d'événements d'envergure. Nous c'est direct matin. En radio, c'est RMC. » Benjamin Garot, Sport Plus Conseil. Extrait d'entretien du 22 avril 2015.

4.3.1.1 Une gestion privée d'apparence fermée

Ce montage peut générer de l'extérieur une impression de « gestion fermée ». Pour justifier cela, nous nous appuyons par exemple sur les difficultés rencontrées pour obtenir des entretiens. Il fut beaucoup plus simple d'avoir accès aux acteurs par la fédération que par la ligue ou Nike. Nous avons rencontré des élus dans le domaine du sport qui connaissent cet événement, mais qui n'en savent pas plus que la connaissance sommaire conférée par un communiqué de presse. Ces acteurs ont très peu de choses à dire sur le « LNB All Star Game ». La fédération en premier lieu souhaite rester en retrait puisque ce n'est pas un événement qu'elle porte.

« Le ASG est un pur produit LNB qui elle-même sous-traite à une agence, Sport Plus Conseil. C'est un produit porté financièrement essentiellement par Nike. Donc effectivement pour tout l'impact que peut avoir le ASG je ne suis pas la personne-ressource... » Nadine Paris, responsable des événements sportifs à la fédération française de basket-ball et directrice de l'Euro Basket 2015. Extrait d'entretien du 30 janvier 2015.

« Les relations que l'on a avec la fédération... C'est minime. Les arbitres sont gérés par la fédération par exemple. La commission sportive de la ligue avec qui je suis en contact, pour du matériel, de la logistique...mais ce sont eux qui sont en contact avec la fédération. Nous on ne l'est jamais. On a été en contact quelques fois avec le service communication pour qu'il nous mette en avant l'événement. Ils ont un magazine, un site web très consultés... voilà mais cela s'arrête là. Le mouvement olympique... non aucune relation. » Benjamin Garot, Sport Plus Conseil. Extrait d'entretien du 22 avril 2015.

Pourtant le président de la fédération française de basket-ball, Jean-Pierre Siutat, considère le territoire d'Ile-de-France comme un des leviers importants de la discipline en termes de vivier de joueurs. Il explique à cet égard que le « LNB All Star Game » est le bras armé qui permet de nourrir ce vivier. Cependant, il semble que ce volontarisme stratégique se cantonne à communiquer sur un dispositif commercial, véritable outil de visibilité pour la discipline.

« Nous fédération, considérons que Paris et l'agglomération parisienne sont un enjeu très important parce que nous sommes un sport qui a besoin de gens grands, costauds, qui sautent haut, des athlètes etc. On sait que l'on a beaucoup de jeunes de l'agglomération parisienne qui sont d'origine antillaise ou africaine avec ce mixage qui fait que l'on a désormais beaucoup de binationaux. On s'aperçoit que très souvent en compétition de jeunes, ce sont ces sélections qui sont championnes de France. On se rend compte qu'il y a un vrai potentiel ici et à chaque fois que l'on a une collectivité territoriale qui veut ou qui choisit de faire du basket-ball, nous devons être derrière, c'est important. Nous déléguons pour dynamiser l'ensemble. C'est un pilotage du haut. ». Jean-Pierre Siutat, président de la fédération française de basket-ball, vice-président du CNSOF. Extrait d'entretien du 30 janvier 2015.

Concernant les relations avec la ville, là aussi elles sont minimales. Les premières années, une convention de partenariat prévoyait un échange d'espaces de visibilité. Mais celle-ci n'a pas duré compte tenu de la dimension commerciale affichée et revendiquée par les organisateurs.

« Il n’y a pas de partenariat avec la ville de Paris. Il y en avait eu un les premières années. Mais en général c’est pour des subventions, ou de la visibilité en échange de places. Mais finalement l’événement se vend bien en billetterie, nous n’avons pas besoin de ce type de promotion. » Benjamin Garot, Sport Plus Conseil. Extrait d’entretien du 22 avril 2015.

Pascal Cherki confirme cette situation en expliquant qu’il n’y a aucun intérêt concret pour la ville à se placer à côté d’un événement de ce type. Il consacre l’autonomie du porteur.

« Honnêtement on s’en foutait de cela. C’est le truc de basket... mais là on laisse Bercy. C’est bien qu’il y soit mais c’est Bercy... C’est comme la finale de la coupe de France de hockey. C’est un truc commercial cela ne nous intéresse pas. Ce n’est pas un truc dans lequel on s’investit. Après il y a des choses qui ont lieu sans nous, on est d’accord. Ce n’est pas dans notre stratégie. » Pascal Cherki, député PS de la 11^e circonscription de Paris, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2001 à 2008, extrait d’entretien du 26 juin 2015.

Guillaume Dufeutrelle, responsable des relations avec le sport de haut niveau à la direction Jeunesse et Sport explique également ne pas être mobilisé sur le « LNB All Star Game », mais plutôt sur des événements portés par la fédération. En revanche, il intervient au sujet de la convention avec le POPB, désormais Accor Hôtel Arena. La ville veille à faire office de médiateur dans les négociations entre les deux groupements privés.

« Je travaille sur d’autres choses que le ASG. Les dix jours du basket-ball à Paris, l’Open LFB, le Bleu Blanc Tour... on a un lien un peu plus proche. Quand ils organisent le All Star Game, ils peuvent venir nous voir pour nous demander de l’affichage « Mairie de Paris » sur le site, avec des invitations, on va en distribuer dans les dispositifs sportifs municipaux des choses comme cela. Pour ces organisateurs-là, le nerf de la guerre c’est un peu la discussion avec Bercy... combien... C’est compliqué. Puis, il y a des aléas comme les travaux c’est encore plus compliqué et ils vont ailleurs. Là, ils demandent un peu l’aide de la ville pour les soutenir là-dedans, surtout que pour ce qui est de Bercy, la ville est propriétaire aussi donc on fait partie des négociations. On est médiateurs généralement mais à un niveau supérieur, pas nécessairement au niveau de cet événement. » Guillaume Dufeutrelle, conseiller des activités physiques et sportives, mission Sport de Haut Niveau et Concessions, mairie de Paris, extrait d’entretien du 24 septembre 2014.

Bien qu’il ne soit pas une priorité pour Paris, il est important de permettre à ce genre d’événements de continuer à exister dans une salle comme celle de Bercy. Cela alimente la fonction spectaculaire et médiatique (Pociello, 1995) du sport et contribue indirectement à la renommée sportive de la capitale comme nous le verrons plus en détail dans la partie 3 relative à l’ancrage territorial.

4.3.1.2 L'autonomie : la véritable stratégie de l'événement commercial

Les organisateurs de leur côté expliquent tout simplement ce cloisonnement par le fait qu'ils n'ont besoin de personne pour faire fonctionner le « LNB All Star Game ». Cette totale autonomie s'explique simplement par le modèle de gouvernance du projet événementiel. La stratégie de mise en réseau des acteurs n'est pas un objectif.

« Je ne pense pas que ce soit une volonté d'être fermé de notre part. C'est juste que finalement nous ne dépendons de personne pour faire l'événement donc on n'a besoin de personne...les relations ne sont pas là du coup. C'est simple. » Benjamin Garot, Sport Plus Conseil. Extrait d'entretien du 22 avril 2015.

Le secteur commercial s'est donc pleinement saisi de l'événement et n'a pas besoin de créer des relations avec d'autres acteurs au-delà de la ligue qui est propriétaire des droits. De ce constat pragmatique découle une gestion autonome. La ville est dans une position attentiste et observe de loin son déroulement. Pour elle, il est intéressant de savoir que cela existe, mais elle n'y voit pas d'intérêt réel à s'y investir. L'événement devient alors une sorte de bulle qui, par son positionnement ne génère pas de synergies. Les élus que furent Pascal Cherki ou Jean Vuillermoz l'évoquent avec beaucoup de recul et de prudence. Ils donnent l'impression de ne prendre en compte que ce qui les concerne. En l'occurrence ici, très peu de choses hormis les relations avec les gérants de l'infrastructure qui accueillent le projet. Cela illustre bien la polysémie du sport et le retrait de la sphère publique sur certaines de ses dimensions.

Au-delà d'être une réalité uniforme, le sport est un ensemble de pratiques différenciées (Irlinger, Louveau, Metoudi, 1987 ; Garrigues, 1988). Les événements sportifs s'érigent dans cette diversité et contribuent à leur manière à animer et à structurer le secteur. Ici, c'est un objectif de visibilité et de développement d'une discipline. Dès lors, la quasi-indifférence à l'égard du « LNB All Star Game », érigée sous prétexte qu'il s'appuie sur une dimension commerciale peut conduire à une vision réductrice de ses effets potentiels. Le sport est bien un champ concurrentiel où se rencontrent l'offre et la demande comme dans tout marché (Noé, 1991). De l'autre côté justement, les acteurs privés n'ont besoin de personne et puisqu'ils n'y sont pas contraints/incités, ne mettent rien en œuvre d'un point de vue social ou d'intérêt général. Ainsi, nous observons les contours d'une entente implicite entre les deux sphères.

L'événement sportif commercial est donc dans ce cas, une mise en réseau assez singulière : elle vise à générer un profit de type promotionnel au service de la performance économique ou managériale de l'entreprise. Lorsque ces objectifs sont prioritaires, ils semblent qu'ils soient incompatibles avec des considérations sociales ou philanthropiques. Ils entraînent dès lors un renoncement sur ces dimensions au profit d'une concentration sur la dimension commerciale économiquement plus vertueuse, et surtout en phase avec la nature juridique des porteurs du projet événementiel. Ces volontés antagonistes ne permettent pas l'émergence d'un intérêt commun et caractérisent donc une situation d'autonomie. Le tableau ci-dessous synthétise les acteurs impliqués et leur fonction dans le système organisationnel conduisant à cette situation d'autonomie revendiquée.

« LNB All Star Game »	
Impulseur LNB	Indifférents Fédération Française de Basketball La ville de Paris
Facilitateur	Ralentisseur
Contributeurs Sport Plus Conseil SA BERCY POPB Partenaires et sponsors Prestataires	

Tableau 33 : les fonctions des différents acteurs au sein de la situation d'autonomie revendiquée du « LNB All Star Game »

4.3.2 Le cas de Roland Garros : une bulle autonome

Bouchet (2005) identifie la classe de l'événement Roland Garros organisé par les associations et les fédérations sportives, au contraire d'événements organisés par des prestataires privés tels que le Tour de France par ASO ou les Jeux Olympiques par un « *consortium public avec des fonds privés* ». Or Roland Garros brouille la barrière entre l'événement destiné à promouvoir l'éducation, la compétition, la santé et celui qui a vocation à générer du profit. À partir du moment où le sponsoring et les contrats médias, et non plus les financements d'institutions publiques, permettent le rayonnement de l'événement, nous tendons clairement vers le second objectif. Mais ce montage reste très singulier comme le rappelle Hughes Cavallin (vice-président de la FFT) ci-dessous.

« Le plus gros événement sportif en chiffre d'affaires de France devant le Tour de France est la propriété d'une fédération associative. C'est assez unique et je pense que le secteur marchand aimerait bien en être propriétaire. » Hughes Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, président de la ligue de tennis de Paris, trésorier du CROSIF, extrait d'entretien du 6 mai 2015.

En ayant les droits sur toutes les compétitions de tennis se déroulant en France, la FFT parvient à détenir le deuxième chiffre d'affaires d'une fédération en France, juste après le football¹¹⁰. Cette maîtrise des flux financiers est une aubaine pour la fédération qui, grâce aux recettes de l'événement, parvient à faire fonctionner la discipline en France. Ce modèle particulièrement vertueux est très spécifique au cas de Roland Garros. Il l'est, vis-à-vis d'autres fédérations qui ne disposent pas d'un événement récurrent de cette ampleur et laissent généralement l'organisation de la sphère professionnelle à une ligue comme nous

¹¹⁰ 210 millions d'euros pour la FFF, 191 millions d'euros pour la FFT sources consultés le 11 février 2016 : <https://www.ecofoot.fr/federation-francaise-football-bilan-financier-2013-14/> et <http://www.tennisaddict.fr/article/183/roland-garros-poumon-du-tennis-francais>

venons de le voir avec le basket-ball. Il est aussi spécifique à l'égard des autres tournois du grand chelem qui sont tous la propriété d'organes privés. Cette singularité semble trouver une explication dans la culture du tennis comme l'explique Alain Kronenberger.

« On pourrait imaginer que dans d'autres sports, les grands événements soient la propriété des fédérations. Il y a eu à un moment des débats là-dessus : doit-on vendre l'organisation à ASO ou un truc comme cela ? Mais c'est absolument impensable pour le tennis en tout cas. Il faut aussi se dire qu'il n'y a pas 36 sports qui peuvent avoir un événement annuel de cette dimension. Notre sport s'y prête très bien. Puis c'est aussi une culture un peu de patrimoine, d'histoire. » Alain Kronenberger, coordonnateur national politique sportive des ligues, direction technique nationale, fédération française de tennis, extrait d'entretien du 13 avril 2015.

Grâce à ce modèle, une grande partie des recettes financent le développement et le fonctionnement de la discipline. Environ 4 700 personnes directement impliquées en 2012 (pour 680 ETP¹¹¹). Ce modèle très vertueux permet aux organes déconcentrés de la fédération de disposer d'une assise financière unique par rapport aux autres sports français. Cette situation est expliquée de l'intérieur par Eric Lajugie (conseiller en développement à la ligue de tennis de Paris). Il évoque le décalage qui peut exister avec d'autres sports.

« Nous sommes très bien lotis, les autres sont jaloux du tennis. À la fête des comités, je me souviens à la première réunion je déconnais, je voulais faire de l'humour... c'était tombé à l'eau ! On faisait le tour de table avec toutes les activités, le patinage, le roller skate ... le mec était content parce qu'il venait de recevoir 10 paires de patins. Alors les comités que pouvez-vous remettre aux enfants durant la journée ? Moi, j'ai des portes clefs, moi j'ai des autocollants...moi je dis on va filer des chèques (rires) pour déconner comme cela. » Eric Lajugie, conseiller en développement à la ligue de tennis de Paris, en charge des relations avec les scolaires et des animations, extrait de l'entretien du 3 octobre 2014.

Il est intéressant de noter que le tennis, disposant généralement d'une image de sport aisé, réservé à certaines catégories sociales, se confronte en interne aux difficultés des autres disciplines. Le décalage de moyens illustré par cette anecdote lors d'une réunion de comités au CDOS 75 alimente des sentiments naturellement envieux. L'impact de Roland Garros à cet égard est clair : il permet à la discipline de se trouver dans cette situation particulièrement confortable, unique en France. Le nouveau modèle économique fédéral que nous détaillerons plus loin s'appuie sur l'événement et vise à contrôler les dépenses des comités et ligues qui, selon le vice-président Hughes Cavallin, *« vivaient un peu au-dessus de leurs moyens »*. Il semble que le confort économique apporté par l'événement ait entraîné quelques abus. Cependant, comme le rappelle Alain Kronenberger, *« tout le monde à la fédération sait bien ce qu'il doit au tournoi »*. Eric Lajugie, bien qu'il n'ait aucune mission reliée directement, nous explique par exemple que son poste existe grâce à l'événement.

« Mon poste est subventionné par la fédération. Si demain Roland Garros n'est plus un tournoi du grand chelem, cela veut dire moins de retombées médiatiques, mon emploi est en jeu. » Eric Lajugie, conseiller en développement à la ligue de tennis de Paris, en charge des relations avec les scolaires et des animations, extrait de l'entretien du 3 octobre 2014.

¹¹¹ « Équivalent temps plein ».

Avant de nous intéresser aux relations de l'organisateur avec les autres acteurs par l'intermédiaire du tournoi (ou plutôt les non-relations), nous présentons une frise historique retraçant les grandes étapes de cet événement mondialement connu. Nous verrons à la suite, le schéma de la gouvernance interne du bureau fédéral. Toutefois, hormis des changements de personnes (le départ médiatisé de Gilbert Ysern¹¹² ou le remplacement de Patrice Hagelauer par Arnaud Di Pasquale), le schéma reste d'actualité dans la mesure où la structuration de la gouvernance reste la même.

¹¹² <http://www.lejdd.fr/Sport/Tennis/Gilbert-Ysern-le-patron-de-Roland-Garros-les-secrets-d-une-eviction-773887> (consulté le 17 mai 2016).

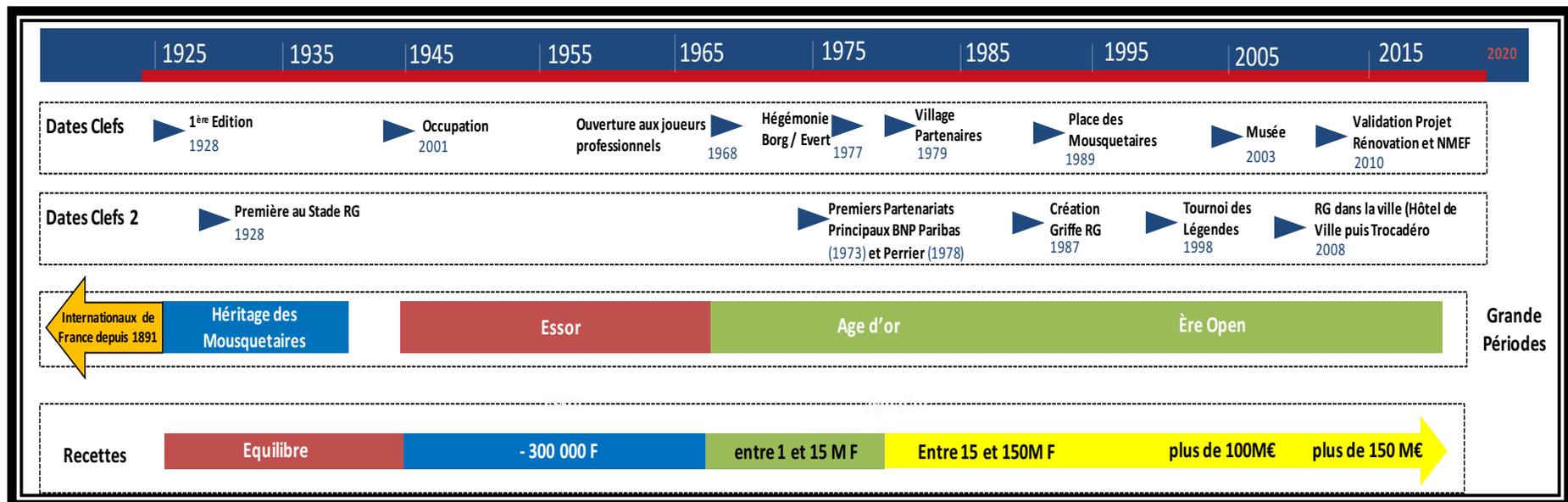


Figure 27 : frise historique synthétique de Roland Garros

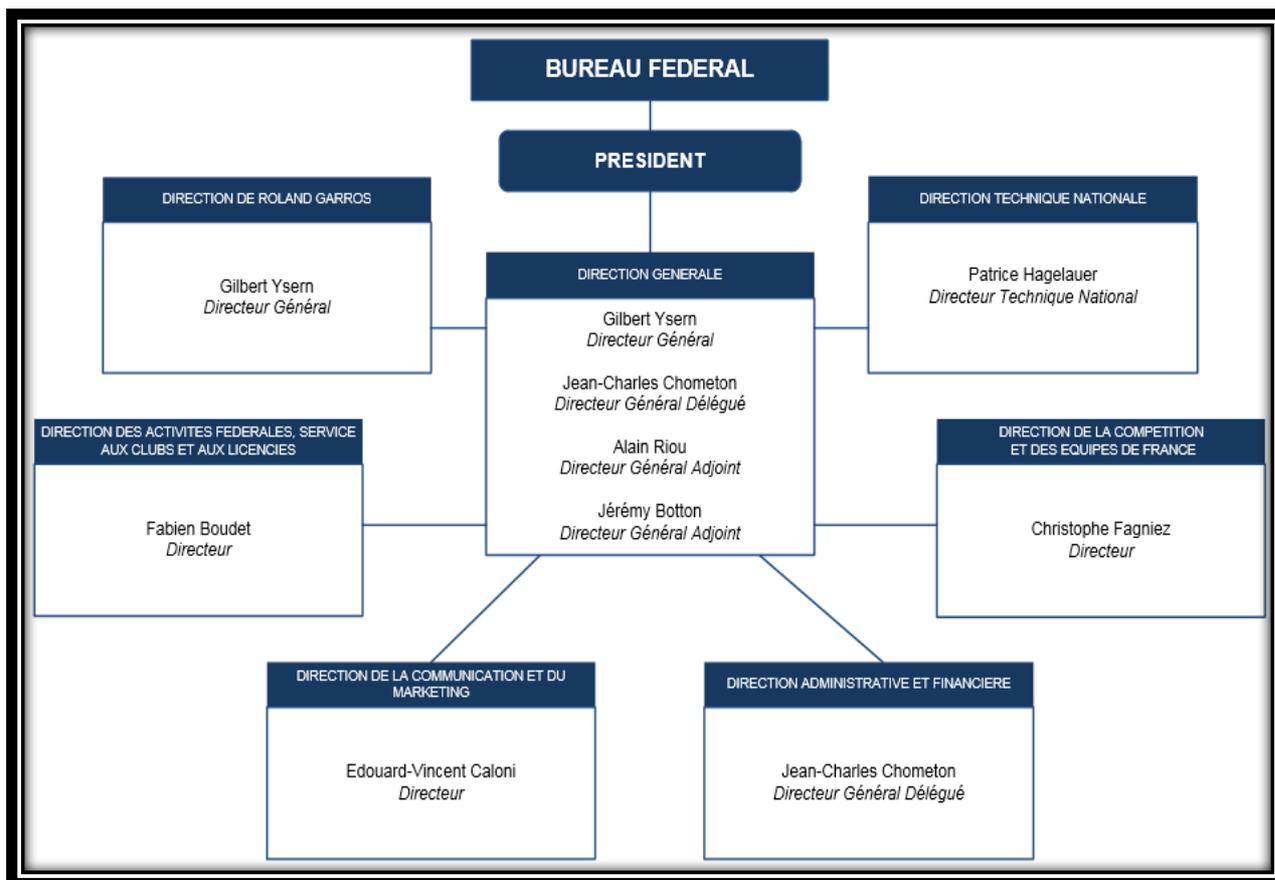


Figure 28 : organigramme synthétique de la FFT autour du président Jean Gachassin en 2013

La fédération française de tennis organise le tournoi de Roland Garros de manière totalement autonome. Les relations avec les acteurs du mouvement sportif (mouvement olympique) ou la ville ne sont pas légères. Observée de l'extérieur, nous avons l'impression de nous frotter à une machine très bien huilée et au fonctionnement fermé. En témoignent les difficultés rencontrées pour obtenir des rendez-vous à la fédération. Après de nombreuses tentatives infructueuses, c'est par l'entremise de personnes faisant partie du sérail et se rendant régulièrement au stade Roland Garros que nous avons pu obtenir un premier rendez-vous. Une fois tombée sur la personne ressource, les portes se sont ouvertes presque naturellement. Nous avons eu le sentiment d'une nécessité de parrainage en quelque sorte, pour avoir la chance d'obtenir des réponses à nos questions. Il est à noter cependant que la fédération est très régulièrement sollicitée dans le cadre d'études.

Pour en revenir au jeu d'acteurs, malgré le dynamisme économique et les emplois générés par l'événement, il semble que le tournoi ne soit pas un levier créateur de relations débouchant sur une mise en réseau.

4.3.2.1 L'autonomie : une tendance culturelle du tennis ?

Les techniciens de la ville de Paris indiquent sans détours que Roland Garros est une bulle autonome.

« Roland Garros est un bel outil, cela représente une frange aisée de la population... mais c'est bien fait. Il en faut pour tous les goûts. Après bien sûr, ils sont dans leur bulle : la bulle Roland Garros. On n'y a pas accès. » Jean-Claude Coucardon, directeur de la mission des Grands Stades et de l'Événementiel, direction Jeunesse et Sport, mairie de Paris. Extrait d'entretien du 27 avril 2015.

« Il faut quand même bien avouer que le tournoi commence et se finit sans qu'il n'y ait eu de prises dessus. C'est clair...si ce n'est de contrôler et de vérifier que l'utilisation lors du tournoi de Roland Garros du stade est bien celle qui doit l'être... ». Guillaume Dufeutrelle, conseiller des activités physiques et sportives, mission Sport de Haut Niveau et Concessions, mairie de Paris, extrait d'entretien du 24 septembre 2014.

Cette autonomie se ressent même à l'intérieur de la fédération parmi les dirigeants. Notre étonnement fut total lorsque nous avons appris à Eric Lajugie en octobre 2014 l'existence d'un dispositif *« Roland Garros dans la ville »*. Ce dirigeant de la ligue de tennis de Paris est pourtant, de son propre aveu *« en charge de toutes les opérations tennis qui se déroulent à Paris dans l'espace urbain »*.

« Ah bon... je n'étais même pas au courant (...) je n'ai pas connaissance des actions qui ont été menées au Champ de Mars. Par contre, effectivement les années d'avant sur le parvis de l'Hôtel de ville il y avait aussi un terrain ainsi que des jeux annexes. Mais normalement quand la fédération met en place quelque chose en dehors de Roland Garros, elle passe par la ligue. Je suis très surpris de ne pas être au courant de cela. Non seulement au courant, mais aussi impliqué. Pour nous justement c'est un prétexte pour faire connaître la pratique et nos clubs, donc (blanc) c'est tout à fait intéressant que l'on participe. Là, le fait de ne pas le savoir m'étonne ». Eric Lajugie, conseiller en développement à la ligue de tennis de Paris, en charge des relations avec les scolaires et des animations, extrait de l'entretien du 3 octobre 2014.

Interrogé sur cette situation, Hughes Cavallin explique que la fédération n'a pas eu besoin de la ligue malgré sa connaissance de la ville de Paris.

« Non parce que... au départ il était... enfin il n'était pas spécifiquement lui au courant parce que... la ville non plus à part le fait de donner le site. La ville nous dit que l'on peut aller là, mais c'est tout. La fédération a tout gardé car c'était quelque chose de plus événementiel. Il y avait des démonstrations et des joueurs de bon niveau. Si ce n'est que cela, il n'y a pas besoin de la ligue. » Hughes Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, président de la ligue de tennis de Paris, trésorier du CROSIF, extrait d'entretien du 6 mai 2015.

En réalité, il semble que les relations de la ligue de Paris avec la fédération soient presque moins fréquentes et systématiques qu'avec la ville de Paris. D'un point de vue statutaire, les ligues ont la possibilité de garder la main sur la politique régionale.

« La fréquence c'est une fois par semaine. Nous dépendons de Roland Garros mais chaque ligue (puisque'il y a un président de ligue) est quand même très indépendante. La fédération de tennis ce ne sont pas des dictateurs. Les présidents sont très puissants. Ils tiennent à leur

indépendance. » Eric Lajugie, conseiller en développement à la ligue de Paris de tennis, en charge des relations avec les scolaires et des animations, extrait de l'entretien du 3 octobre 2014.

Pourtant, le nouveau modèle économique fédéral tend à re-questionner cette indépendance en suggérant un effort collectif et l'application d'une marche à suivre, à moyen terme à l'échelle nationale. Cependant, cette indépendance reste étonnante dans le cas de la ligue de Paris compte tenu de la proximité du tournoi et de son président qui est aussi vice-président de la fédération, justement en charge du nouveau modèle économique (Hughes Cavallin). En allant un peu plus loin dans la réflexion, nous comprenons que cette situation est entretenue par les présidents de ligue.

« La fédération essaie d'être plus présente en donnant des bourses à des jeunes, en montant quelques projets. Les présidents de ligue votent, ils sont aussi au bureau directeur de la fédération... ». Hughes Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, président de la ligue de tennis de Paris, trésorier du CROSIF, extrait d'entretien du 6 mai 2015.

Roland Garros est l'événement qui structure le développement fédéral du tennis. Toutefois, comme l'indiquent les *verbatim* précédents, il semble que son organisation soit uniquement l'apanage de la fédération qui y consacre des postes à plein temps. Le fonctionnement fédéral se construit sur la base d'une répartition stricte des compétences entre les ligues et le corps fédéral central qui se tient à Auteuil. Bien que l'événement finance pour une large part la discipline, il ne remet pas en cause ce modèle de gouvernance et n'est pas, ou très peu, constitutif de passerelles en interne.

Cette situation illustrée par le dispositif « Roland Garros dans la ville » met en exergue un fonctionnement compartimenté. En reprenant la main sur le dispositif, la fédération répond aux exigences de la ville, notamment de Pascal Cherki, puis de Jean Vuillermoz, en développant des dispositifs à l'intention du « tout public ». En prenant place au Champ de Mars, et en ne saisissant même plus les moyens humains de la ligue, la fédération propose un dispositif modeste à moindre coût, et répond aux attentes de l' élu politique.

« Cela s'est traité entre la ville et Roland Garros. La fédération l'a joué fine en disant on va leur proposer une belle animation, cela va les aider à montrer que nous, Roland Garros, on est ouvert, on est prêts à faire quelque chose pour les parisiens, etc. C'est signé depuis 2 ans et il n'y a pas d'action. C'est un raccourci mais c'est cela. L'objectif c'était de faire plaisir à la ville. » Eric Lajugie, conseiller en développement à la ligue de tennis de Paris, en charge des relations avec les scolaires et des animations, extrait de l'entretien du 3 octobre 2014.

Cette séparation des services consacre la dimension hermétique de l'organisation du tournoi que nous percevons rapidement pendant la phase de collecte des données. Ce cloisonnement s'explique, selon nos interlocuteurs, par une culture de la discipline, historiquement élitiste (Pociello, 1981) et peu accessible (Waser, 1995 ; 1998).

« C'est presque culturel chez nous ce manque de synergie... Il faut quelque chose de transversal. Cela ne fait pas très longtemps que le tennis se démocratise et encore... doucement parce que les personnes qui sont à la tête du tennis français, même si cela évolue, sont quand même très conservatrices des valeurs du passé, voire passéistes du tennis. Avant, le jeu de paume était le sport des rois, et le roi des sports. Il fallait avoir de l'argent et il n'y avait que les bourgeois qui pouvaient jouer au tennis. On a très longtemps encore cultivé

cette image pour un sport un peu feutré, inaccessible. » Eric Lajugie, conseiller en développement à la ligue de tennis de Paris, en charge des relations avec les scolaires et des animations, extrait de l'entretien du 3 octobre 2014.

Cette vision assez critique de la discipline expliquerait le renfermement des organisateurs qui ne veulent surtout pas perdre la mainmise sur l'événement qui constitue le socle de l'ensemble du modèle économique. En effet, historiquement, le tennis était pratiqué, regardé et financé presque exclusivement par l'aristocratie et la bourgeoisie (Pociello, 1981). Dans ce contexte, les dirigeants n'ont pas eu de difficultés à maintenir le principe de l'amateurisme et à exercer un pouvoir monopolistique (Waser, 1998). Mais l'ouverture progressive du tennis à d'autres catégories sociales et l'internationalisation de ce sport (Suaud, 1989, Parlebas, 1999 ; Zieleskiewicz, 2015) amènent les dirigeants des pays européens à accepter des compromis avec des bailleurs de fonds qui font du tennis un spectacle grand public. L'analyse de Waser en 1998 semble être toujours d'actualité : *« les dirigeants fédéraux ont besoin des capitaux financiers qu'apportent les entrepreneurs de spectacles et ces derniers ne pourraient commercialiser le spectacle s'il n'y avait pas de publics suffisamment sensibilisés pour apprécier ce jeu, d'éducateurs et de dirigeants bénévoles pour former des joueurs et d'autorités qui puissent accréditer au tennis, par la production de titres sportifs, une valeur symbolique forte ».*

4.3.2.2 Une autonomie accompagnée par l'acteur public

De son côté la ville, consciente du potentiel de l'événement en termes d'image, est attentive aux besoins de la fédération. Nous verrons même un peu plus loin que la FFT bénéficie d'une attention toute particulière des élus (nous parlerons même de privilèges) à la faveur de l'importance et du rayonnement du tournoi. Le débat autour de sa relocalisation met en exergue ces relations privilégiées. Jean-Claude Coucardon, responsable de la mission des Grands Stades et de l'Événementiel Sportif à la mairie de Paris évoque un tournoi à part, qui n'en est pas moins bon pour la ville.

« Roland Garros est une image dans le monde entier qui est diffusée dans plus d'une centaine de pays. Il y a toujours des images de Paris, la tour Eiffel... Comme ils le font pour le Tour de France d'ailleurs. Roland Garros a tout à fait sa place. Cela fonctionne bien, c'est bien organisé. Oui c'est cher, c'est aisé, un peu branchouille...il faut se faire voir à Roland Garros. Pour certains parisiens ne pas aller à Roland Garros, c'est comme la 'Rolex', on a loupé sa vie. Mais cela ne me gêne pas du tout. C'est à l'image du 16^e, mais c'est un bel outil que l'on doit préserver car c'est dans notre intérêt. » Jean-Claude Coucardon, directeur de la mission des Grands Stades et de l'Événementiel, direction Jeunesse et Sport, mairie de Paris. Extrait d'entretien du 27 avril 2015.

De la même manière, Pascal Cherki parle d'un événement de « *sport business* » qui, malgré son organisation fermée, ne doit surtout pas être dissociée de Paris. Il comporte une dimension de relations publiques qui en fait une extraordinaire plate-forme de rencontres entre entreprises : un lieu nécessaire pour la capitale.

« Roland Garros, c'est une manière pour toute une série d'entreprises de faire des relations publiques. Paris est une ville positionnée sur le luxe, sur un certain nombre de services haut de gamme, financiers ou autres. Avoir un événement qui permet cette concentration, de mettre tout le monde dans un cadre, c'est primordial. » Pascal Cherki, député PS de la 11^e

circonscription de Paris, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2001 à 2008, extrait d'entretien du 26 juin 2015.

L'événement se marie donc bien, selon l'ancien maire adjoint au sport, aux caractéristiques, atouts et besoins de la ville. Il va plus loin, en justifiant le soutien de la ville par une nécessaire connexion avec le monde des affaires, malgré une couleur politique de gauche plus axée sur les externalités sociales.

« En même temps Paris, même si on est une ville de gauche avec une politique sociale active... il ne faut pas non plus que l'on soit en déconnexion avec une partie du monde des affaires... et même entre guillemets je dirai les goûts et les aspirations d'une partie de la bourgeoisie parisienne. Donc Roland Garros est aussi un moyen pour cela. Le tout avec une fédération qui est suffisamment dynamique et intelligente pour s'autofinancer. » Pascal Cherki, député PS de la 11^e circonscription de Paris, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2001 à 2008, extrait d'entretien du 26 juin 2015.

Ainsi, gouverner une ville de la taille de Paris ne revient pas à appliquer un programme simplement en lien avec une idéologie, une théorie politique. Il semble parfois que le pragmatisme de l'élu le conduise à s'adapter aux réalités du terrain et de la population qu'il administre. En conséquence, malgré son étiquette politique communiste, Jean Vuillermoz a toujours fait face aux critiques de son parti suggérant qu'il ne pouvait accorder autant d'attention et de moyens au « *sport business* » (événement Roland Garros, stade Jean Bouin). Cette position est d'autant plus facile à tenir dans le cas de Roland Garros, puisque la fédération parvient à s'autofinancer. Le soutien ne se matérialise donc qu'à travers une posture politique et les débats autour de la relocalisation du tournoi qui génère, aujourd'hui encore, des tensions. Ce soutien s'effectue aussi en contrepartie d'actions de la FFT en faveur du grand public. Pascal Cherki a donné l'impulsion à « Roland Garros dans la ville », lorsque Jean Vuillermoz cherche à démocratiser la discipline à travers des dispositifs dans les écoles.

« Dernier point qu'on a dit à la fédération, même si on ne met pas un rond dans l'événement, on veut que ces événements suscitent une forme de participation populaire : Roland Garros dans la ville. » Pascal Cherki, député PS de la 11^e circonscription de Paris, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2001 à 2008, extrait d'entretien du 26 juin 2015.

« La question est de savoir comment continuer à démocratiser le tennis. Il faut faire en sorte que le tennis aille dans les quartiers populaires. Comme tous les sports. Alors la ligue de Paris de tennis a fait beaucoup de choses. On les a aidés à se développer dans le nord-est parisien. Mais ce que j'aurais souhaité, c'est qu'en plus petit, ce qui se faisait sur le parvis de l'hôtel de ville (...) puisse se développer sur l'ensemble des esplanades des mairies d'arrondissement. Il faut relancer l'idée au niveau du maire adjoint des sports pour que cela puisse se faire. Avec Hughes Cavallin, on était totalement d'accord pour réaliser cela. Mais là encore, c'est vrai qu'il faut que la ville s'investisse, ou alors qui paye ? Sinon c'est toujours dans le même sens. Tout cela dépend de Roland Garros, de son implantation. » Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, extrait d'entretien du 3 avril 2015.

La ville soutient aux niveaux promotionnel et logistique le dispositif du Champ de Mars. Ce dernier n'est donc vraiment pas un poste de dépense important pour la FFT. En revanche, il

n'y a rien sur l'événement Roland Garros à proprement parler. L'événement vit par lui-même. Il se déroule chaque année, sans qu'il n'y ait de relations.

« *C'est un souhait fédéral à l'origine car ils voulaient un peu communiquer sur Roland Garros au cœur de Paris. Donc le dispositif a été mis en place mais évidemment avec un gros travail des services de la DJS car on est vraiment sur un territoire parisien, pas fait pour installer des courts de tennis. Pas de financement, car la fédération de tennis s'en sort assez bien là-dessus, mais logistique, de communication pour mettre le terrain sur le parvis de l'hôtel de ville pendant deux ou trois ans. Là, cela grossit encore un peu car il y a plus de place au Champ de Mars. Puis il y a aussi un soutien en communication qui a un vrai coût car on fait des affiches pour Roland Garros dans la ville. Pour Roland Garros, par contre, il n'y a pas d'affichage.* » Guillaume Dufeutrelle, conseiller des activités physiques et sportives, mission Sport de Haut Niveau et Concessions, mairie de Paris, extrait d'entretien du 24 septembre 2014.

Roland Garros est donc un événement à dimension internationale qui est organisé de manière autonome, conformément aux droits de propriété et à la marque du tournoi, détenus par la fédération. Cette dernière, fait tout pour garder le plus possible la main sur son principal atout. Elle s'appuie même de plus en plus dessus pour faire fonctionner son modèle économique. Ce n'est pas cet événement qui permet la création de synergies. Bien qu'il soit vecteur de nombreux impacts positifs sur le territoire et surtout sur l'organisation de la discipline, il n'a pas la vertu d'intégrer différentes catégories d'acteurs au sein d'un réseau, ni d'initier des dynamiques plus originales, sociales ou politiques. Il semble en réalité que ce soit cette maîtrise et ce relatif cloisonnement inhérent au positionnement de l'événement, qui explique sa réussite. Depuis deux décennies, le rayonnement médiatique, et surtout les recettes, sont en croissance à chaque édition. Cela valide quelque part les choix... et suggère de défendre ce modèle, en le maintenant en vase clos.

« *Aujourd'hui la fédération est assez indépendante sur l'organisation de ces événements. Sur Roland Garros il faudrait voir ce que cela peut nous apporter. Que quelqu'un d'autre s'implique dans l'organisation c'est déjà assez compliqué... aujourd'hui c'est structurel, on est indépendant. On sait organiser, on peut organiser. On ne veut pas perdre ce qui nous appartient.* » Nhi Nguyen-Killy, direction opérationnelle des tournois, extrait d'entretien du 17 février 2015.

Les collectivités territoriales voient en Roland Garros, un atout majeur pour le développement. Frédéric Sanaur (alors chef du service des sports au conseil régional d'Île-de-France) par exemple l'évoque dans le *verbatim* suivant. Il insiste bien sur la force des organisateurs de continuer à se développer et à se médiatiser comme avec le dispositif « Roland Garros dans la ville » malgré le succès établi depuis des années.

« *Roland-Garros : ce sont 2 millions à 3 millions de retombées positives juste pour un événement sportif. On voit qu'il y a un réel intérêt pour les territoires à se positionner sur ces grands événements. On est sur cette logique à la région Île-de-France, on met des moyens pour les soutenir lorsqu'ils mettent en avant de leur côté ce genre de stratégie. Roland-Garros, pour le coup dans la question des impacts, est très fort. Ils savent faire du développement économique, ils savent faire du tourisme, ils savent médiatiser tout ce qu'ils font. Je pense que ce sont ceux qui connaissent le mieux leur événement et leurs retombées pour développer le tennis, construire des cours, former des éducateurs...* » Frédéric Sanaur,

chef du service des sports, conseil régional d'Ile-de-France, extrait d'entretien du 14 avril 2014.

Toutefois, bien que ces acteurs (ville de Paris, conseil régional) soient conscients de l'intérêt d'avoir un événement de ce type chaque année sur leur territoire, il n'en reste pas moins que la FFT, dans l'organisation concrète de son projet événementiel, procède en totale autonomie. Au-delà du programme d'accompagnement (détaillé dans la partie 3 relative à l'ancrage territorial) et en particulier du dispositif « Roland Garros dans la ville » sur le Champ de Mars, la FFT a besoin de contracter avec la mairie de Paris pour l'usufruit du stade à Auteuil. Nous allons voir dans la partie suivante que cette négociation, questionnée par la question de la relocalisation du stade révèle en réalité une situation de négociation (Reynaud, 1990) et de jeux de pouvoir (Sénécal, 2005).

4.3.2.3 La concession : passage obligé par le dialogue et la négociation

Bien que la FFT dispose de l'ensemble des droits de propriété du tournoi, des échanges avec la ville de Paris apparaissent au sujet de la concession du stade Roland Garros. Ces relations s'illustrent ici dans le cadre d'une négociation (Callède, Dané, 1991) où chaque partie défend ses intérêts (Friedberg, 1997 ; Surel, 1998). Dans ces situations, il est nécessaire d'entamer des négociations pour trouver une issue autre que la contestation ou la sortie de la relation (Hirschmann, 1970). Musselin (2006) rappelle que les conflits, l'absence de relations ou à l'inverse, leur intensité et leur densité, sont de puissants indicateurs des marchandages, des échanges, des négociations, des déséquilibres, des alliances, des coalitions qui sous-tendent les interactions entre les acteurs. À cet égard, ces situations et ces « non-relations » sont aussi des outils très pertinents pour comprendre ce qui se joue entre les acteurs (Merriam, 1998). Dans le cas de Roland Garros, on voit apparaître l'importance de la concession dans la relation entre la FFT et la ville de Paris. Guillaume Dufeutrelle souligne cette prégnance des négociations autour de la concession, de la rénovation et de la redevance. Il explique bien que l'événement se déroule sans qu'il n'y ait de réel dialogue. Malgré tout, la ville doit quand même effectuer une surveillance au titre du contrat de concession par lequel elle est liée à la fédération.

« On doit vérifier la véracité de leur propos sur ce qu'est Roland Garros car on parle ensuite de l'attribution de la concession, évidemment le tournoi est le cœur de tout, c'est pour cela qu'ils veulent faire les travaux... cela leur rapporte tant mais ce n'est pas assez donc c'est pour cela qu'ils ne peuvent pas payer une redevance trop élevée. On en parle tout le temps, c'est le point de d'orgue de la FFT donc il faut qu'on soit un petit peu au courant de ce qu'est le tournoi et de ce qu'il devient. Mais c'est de l'information et cela ne rentre en jeu que dans une certaine négociation. Ce n'est pas nous qui venons leur dire : faites cela ou on aimerait que vous fassiez cela ! ». Guillaume Dufeutrelle, conseiller des activités physiques et sportives, mission Sport de Haut Niveau et Concessions, mairie de Paris, extrait d'entretien du 24 septembre 2014.

Nous observons aussi des situations de négociation étroite dans lesquelles des jeux de pouvoir apparaissent. En effet, dans le cas de Roland Garros, la négociation autour du stade d'Auteuil ou de la rénovation de Bercy révèle une situation asymétrique dont la FFT tire profit. Roland Garros semble avoir un tel rayonnement qu'il justifie l'octroi de privilèges de la part de la ville. Il est important pour Paris de garder le tournoi sur le territoire. Dès lors, les projets de relocalisation, comme celui de Marne-la-Vallée sont vus comme de réelles

menaces. En prenant un peu de recul il s'avère que ces projets sont pour la plupart, moins de vraies alternatives que des leviers de pression, utiles lors des phases de négociation. Guillaume Dufeutrelle évoque cette situation dans le *verbatim* suivant. Il explique notamment la tension entourant les négociations pour la concession et le projet de rénovation.

« Elles sont tendues...mais c'est dans le cadre de la négociation... c'est serré. C'est très compliqué Roland Garros, donc forcément chacun veut tirer son épingle du jeu, chacun à des limites qu'il peut accepter ou non. Dans la négociation il y a toujours un moment où la ligne est franchie, puis on durcît le ton en face. Après finalement on trouve un point d'équilibre. Voilà... mais (blanc) c'est parfois tendu mais en même temps comme ce sont des gens avec lesquels on est amené à travailler, des semaines, des mois, dans des réunions qui peuvent durer des heures... un moment tout le monde sait très bien qu'on est dans le même bateau mais chacun joue sa partition. » Guillaume Dufeutrelle, conseiller des activités physiques et sportives, mission Sport de Haut Niveau et Concessions, mairie de Paris, extrait d'entretien du 24 septembre 2014.

Au-delà de ce jeu très politique de négociation, la ville œuvre sans ménagement pour faire en sorte que Roland Garros reste à Paris. Lorsque Jean Vuillermoz parle d'histoire d'amour entre le tennis et Paris pendant une audition de la ville par la fédération, nous comprenons que tout est mis en œuvre pour que le mariage perdure. En réalité nous sommes presque dans un renversement des rôles où l'élu politique, comme dans le cas d'une candidature à une coupe du monde, défend son dossier, tente de convaincre les porteurs du projet événementiel.

« Le discours que j'avais tenu le jour où le maire de Paris a été auditionné par la FFT pour laisser le tournoi à Auteuil, j'avais pris la parole et j'avais dit qu'il y avait une histoire d'amour entre le tennis, Roland Garros et Paris. Je le crois beaucoup. » Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, extrait d'entretien du 3 avril 2015.

Au nom de cette histoire et de cette interdépendance vertueuse puisque Roland Garros joue beaucoup dans sa communication sur les symboles parisiens¹¹³, la FFT obtient des « passe-droits » que certaines fédérations ne pourraient même pas envisager. L'un des plus notables est la parenthèse effectuée pendant les travaux de Bercy, pour que puisse se tenir le BNP PARIBAS MASTERS (organisé par la FFT). Jean-Pierre Siutat¹¹⁴ explique cela par la dimension nationale ou internationale de l'événement. Néanmoins, Guillaume Dufeutrelle¹¹⁵ nous confère que selon lui, la FFT est particulièrement bien traitée par l'acteur public parisien, dont il est lui-même l'exécutant.

« Clairement oui, ils ont eu un privilège. Ils ont su convaincre que leur événement ne pouvait être supprimé ou déplacé. Donc le calendrier des travaux a été fait en fonction ! Après il y a peut-être un ou deux événements qui vont pouvoir se glisser vers la fin des travaux. Mais

¹¹³ Mentionnons à titre d'exemple la balle de tennis géante accrochée à la tour Eiffel durant la quinzaine. Nous aurons l'occasion de revenir en détail sur ces éléments de marquage urbain, vecteurs de sémiotique patrimoniale dans le chapitre 8.

¹¹⁴ Président de la FFBB et vice-président du CNOSF.

¹¹⁵ Guillaume Dufeutrelle, conseiller des activités physiques et sportives, mission Sport de Haut Niveau et Concessions, mairie de Paris, extrait d'entretien du 24 septembre 2014.

c'est vrai que tous les événements entre janvier et octobre... seront supprimés. Il y avait pourtant d'autres événements à dimension internationale. » Guillaume Dufeutrelle, conseiller des Activités Physiques et Sportives, mission Sport de Haut Niveau et Concessions, mairie de Paris, extrait d'entretien du 24 septembre 2014.

Le rayonnement de Roland Garros permet donc à la fédération d'obtenir un soutien inconditionnel des élus. La seule contrepartie, évoquée avec de plus en plus de vigueur au milieu des années 2000 par Pascal Cherki, est la mise en place d'un dispositif pour tous : « Roland Garros dans la ville ». Nous l'avons vu, la logistique étant pour une bonne part assurée par la ville elle-même, il s'agit d'un engagement peu contraignant pour la fédération de tennis.

Les élus reconnaissent que l'attention qui est accordée aux désirs de la FFT est conséquente. Toutefois, celle-ci se justifie par la prégnance de l'événement à Paris et la réflexion stratégique qu'il y a derrière. Dès lors, même si l'événement n'est pas financé par l'acteur public, il semble que, lorsque son rayonnement dépasse un certain seuil, s'opèrent de toute évidence des stratégies afférentes qui accompagnent son développement, et surtout sa pérennisation.

« Quand Roland Garros sera pérenne, que l'on aura réglé la question, le Masters peut rester ou partir ce n'est pas très grave. Ce qui compte en tennis c'est Roland Garros même si le Masters rapporte un peu au POPB. Mais tant qu'il y avait une incertitude, il ne fallait pas que l'on commence à donner le sentiment que l'on recule sur un sport. Pourquoi je vous dis cela, car on a organisé le calendrier des travaux de Bercy en deux phases pour permettre le maintien du Masters. Moi je suis même allé avec Ysern et le dirigeant technique de Bercy, pour plaider cela auprès de l'ATP. On est allé à Londres pour expliquer cela. Ysern avait besoin que la ville s'engage pour avoir de la crédibilité auprès de l'ATP. Bon. C'est quand même assez exceptionnel ce que l'on a fait pour eux. Mais en même temps, c'était important, il y avait une réflexion stratégique. » Pascal Cherki, député PS de la 11^e circonscription de Paris, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2001 à 2008, extrait d'entretien du 26 juin 2015.

Dans ce cas nous semblons bien être en présence d'un système bénéfique aux parties prenantes, qui se réajustent dans l'optique de préserver l'intérêt commun. Pour la ville de Paris, il s'agit de profiter du rayonnement mondial de l'événement et de ses retombées économiques. C'est important pour la ville qui, par ce soutien, préserve son image dynamique et alimente sa dimension de prestige. Pour la fédération française de tennis, il s'agit de profiter également de la ville de Paris et de son image internationale de capitale raffinée. C'est bien la concordance entre les attributs d'image de l'événement et de la ville hôte qui consacre la pérennisation de la relation. Face aux aléas de l'environnement contextuel, les acteurs réajustent leurs positions respectives (Callède, Dané, 1991) afin de profiter le plus possible de la relation. Pour rappel, le pouvoir respectif des acteurs intervenants dans le réseau dépend de leur position en son sein (Van Campenhoudt, 2010). Il y a du pouvoir, si l'acteur est en contact avec beaucoup d'autres intervenants ou s'il est un passage obligé pour certaines communications ou autorisations. Dans notre cas, la ville de Paris en étant l'acteur central dispose, selon cette définition de pouvoir dans la négociation. Mais la FFT, en étant propriétaire d'un événement aussi attractif dispose également d'un levier très important dans la relation contractuelle. Dès lors, nous sommes bien dans une situation où les deux acteurs, à la faveur d'un jeu de pouvoir (Fink, Pastore, Riemer, 2001)

peuvent difficilement se passer l'un de l'autre. Dès lors, la négociation peut se transformer en situation conflictuelle (Reynaud, 1990, Sénécal, 2005). Le conflit représente le moment où la relation se transforme et donne naissance à une nouvelle relation (Lassalle, 2010) qui doit donner lieu à un réajustement de la position des acteurs (Callède, Dané, 1991) par l'adoption d'un comportement différent, plus conciliant (Hirschmann, 1970). Ici, le rayonnement médiatique de l'événement peut participer à la constitution d'une « image territoriale » (Hautbois, Desbordes, Pierce 2010 ; Chamard, Liquet, Mengi, 2013) qui suscite l'émergence d'un intérêt commun favorisant l'action concertée.

Dans ce cas la ville, propriétaire du site, est en position favorable puisqu'elle est un acteur incontournable dans la négociation. La fédération française de tennis est aussi en position favorable grâce au rayonnement de l'événement et à sa fonction intégrative et fédérative, seule habilitée à la production, à l'encadrement, à la sélection et à la gestion de l'élite sportive (Pociello, 1995). Disposer d'un événement qui génère autant de flux économiques chaque année est une ressource très rare pour la ville, aussi importante soit-elle. De plus, les relations publiques pendant la quinzaine consacrent une dimension « *sport business* », qui nous l'avons vu dans les *verbatim* des élus, trouve son sens dans la capitale. Enfin, le sport étant historiquement porté par la sphère publique, il est de l'intérêt des élus de tout faire pour maintenir la situation en l'état. Cela est d'autant plus vrai que l'événement est porté financièrement par la FFT. Le soutien de la ville peut donc s'effectuer à moindre coût sur des registres politiques ou symboliques. Pour toutes ces raisons, la ville de Paris adopte une attitude conciliante face aux désirs des dirigeants du tennis français, comme lorsqu'il faut défendre le projet à Londres devant l'ATP, ou encore arrêter les travaux de Bercy. L'intérêt commun (Thatcher, 2010) que représente la tenue de Roland Garros à Paris incite les acteurs à réajuster leur position (Callède, Dané, 1991) afin de maintenir la situation contractuelle et l'interaction vertueuse qui en découle, en l'état.

« Roland Garros »	
Impulseur Fédération Française de tennis	Indifférent Mairie de Paris (DJS, agents et autres directions)
Facilitateur	Ralentisseur
Contributeurs Mairie de Paris (élus) Conseil régional Partenaires et sponsors Prestataires	

Tableau 34 : les fonctions des différents acteurs dans la situation d'autonomie revendiquée observée sur Roland Garros

Synthèse de l'autonomie revendiquée

Dans cette mise en réseau, la dynamique organisationnelle ne crée par les conditions d'émergence de nouvelles interactions entre les acteurs, mais celle-ci n'est pas souhaitée. C'est ce que nous appelons une situation « d'autonomie revendiquée ». En effet, certains grands événements sportifs génèrent des flux économiques importants. En conséquence, les porteurs de projet envisagent de garder la mainmise sur l'organisation de l'événement et ses retombées lorsqu'ils en sont les propriétaires. C'est particulièrement le cas du « LNB All Star Game », véritable événement commercial qui ne crée une mise en réseau qu'à la faveur du gain économique que pourront percevoir les contributeurs (sponsors, partenaires, organisateurs délégués). L'acteur public (ville de Paris) et l'acteur privé (Sport Plus Conseil) ne s'établissent pas sur les mêmes valeurs (Friedberg, 1997 ; Musselin, 2005). Dès lors, ils décident de se focaliser sur la dimension qui les caractérise au sein d'un système (Wasche, Woll, 2010), régulé (Reynaud, 1989), où chacun joue sa partition en vue de maintenir un équilibre (Callède, Dané, 1991) qui profite à tous. Ainsi la ligue finance cet événement en vue de générer des revenus et de la visibilité. Sport Plus Conseil et Nike jusqu'en 2015 cherchent à faire du profit. La ville de Paris veille à ne pas s'impliquer tout en s'assurant de loin, que la négociation avec l'opérateur de l'Accor Hôtel Arena aboutit.

Concernant Roland Garros, au-delà du grand nombre de fournisseurs et de sponsors investis dans le projet événementiel, la fédération française de tennis garde la mainmise sur le tournoi afin d'en retirer un maximum de profit pour la structuration de la discipline et justement renforcer son autonomie financière. Dans ce cas, l'action concertée s'opère à la faveur d'un intérêt commun constitué par la construction d'une image territoriale basée sur la consubstantialité de l'événement (Bessy, 2013) qui tendrait à laisser penser que Roland Garros est Paris, et que Paris, est Roland Garros. Cependant ces relations s'opèrent en marge de l'organisation concrète du tournoi, sur la base de projets afférents comme le dispositif qui se tient au Champ de Mars.

De fait, les interactions avec les autres acteurs sont minimales. Elles ont comme motivation la vision stratégique (nous pensons à l'ensemble du volet « relations publiques », ou encore tous les échanges avec la mairie de Paris liée à la concession du stade) et le gain économique (partenaires, sponsors, prestataires). Ces événements étant portés entièrement par un acteur, nous n'identifions pas de « facilitateur » dans le système. Nous trouvons des ralentisseurs (acteur désappointé, comme certains dirigeants de la ligue de Paris de tennis) et des indifférents (comme la DJS), qui n'ont cependant pas la volonté de freiner le projet événementiel qui présente un rayonnement médiatique national (« LNB All Star Game »), voire mondial (« Roland Garros »), profitable au territoire administré.

L'événement sportif est régulièrement considéré comme un élément de mise en synergie (Charrier, Jourdan, 2009 ; Parent, 2008 ; Sallent et al., 2011). Toutefois, dans certains contextes, il ne génère pas de dynamique, ne rapproche pas les acteurs et n'induit pas de dispositifs qui les sortiraient de leur champ d'action habituel. Les événements en situation d'autonomie revendiquée ne créent donc pas les conditions d'émergence de nouvelles interactions, puisque la volonté stratégique est justement de les limiter au maximum pour garder la maîtrise du projet et les bénéfices de ses impacts.

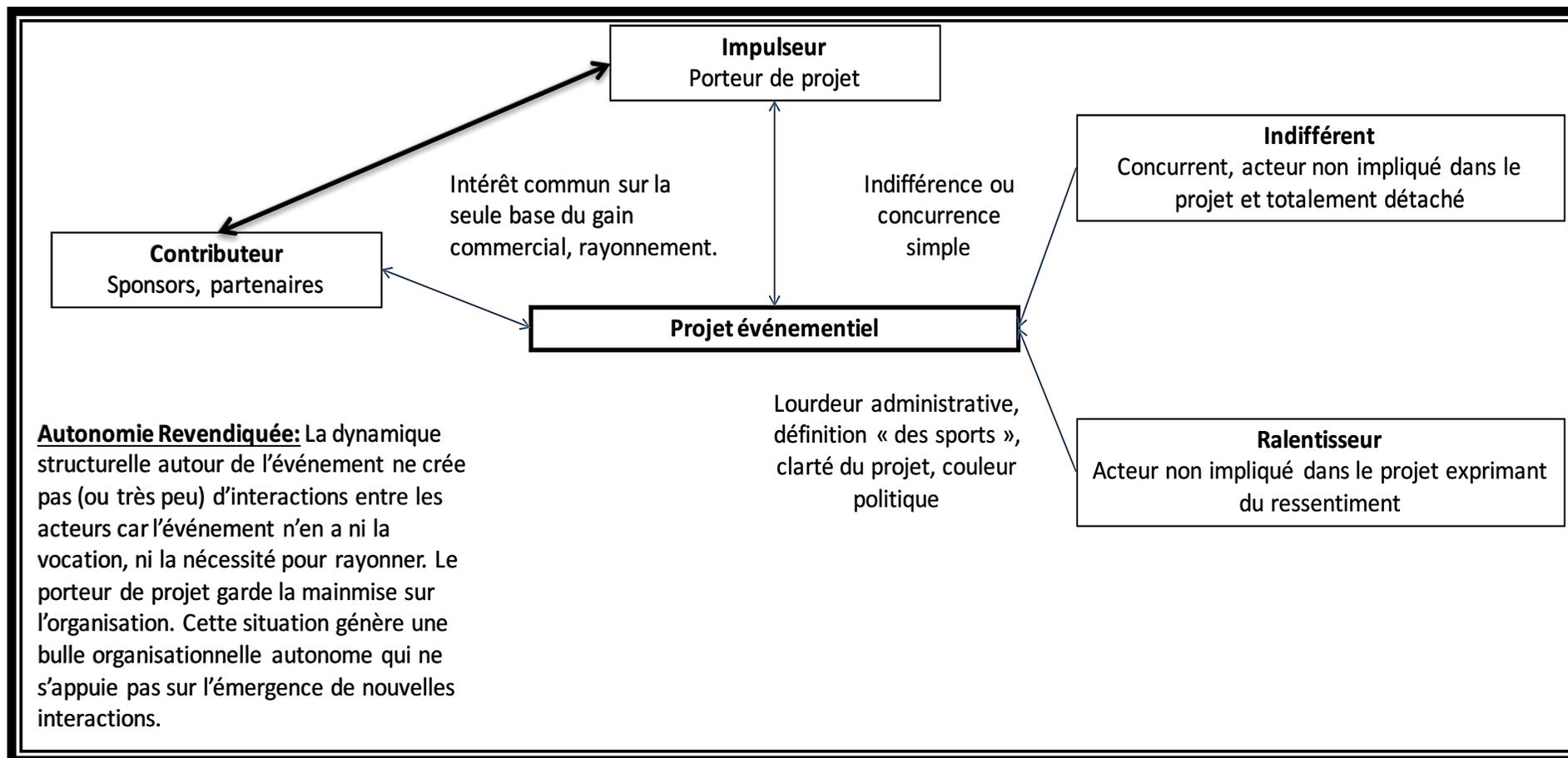


Figure 29 : le processus de mise en réseau se traduisant par une autonomie revendiquée

Chapitre 5 : La fonction « centrale » de l'acteur public dans le système sportif parisien

L'événement sportif est régulièrement considéré comme un élément de mise en synergie (O'Brien, Chalip, 2007 ; Parent, 2008 ; Charrier, Jourdan, 2009 ; Sallent et al., 2011). Toutefois, la plupart des travaux universitaires abordent l'événement sportif à travers sa dimension touristique (Weed, 2001 ; Ferrand, Chanavat, 2006 ; Sallent, Palau, Guia, 2011) ou comme un élément faisant partie d'un réseau plus global (Breuer, 2004 ; De Carvalho, Alves 2011 ; Wasche, Woll, 2010, 2015). À cet égard, un grand événement sportif peut être à la base d'un programme d'accompagnement qui va générer plus de nouvelles relations entre acteurs locaux (Coalter, 2004 ; Girginov, Hills, 2009 ; Girginov, 2012).

Dans le cadre de la théorisation inductive, l'étude des dynamiques locales (Charrier, Jourdan, 2014) des événements sportifs pris dans toute leur diversité, révèle que la manière dont les acteurs interagissent autour du projet événementiel est une source d'impact (Girginov, Hills, 2008 ; Cornelissen, Bob, Swart, 2011 ; Weed et al., 2012). Plus que cela même, l'analyse socio-politique de ces mises en réseau effectuée dans les chapitres 4 et 5 renvoie à des jeux d'acteurs. En ayant en tête l'individu rationnel de Crozier et Friedberg (1977), nous avons constaté que chaque acteur nourrit des attentes et des objectifs qui vont influencer ses choix. Des rapports de forces conduisent à des jeux de pouvoir (Friedberg, 1997 ; Fink, Pastore, Riemer, 2001 ; Lassalle, 2010) qui sont tout aussi éclairant d'un point de vue analytique (Reynaud, 1990 ; Musselin, 2005). Conformément à notre méthodologie, nous cherchons à comprendre le sens que donnent les acteurs à leurs agissements et pas seulement la finalité de ceux-ci (Paquette, 2005 ; Van Campenhoudt, Quivy, 2011). Dès lors, cette rationalité dans l'action, généralement formalisée par la relation contractuelle (Callède, Dané, 1991) dans le cadre de l'événementiel sportif, renseigne de manière plus générale sur l'organisation du système sportif parisien, et la fonction de la ville de Paris en son sein.

L'analyse des fonctions des acteurs dans le schéma organisationnel des événements sportifs étudié dans cette thèse invite à souligner la centralité¹¹⁶ du rôle de l'acteur public dans les différents montages. En effet, quand ce dernier facilite ou contribue à l'événement sportif, nous observons des synergies. Lorsqu'il attend, nous constatons une situation d'autonomie revendiquée et quand il ralentit, il limite les effets du projet événementiel (du moins il ne participe pas à son émancipation). D'après les externalités repérées et les différentes configurations d'acteurs, il semble que son intervention, dans une certaine mesure, puisse être vectrice de dynamisme local. Il apparaît bien placé pour transformer les ressources territoriales précédemment évoquées en atouts pour l'émergence de projets événementiels vertueux, ou pour appuyer le rayonnement de ceux qui existent déjà. Cependant, cette analyse nécessite d'être précisée en vue d'éviter une interprétation trop simplifiée. D'ailleurs, les événements sportifs portés par la municipalité ne sont pas les projets qui génèrent le plus d'interactions (« Femmes en Sport », projet des « Berges de Seine », « Charléty sur Neige »). Cela débouche sur un constat évident puisque l'acteur public n'a pas vocation à organiser tous les événements sportifs. Il a rarement les ressources ou le savoir-

¹¹⁶ Au sens de ce qui se caractérise par la « position plus ou moins accessible d'un nœud dans un réseau » (Granovetter, 1973).

faire pour organiser seul un projet pérenne et efficient. Les difficultés que rencontre l'événement « Femmes en Sport » face à la linéaire croissance de « La Parisienne » en sont une illustration parfaite.

Dès lors, son rôle devient particulièrement efficace lorsque le projet événementiel génère des interactions au sein d'un maillage d'acteurs que la sphère publique vient enrichir en tant que « facilitateur » ou « contributeur ». Le rôle du mouvement sportif fédéral à un degré moindre s'avère déterminant dans la mise en réseau, selon le type de finalité sportive. Cela nous amènera à questionner les fonctions sociales des événements sportifs. Nous constaterons d'ailleurs des conceptions du sport différentes selon les acteurs. L'apparition d'un intérêt commun reste la clef de voûte de la mise en réseau. Ces perceptions différentes de l'objet sportif entravent parfois la mise en réseau et il ne peut se construire que sur une perception du sport partagée. Les enjeux auxquels sont confrontés ces deux acteurs incontournables (acteur public et mouvement sportif fédéral) questionnent l'organisation administrative et politique du sport à Paris et en France de manière plus générale.

Nous commencerons ce chapitre 5 par l'analyse du rôle de l'acteur public à travers les mises en réseau observées. Nous reviendrons sur les processus qui engendrent telle ou telle synergie. La centralité constatée de l'acteur public dans ces processus nous amènera à replacer historiquement le rôle de l'État et des collectivités locales dans l'organisation du sport en France, qui s'est construit conjointement sur deux approches distinctes. Pourtant, en nous appuyant sur les travaux issus de la sociologie fonctionnaliste (Parsons, 1937 ; Merton, 1964) nous verrons que les différentes fonctions sociales ne sont pas forcément antagonistes : elles peuvent donner lieu à un *continuum* de volontés premières structurant un bon nombre de projets événementiels. Celui-ci dans sa formalisation organisationnelle donnera lieu à une situation de porosité entre les sphères publiques, privées marchandes et le mouvement sportif fédéral.

Après avoir analysé les effets de ces « *actions concertées* » (Honta, 2008), nous traiterons du rôle du mouvement sportif et soulignerons, par le cas de Roland Garros, la difficulté de concilier la dimension « *sport-business* » à l'international et les statuts associatifs. Nous terminerons ce dernier chapitre de la partie 2 avec une analyse conclusive des fonctions des acteurs impliqués dans les événements sportifs débouchant sur un système d'action concret, équilibré et régulé, à la faveur, notamment, de la récurrence des projets.

5.1 Le rôle déterminant de l'acteur public dans la mise en réseau

5.1.1 La mise en réseau et l'héritage relationnel

Nous avons vu dans les deux précédents chapitres que la dynamique structurelle inhérente à l'organisation de l'événement est impulsée par le porteur de projet. Puisque l'événement sportif existe, les acteurs interagissent nécessairement au sein d'une mise en réseau. C'est d'ailleurs ce qui explique la similarité des structures que nous représentons dans les différents schémas des synergies qu'elles soient vertueuses ou restreintes. Ce qui évolue réellement se situe au niveau de ce qui se déroule entre les acteurs. Le nombre de relations, leur densité et surtout leur nature, créent une mise en réseau plus ou moins constructive ou pérenne. La force de ces liens permet d'établir un système qui pourra même le cas échéant, créer de nouveaux projets et renvoyer vers de nouvelles interactions. Ce qui se situe à l'intérieur de ces liens correspond aux volontés des acteurs et à leur fonction dans le système d'action concret (Crozier, Friedberg, 1977). C'est donc bien en éclairant les raisons pour lesquelles ces relations existent que nous pouvons comprendre la manière dont ces mises en réseau peuvent déboucher sur des synergies ou des inerties. L'attention portée au contexte local et à l'environnement est un élément central dans notre analyse qui nous permet de définir et d'expliquer la force de ces relations, et d'aller bien au-delà d'une énumération qui tendrait uniquement à les identifier. Nous repérons deux temps dans le processus de mise en réseau, lié à l'organisation d'un événement sportif à Paris.

Dans le premier cas, le porteur de projet insuffle une dynamique que l'événement sportif, par sa seule concrétisation, formalise. C'est la raison pour laquelle tous les événements génèrent par essence une situation de mise en réseau (Charrier, Jourdan, 2009 ; Sallent et al., 2011), ne serait-ce que par la présence de partenaires et de sponsors (Ravenel, 2011 ; Chanavat, Desbordes, 2013 ; Maltese et al., 2016). Tous les événements génèrent des relations, puisqu'ils sont la concrétisation de ces interactions. Même si l'organisation de celui-ci n'est que le fait d'un acteur comme dans les situations d'autonomie revendiquée (un seul porteur de projet autonome), l'inévitable présence de partenaires ou l'obtention des autorisations administratives génèrera des relations contractuelles qui correspondent à des interactions. Même lorsqu'elles sont minimales, le maillage qui se crée en amont de l'événement sportif induit une mise en réseau.

Dans le second, c'est le concept de l'événement et les dynamiques inhérentes qui permettent la création de relations vertueuses, au-delà de sa stricte temporalité. En effet, la construction d'un réseau d'acteurs fait partie d'une des six formes structurelles pouvant constituer l'héritage d'un événement (Gratton, Preuss, 2008). C'est par exemple le cas du Famillathlon qui favorise ce type de processus, alors même que « l'impulseur » qu'est l'association organisatrice ne prend pas part à un réseau pérenne vertueux par manque de moyens et d'implication à l'année. La mise en place de réseau intégré au sein des institutions engendre notamment un développement de l'attraction de la destination touristique (Scott, Baggio, Cooper, 2008), la mise en œuvre de politiques publiques (Pavlovich, 2003), un effet d'expérience (Castells, 1996), un développement local (Dematteis, Governa, 2003), et la formation de capital social (Bourdieu, 1986). Ce dernier concept est d'ailleurs repris dans la

littérature sur les impacts sportifs et correspond à une forme à part d'impact social (Taks, 2013 ; Djaballah et al., 2015).

Il ne faut donc pas confondre la dynamique vertueuse inhérente à la concrétisation du projet événementiel et l'impact de ce dernier. En outre, il est intéressant d'observer la relation entre ces deux processus. Une dynamique organisationnelle vertueuse induit-elle nécessairement des impacts vertueux en termes de mise en réseau ? À l'étude des différentes situations, il ne semble pas que ce soit nécessairement le cas. Autrement dit, une synergie vertueuse et intense, concrétisée par l'événement et impulsée par le porteur de projet, n'induit pas forcément des impacts se traduisant par un héritage relationnel ou social. Des configurations locales viennent éclairer de manières différentes l'émergence de ces interactions. C'est le rôle de chaque acteur dans l'organisation, sa volonté d'agir et les intérêts qu'il peut y retrouver qui vont conditionner ces dynamiques et leur intensité. Ce sont également les concepts des événements qui ne sont pas forcément adaptés. L'organisation d'événement sportif induit par nature l'existence d'une mise en réseau « primaire » par l'opérationnalisation du projet événementiel. En revanche, la seconde est bien soumise à la volonté des acteurs (« Berges de Seine », « La Parisienne »), à la force du contexte local (course cycliste du 14^e) ou au concept de l'événement (« Famillathlon », « Courir Ensemble »). Le tableau ci-dessous synthétise l'ensemble des jeux d'acteurs analysés et les synergies correspondantes.

Type de synergie	Caractéristiques des jeux d'acteurs	Rôle de l'acteur public	Événement
Synergie constructive	Elle correspond à des situations qui favorisent l'émergence de nouvelles interactions pendant et surtout après l'événement. L'acteur public, en ayant le rôle de facilitateur dans le schéma organisationnel, catalyse l'apparition de nouvelles interactions. Ce soutien se fait à la faveur d'un intérêt commun qui permet de contractualiser de nouvelles interactions.	facilite	« La Parisienne » et « Courir Ensemble »
Synergie pérennante	Elle correspond à une situation, dans laquelle l'acteur public est impliqué, soit en tant que porteur, soit en tant que facilitateur. En conséquence, l'événement génère des interactions durables qui ont pour effet d'inscrire l'événement dans le temps, malgré un environnement défavorable et une mise en réseau secondaire qui ne crée pas de nouvelles interactions.	facilite ou impulse	« Course cycliste du 14 ^e arrondissement » et « Charléty sur Neige »
Synergie limitée (ou sporadique)	Elle a un effet spatialement et temporellement restreint. La mise en réseau génère une situation organisationnelle au sein de laquelle le rôle de l'acteur public est déterminant. En effet, dans le cas de « Femmes en Sport », malgré une mise en réseau secondaire inopérante, la ville qui est ici « l'impulseur » permet, en changeant de concept et de gouvernance et en réajustant sa position dans le système, de réinjecter de la dynamique autour de son projet événementiel. Le « Famillathlon », autre cas de synergie limitée observé, présente les conditions favorables à l'émergence d'interactions vertueuses entre acteurs, seulement, l'acteur public reste en retrait, voire joue le rôle de « ralentisseur » en raison des perspectives politiques sous-jacentes au projet événementiel. En conséquence, nous constatons bien que les mises en réseau ne suivent pas un schéma identique qui puisse expliquer ce processus. C'est bien la force des contextes locaux qui vient éclairer les leviers et limites de ces synergies/inerties. Dans ce cas, c'est le rôle de l'acteur public qui semble être déterminant.	impulse ou ralentit	« Femmes en Sport » et « Famillathlon »
Déconnexion	Elle correspond à une mise en réseau qui se traduit par une situation d'inertie alors même que l'acteur public semble être « l'impulseur ». Cependant, c'est bien en raison d'un manque de volontarisme politique dans le développement de ce type d'événement sur ce site, que les initiatives restent aussi modestes et rares. En outre, la gouvernance segmentée ajoute un degré de complexité dans les jeux d'acteurs débouchant notamment sur la consécration d'une pratique sportive auto-organisée, dont le mouvement sportif à travers sa fonction légitime semble se désintéresser. Dans cette situation nous constatons des trous structurels dans les réseaux coopératifs. S'il manque des liens importants, de la communication ou de la coordination entre les acteurs, cela va empêcher l'émergence de relations denses et durables. Les non-relations observées s'expliquent à la faveur de volontés politiques ou stratégiques qui n'aboutissent pas à l'apparition d'un intérêt commun.	impulse	Les événements sportifs organisés dans le cadre des « Berges de Seine »
Autonomie revendiquée	Elle correspond à des situations où les « impulseurs » (porteurs de projet) souhaitent garder la mainmise sur le projet événementiel. C'est la raison pour laquelle les interactions qui vont se créer à la faveur de l'événement seront minimales, ou cantonnées à un intérêt commun basé sur des objectifs commerciaux ou économiques se traduisant par des partenariats de prestataire ou de sponsoring. Cette autonomie est permise par un modèle économique vertueux. C'est le cas de Roland Garros et de l'événement commercial le LNB All Star Game, deux projets qui s'organisent au sein d'un système fermé, intégrant le moins d'acteurs possible.	attends	« LNB All Star Game » et Roland Garros

Tableau 35 : synthèse des processus conduisant aux mises en réseau observées

Nous pouvions imaginer *a priori*, que le rayonnement de l'événement, d'un point de vue économique ou médiatique, pouvait favoriser les conditions d'émergence d'une mise en synergie. Or, l'analyse du terrain semble révéler le contraire. En effet, Roland Garros (rayonnement mondial) ou le « LNB All Star Game » (rayonnement national), sont dans une situation d'autonomie revendiquée. Ces événements qui génèrent des flux économiques conséquents sont la propriété d'acteurs qui ne veulent surtout pas en perdre l'usufruit. Pour ce faire, ils se placent dans une situation où ils sont en mesure de garder tout le pouvoir décisionnel et le bénéfice des retombées. Ce n'est donc pas l'importance économique de l'événement qui engendre automatiquement les effets les plus positifs. Les processus qui permettent d'atteindre ces effets, s'observent aussi sur des événements plus modestes. C'est justement la diversité des événements sportifs qui éclaire la manière dont apparaissent ces processus et ce qu'ils produisent.

Ainsi, l'émergence de relations vertueuses pendant l'événement définira le type de mise en réseau : la synergie ou l'inertie (autonomie revendiquée ou déconnexion). La mise en réseau primaire ne garantit pas un héritage relationnel. Tous les cas sont singuliers et s'expliquent par la fonction des acteurs dans des situations contextualisées. Toutefois, le rôle de l'acteur, public, présent directement (facilitateur / contributeur) ou indirectement (indifférent / ralentisseur) dans toutes les structures organisationnelles, semble être un élément déterminant dans le processus. Par exemple, dans le cas du « Famillathlon », les mises en réseau primaire et secondaire semblent être opérantes¹¹⁷, mais la ville ne soutient pas le projet événementiel. Cela débouchera sur une mise en réseau se traduisant *in fine* par une synergie limitée dans le temps (la temporalité de l'événement) et dans l'espace (effets de faible portée). Cette analyse, par la compréhension des volontés qui expliquent les actions ou les inactions des acteurs, est un moyen de questionner leur implication dans l'événementiel sportif. Cela renvoie aux questions générales de l'organisation du sport en France avec des dualités bien connues et qui seront sous-jacente au développement de ce chapitre 5 : sport fédéral / sport auto-organisé (Course cycliste, « Berges de Seine »), mouvement sportif et acteur public (« La Parisienne », « Roland Garros », « Courir Ensemble »), équipement sportif structurant et espace public aménagé (« Charléty sur Neige » ; « Berges de Seine »), sport pour tous et sport commercial (« Femmes en Sport », « LNB All Star Game »).

5.1.2 L'incontournable implication de l'acteur public

Les événements qui semblent créer de la synergie impliquent tous l'acteur public. Bien que ce soit loin d'être un élément suffisant, cette intégration dans le schéma organisationnel de l'événement en tant que « facilitateur » ou « contributeur » génère globalement des interactions plus denses (« La Parisienne », « Courir Ensemble »). Toutefois, plus les événements sont soumis aux décisions de l'acteur public (autrement dit plus il est impliqué), plus l'événement sera lié aux orientations politiques des élus (« Charléty sur Neige », « Femmes en Sport »). L'analyse du rôle de l'acteur public dans la mise en réseau semble donc être un élément déterminant : il est en situation de pouvoir car il est incontournable dans la majorité des situations organisationnelles observées. En effet, il y a du pouvoir si

¹¹⁷ Pour rappel, l'événement est permis par le soutien du ministère des Sports en 2006. Depuis, il bénéficie du concours du comité régional olympique, de fédérations sportives, de centres sociaux et d'associations familiales. Après l'événement, nous observons la mise en place de quelques partenariats étonnants entre une école et une fédération (haltérophilie par exemple) dont la première rencontre fût pendant le « Famillathlon ».

l'acteur est en contact avec beaucoup d'autres intervenants ou s'il est un passage obligé pour certaines communications ou autorisations (Dowding, 1996 ; Friedberg, 1997). Nous l'avons largement mentionné à travers chaque événement sportif, que ce soit pour évoquer son action, ou son inaction. Suite à l'analyse des fonctions des acteurs présents dans le système sportif parisien, et les mises en réseau des événements étudiés, il s'avère que le rôle de l'acteur public est central. Le tableau ci-dessous rappelle son comportement dans chacune des situations observées.

Mairie de Paris			
Facilite/Contribue	Impulse	Attend	Ralentit
La Parisienne / Courir Ensemble / Course cycliste du 14 ^e arrondissement	Femmes en Sport / Berges de Seine / Charléty Sur Neige	Roland Garros / LNB All Star Game	Famillathlon
Synergies constructives et pérennantes	Synergies pérennantes et limitées, déconnexions	Autonomie Revendiquée	Synergie limitée

Tableau 36 : comportement de la mairie de Paris à l'égard des événements sportifs analysés

Quand l'acteur public facilite ou contribue à l'événement sportif, nous observons des synergies. Ce constat tend à renforcer le rôle de la municipalité dans la dynamisation de l'action sportive locale. Lorsque l'acteur public attend, nous observons une situation d'autonomie revendiquée. Celle-ci laisse supposer l'existence d'une entente implicite, favorisant les effets dont pourront bénéficier les différents acteurs. Lorsque la ville ralentit, elle limite les effets du projet événementiel, du moins ne participe pas à son émancipation. Enfin, lorsque la ville impulse des projets événementiels, nous observons des types de mise en réseau très différents. Dans ce cas, la situation semble moins lisible. Nous pouvons l'expliquer par le fait que le porteur de projet qu'est l'acteur public peut tout à fait se passer de la sphère privée marchande (au moins pendant un temps comme sur « Femmes en Sport ») ou du mouvement sportif (« Berges de Seine », « Famillathlon »). Il semble donc paradoxalement moins enclin à participer à l'essor d'un projet événementiel quand il crée et porte le concept, que lorsqu'il vient appuyer (faciliter ou contribuer) un projet déjà existant porté par une association (« Courir Ensemble », « course cycliste du 14^e ») ou une entreprise (« La Parisienne »). Nous l'expliquons par un manque de volontarisme politique, mais aussi par un manque d'expertise. Ce n'est ni dans les objectifs de la ville de Paris, ni dans les compétences de ses équipes que de créer un événement sportif compétitif de renommée internationale. Dès lors, son action va se situer dans l'accompagnement de structures plus souples, mieux dotés en capitaux humains et financiers (fédération de tennis avec Roland Garros, « La Parisienne », la ligue professionnelle de basket-ball avec le « LNB All Star Game »), pour alimenter une politique sportive et touristique attractive. Là où la sphère privée, qu'elle soit marchande ou non, n'organise pas d'événements à Paris, la ville impulse des projets pour atteindre des publics spécifiques (« Femmes en Sport », « Charléty sur Neige »).

5.1.3 Des projets municipaux plus instables

Les événements initiés par l'acteur public (la ville de Paris dans notre cas) semblent être très soumis aux évolutions (Hall, 1993). À cet égard, ils sont moins en mesure de pouvoir s'inscrire dans la durée pour générer une quelconque émulation. Ce ne sont que des outils subissant des réajustements réguliers au gré des évolutions de la gouvernance sportive et/ou de l'orientation de la politique publique (Bourbillères, Evrard, Charrier, 2014). Pour analyser cela, nous distinguons plusieurs niveaux de stabilité au sein de la politique publique. Par exemple, l'orientation politique de la mandature est relativement stable¹¹⁸. En revanche, les dispositifs opérationnels de formalisation de la politique publique¹¹⁹ comme l'organisation d'un événement sportif, le sont moins. Ces projets sont les plus sensibles aux changements et aux ajustements. À cet égard, l'organisation de l'événement est régulièrement remise en question.

Degré de stabilité	Stabilité relative	Stabilité partielle	Partie modulable
Durée	6 ans (mandature)	3 ans (mi-mandat)	Chaque année
Processus	Orientation de la politique sportive en plusieurs « axes »	Répartition des moyens et budgétisation. Définition des stratégies d'opérationnalisation.	Dispositif d'action tel que l'événement sportif

Tableau 37 : stabilité des projets événementiels sportifs en fonction des temporalités politiques

Ainsi l'événement sportif dans le cas de « Femmes en Sport » par exemple, n'est qu'une variable d'ajustement à la pointe du processus qu'initie la politique publique. Etudier l'événement sportif dans ce cas revient à ne s'intéresser qu'à la partie finale, opérationnelle du processus. Pourtant ce n'est pas la partie la moins importante puisque c'est celle qui est donnée à voir au public. C'est le point d'interaction entre les acteurs publics et le public ciblé. Pour illustrer cela, on peut utiliser une métaphore sportive. La partie la plus stable (définition de la politique sportive et orientation en différents axes), représente toute la phase d'entraînement du sportif. C'est la partie la plus longue, celle qui vise à préparer le jour J : la compétition. La compétition est la phase beaucoup plus soumise aux imprévus. Elle est également bien plus changeante : le sportif utilisera différentes tactiques pour remporter son match, elles pourront même différer entre chaque match. Les acteurs publics eux opteront pour différents schémas organisationnels, utiliseront différents dispositifs qui pourront pareillement différer d'une année sur l'autre pour atteindre les objectifs de politiques publiques.

Nous pouvons distinguer trois grands types de modification pouvant affecter la partie la plus modulable de la politique sportive que sont les dispositifs (la « compétition » selon notre métaphore sportive). Premièrement, les modifications de gouvernance : elles concernent l'implication ou le retrait d'acteurs publics parmi les décideurs du projet événementiel.

¹¹⁸ Autrement dit « peu soumis au changement ».

¹¹⁹ Relatifs à la phase « *implementation* » dans la littérature anglo-saxonne.

Deuxièmement, les modifications d'orientation politique : elles concernent une réorientation en début de nouveau mandat ou à la « mi-mandat », en vue d'insuffler une nouvelle dynamique. Troisièmement, la modification de « personnes » lorsqu'un nouvel élu, un nouveau technicien ou un nouvel agent, remplace un acteur du précédent schéma organisationnel et que l'agenda politique s'en trouve modifié. Il peut donc à la fois y avoir un changement dans la gouvernance et dans l'orientation politique. C'est ce que nous avons observé dans le cas de « Femmes en Sport » qui a changé de concept entre 2014 et 2015 avec l'arrivée de Jean-François Martins (adjoint au sport et au tourisme de la maire de Paris) succédant à Jean Vuillermoz.

En conséquence, l'événement peine à susciter un engouement participatif car il ne s'inscrit pas dans la durée avec un concept et/ou une date établis. D'ailleurs, les nombreuses versions d'un événement sportif à destination des femmes comme « Sport pour Toutes » (2006/2009), puis les différentes versions de « Femmes en Sport » (2009/2016) illustrent la difficulté de parvenir à une action stable, efficace et durable.

Mais est-ce une réelle difficulté ou de simples mutations faisant écho à l'évolution des besoins collectifs ? L'événement gagnerait-il en lisibilité et en notoriété s'il était plus stable ? Serait-il plus efficient, par rapport aux moyens mis en œuvre dans le développement de la pratique féminine à Paris ?

Ces questionnements nous invitent à centrer notre réflexion autour du rôle de l'acteur public dans l'organisation du sport à Paris et en France. Nous avons fait le constat que la présence de la mairie de Paris est le point commun de tous les événements étudiés. En revanche son implication est à nuancer puisqu'elle est tour à tour un « impulseur », un « facilitateur » ou encore de manière un peu plus distante un « contributeur ». On peut dès lors se questionner sur les conditions dans lesquelles l'acteur public participe à la mise en place d'un projet événementiel sportif, vecteur de synergies.

Dans la sous-partie suivante, nous replacerons notre réflexion dans un contexte historique qui révélera le rôle structurant de l'action publique dans le champ sportif. Il s'agira ensuite de préciser le débat autour des volontés premières et des différentes fonctions sociales sous-jacentes à l'organisation de ces projets. Ce sont ces conceptions du sport qui, lorsqu'elles se rejoignent, permettent l'émergence d'un intérêt commun, clef de voûte de la mise en réseau.

5.2 Une centralité historiquement située

La dimension politique est formée dans le domaine sportif par la mise en interaction de différents agents défendant chacun une sphère d'intérêt propre (Pociello, 1981 ; Clément, Defrance et Pociello, 1994). Cette vision introduit l'analyse du phénomène sportif par le prisme de l'action publique. La trajectoire dessinée par les politiques sportives à travers les décennies tend à constituer un modèle singulier (Callède, 2002) et complexe (Honta, 2002). Dans ce développement, il s'agit de rappeler que la prégnance de l'acteur public dans l'organisation du sport en France et l'implication de la sphère privée (marchande ou non) sont historiquement situées.

5.2.1 L'implication statutaire de l'acteur public dans l'organisation du sport

L'État s'implique progressivement dans le champ sportif, dans les pays européens à la faveur de l'organisation des grands événements internationaux dès le début des années 1900, avec l'amorce d'une politique de « grands travaux » (Lafranchi, 2000). En France, c'est suite à la Première Guerre mondiale (1914-1918) que la question de la nécessité d'une structure étatique « autonome » et susceptible de prendre en charge l'éducation physique et les sports est posée¹²⁰ (Callède, 2002). Sous l'impulsion de Henry Paté¹²¹, le sport dans les années 1920 est investi d'une légitimité publique. En 1930, un million de pratiquants sportifs sont licenciés dans les clubs (Loup, Plassard, 1930). Dès cette date, la création d'un « ministère des Sports » est plus que jamais d'actualité¹²² (Callède, 2002).

L'arrivée au pouvoir du Front Populaire en 1936 marque le temps des premières réalisations en matière sportive¹²³, portées par Léo Lagrange et Jean Zay. Ce dernier, envisage d'améliorer les relations entre les pouvoirs publics et les fédérations sportives en 1938 avec l'élaboration d'un « *plan de réorganisation du sport en France* ». Soumis à l'examen des fédérations sportives et du comité national de l'Éducation Physique et des Sports, la procédure des négociations sera interrompue du fait de la déclaration de guerre (J. Zay, avril 1939). Toutefois, le texte insiste sur « *la nécessité de coordonner sous l'arbitrage compréhensif de l'État, les efforts trop souvent épars, en faveur d'une large réorganisation sportive [...]. Cependant, seule, une collaboration permanente et étendue de toutes les bonnes volontés désintéressées permettra à l'Administration supérieure de n'avoir point à se substituer à l'initiative privée [...]* ». Ce projet de Loi Jean Zay d'avril 1939 est, selon Callède (1998), le premier cadre législatif général définissant une politique publique du sport en France. Toutefois, ce cadre n'exclut en rien la sphère privée qui doit être impliquée dans la structuration du champ. Pour préciser le texte de Jean Zay, mentionnons Léo Lagrange qui, en évoquant sa philosophie politique, rappelait que le rôle de l'État doit être celui d'un guide (Callède, 2002) : « *Organiser les loisirs (et les sports) dans un pays démocratique ne peut*

¹²⁰ Dans un ouvrage publié en 1919, quelques mois après l'armistice de novembre 1918, Édouard Herriot, le maire de Lyon, s'interroge : « *Peut-être arriverons-nous ainsi peu à peu à la constitution d'un grand service central – ministère ou non – de l'Éducation Physique ?* » (Herriot, 1919).

¹²¹ Sous-secrétaire d'État à l'Éducation physique.

¹²² Pierre Bardel, chef du cabinet du parlementaire Edouard Morinaud évoque la création prochaine d'un ministère des Sports comme une « chose inéluctable » : « *C'est simplement une question de temps* » (Bardel, 1931).

¹²³ Équipement sportif, brevet sportif populaire, conseil supérieur des sports élargi, structuration des instances de médiation et de coordination à l'échelon départemental, sport scolaire (enseignement primaire, enseignement secondaire).

consister à placer les individus sous le “contrôle autoritaire” de l’État dans l’emploi de leurs temps libres. L’État doit être un guide pour l’utilisation des loisirs et pour le développement sur le plan individuel et sur le plan social, de la santé et de la culture » (Rapport d’activité, d’après Raude et Prouteau, 1950).

Suite à la Seconde Guerre mondiale, le manque d’infrastructures devient d’autant plus évident que le pays est en train de connaître une importante poussée démographique de la jeunesse. Cette conjoncture conduit aux politiques très interventionnistes de 1958 à 1966, menées par Maurice Herzog à la tête du Haut-Commissariat à la Jeunesse. Elle pose les bases réglementaires et idéologiques d’un sport, considéré comme un service public. Cette mission d’intérêt général légitime l’intervention de l’État qui s’investit dans tous les champs sportifs : équipements, organisation de compétitions, médecine sportive, formation des cadres, etc. En 1966, la création d’un « ministère des Sports » couronne cet édifice.

Le cadre législatif se renforce progressivement. Conformément à la loi du 16 juillet 1984¹²⁴ relative à l’organisation et à la promotion des activités physiques et sportives, dite « loi Avice¹²⁵ », les fédérations sportives agréées participent à l’exécution d’une mission de service public. Elles sont chargées de « *développer et d’organiser la pratique des activités sportives, d’assurer la formation et le perfectionnement de leurs cadres bénévoles et de délivrer les titres fédéraux* ».

La loi de 1984 et les textes ultérieurs qui l’ont modifiée, en particulier la loi du 6 juillet 2000, dite « loi Buffet », organisent minutieusement le statut et le rôle des fédérations sportives et des groupements sportifs, au-dessus desquels se situe le Comité National Olympique et Sportif Français (CNOSF), dont les pouvoirs sont renforcés. La loi régule également le rôle des collectivités territoriales, le sport de haut niveau, la surveillance médicale, les assurances, la sécurité des équipements et des manifestations, la programmation des équipements sportifs, les formations des professions, jusqu’aux espaces, sites et itinéraires relatifs aux sports de nature. La loi du 6 juillet 2000 fixe le cadre du service public du sport et réaffirme le principe de la reconnaissance d’une étroite complémentarité entre l’État et le mouvement sportif. Le Code du sport¹²⁶ constitue le cadre de l’organisation du sport et découle de la loi¹²⁷ du 9 décembre 2004 de simplification du droit.

Progressivement, en relation avec le développement des pratiques sportives au début des années 1970, puis avec la décentralisation au début des années 1980 et la filière sportive dans les années 1990, les politiques sportives locales prennent de l’importance et jouent un rôle déterminant dans la structuration du système sportif français (Charrier, 2014). Ces nouvelles politiques publiques intègrent de plus en plus les démarches de développement durable adossées à l’aménagement du territoire notamment par la démocratie participative (Honta, 2008). Elles permettent des partenariats renouvelés entre les acteurs du public et du privé. La tendance est à la pluralité des interventions et des acteurs, ce qui est surtout vrai dans l’action sportive et dans l’événementiel. Ce constat consacre la porosité entre le public et le privé (marchand ou non) qu’appelaient déjà de leurs vœux Léo Lagrange et Jean Zay dans les années 1930.

¹²⁴ Loi n°84-610.

¹²⁵ Du nom d’Edwige Avice, ministre déléguée à la Jeunesse et aux Sports.

¹²⁶ Ordonnance du 23 mai 2006 pour sa partie législative, décrets du 24 juillet 2007 pour la partie réglementaire.

¹²⁷ Précisément de l’article 84 de la loi n° 2004-1343.

5.2.2 La genèse culturelle du sport : une dichotomie entre deux approches structurantes

Au-delà de l'implication statutaire de la sphère publique dans l'organisation du sport en France, la culture sportive a connu des périodes différentes dans sa relation avec le politique. Au début du 20^e siècle, les clubs sportifs et les sociétés de gymnastique ont des formes associatives politisées, affiliées à des unions ou fédérations par l'inscription de visées éducatives. En effet, les pratiques sportives sont historiquement liées à un projet pédagogique. Mais à cette période, la propagation du sport doit déjà faire face à deux alternatives (Defrance, 2000). La première s'attache à travailler l'autonomisation des pratiques sportives par rapport aux enjeux éducatifs, militaires ou hygiéniques, en vue de dégager ce qui est « purement sportif » et qui dispose d'un caractère gratuit, ludique et libre. La seconde renvoie au renforcement du lien entre l'exercice corporel et les finalités sociales, culturelles et politiques. Il s'agit de promouvoir l'accomplissement du geste sportif en vue d'une « finalité supérieure » (Defrance, 2000).

Ces deux orientations sont en filigrane depuis le début de notre réflexion. Conformément aux enjeux inhérents à chacune d'entre elles, leur relation avec le politique est différente. Si la structuration du « disciplinaire » se construit sur un apolitisme érigé en valeur, les organisations affinitaires se constituent en écho à une vision du monde bien établie. Ces dernières prennent le dessus dans les années 1880-1910, mais nous assistons plutôt à une forme de coexistence par la suite (Defrance, 2000) qui structure le développement du champ. Si la première, conduit à l'organisation du sport par discipline, la seconde, génère la formation d'organisations affinitaires révélant le partage d'une même vision du monde, à laquelle la pratique sportive apporte sa contribution. Mais c'est l'organisation disciplinaire qui prend le dessus autour des années 1960. Cette période est une phase de développement intense des sports (1950/1985). Elle s'accompagne selon Defrance d'un repli de la sphère sportive sur elle-même, le club associatif étant généralement dépolitisé et centré sur la compétition.

En France, le processus d'autonomisation des pratiques sportives, par rapport aux normes et aux finalités des pratiques ordinaires de la vie sociale (bien-être, éducation, civisme, etc.), aboutit à découper un nouveau champ spécialisé, doté de ses enjeux propres et de ses règles du jeu (Bourdieu, 1992). Ce processus est aussi nourri par une dénégation du « politique » (doctrines, partis, idéologies, etc.) qui découle de la politisation du contexte historique et de tout un ensemble de facteurs sociaux (Defrance, 2000).

Avec le développement des flux économiques inhérent au champ sportif, la commercialisation des anneaux olympiques amorce une nouvelle phase : celle de la soumission à la raison économique (Gasparini, 2011). Dès lors, les jeux d'appareils (Callède, Dané, 1991), les rapports de forces en faction deviennent la norme au sein du monde sportif qui ne peut que se dégager d'un mode « apolitique » (Defrance, 2000).

La politique est désormais partout, dans les commissions au sport des villes, des fédérations nationales et internationales, dans les comités d'organisation des grands événements sportifs. L'arène commerciale qu'est la FIFA est décrite par Sugden et Tomlinson (1998) comme de « multiples regroupements fédéraux ou catégoriels, faits de lobbying et de coalitions ». La politisation devient codée (Defrance, 2000), autour d'enjeux relevant de la culture et de l'économie sportive au sein d'un champ qui s'est doté de ses propres règles

juridiques, pour aller vers toujours plus d'autonomie et de spécialisation (Auneau, 1996). Toutes ces mesures, font des activités physiques et sportives un facteur de cohésion sociale et de développement des territoires. Cependant, la multiplicité des acteurs, qui ne sont pas régis par des règles communes, génère un manque de synergie (Honta, 2008). Les événements sportifs qui s'insèrent ou émergent de ces territoires ne peuvent être appréhendés indépendamment de cette complexité.

5.3 Les fonctions sociales des événements sportifs : vers un « continuum » de volontés premières

Prendre le temps de replacer historiquement l'organisation politique et administrative du sport en France, permet de constater la dichotomie sous-jacente entre deux grandes conceptions du sport qui ont participé à la structuration du champ en France (Defrance, 2000) : l'approche « disciplinaire » purement sportive, gratuite, ludique et libre ; et l'exercice corporel pour des finalités sociales, culturelles et politiques. Ce clivage se retrouve aujourd'hui à travers les différentes fonctions spécifiques (Parsons, 1937 ; Merton, 1965)¹²⁸ que l'on attribue aux activités physiques et sportives. Pociello (1981, 1995) évoque entre autres les fonctions, éducatives, sanitaires, symboliques, médiatiques et spectaculaires, d'amélioration du bien-être social, d'insertion et d'intégration sociale. Ces fonctions peuvent être plus ou moins activées/réactivées « récessives » ou « dominantes » selon les périodes de l'histoire. Ce sont les conjonctures qui déterminent des politiques volontaristes et des stratégies concertées ou bien qui s'abandonnent à la force des contraintes externes de l'environnement (Pociello, 1999). Defrance (2012) quant à lui, parle de fonctions performatives, hygiénistes, physiques ou symboliques. Pour recentrer ces tendances, les sociologues, toujours en s'appuyant sur une sociologie du fonctionnalisme, avancent une autre dichotomie : Bouet (1968) parle des fonctions sociales manifestes et latentes du sport, lorsque Defrance (1995) distingue ce qui est « purement sportif » de ce qui a une « finalité supérieure »¹²⁹.

Au sujet du financement des politiques sportives locales, Charrier et Durand (2005) questionnent le sport pour tous et le sport professionnel. Cette distinction au sein du champ sportif renvoie naturellement à la séparation que nous avons effectuée par le concept des volontés premières perçues à l'issue de la recherche exploratoire : sport outil / sport finalité. Elle est d'autant plus intéressante que les événements sportifs observés dans toute leur diversité dans cette thèse renvoient bien à ce clivage, formalisé notamment par les volontés premières.

Noé écrivait déjà en 1991 qu'il y a bien « *une prise en considération croissante des dynamiques sportives locales et un ajustement de celles-ci au sein des politiques publiques locales, malgré la persistance de deux logiques (privée / publique) qui se font face et qui modifient l'état des rapports sociaux entre partenaires* ». Carles, en 1998, explique que « *le*

¹²⁸ Le fonctionnalisme renvoie à la théorie de l'action qui est l'étude de la nature de l'action humaine, qu'elle soit individuelle ou collective. Les différentes disciplines qui s'intéressent à la théorie de l'action sont la philosophie de l'action, la sociologie de l'action ainsi que l'économie (par exemple dans le cadre de théorie de la décision ou de la théorie du choix rationnel).

¹²⁹ Mentionnons également l'existence d'un fonctionnalisme « négatif » de la sociologie critique du sport porté par Brohm (1976, 1993, 2006), Caillat (1981, 1996, 2014) ou Vassort (2010, 2012, 2015).

sport n'est pas un produit car il véhicule des valeurs non réductibles au concept de rendement ». Le choix du périmètre de l'action publique territoriale sportive prendrait alors la forme suivante.

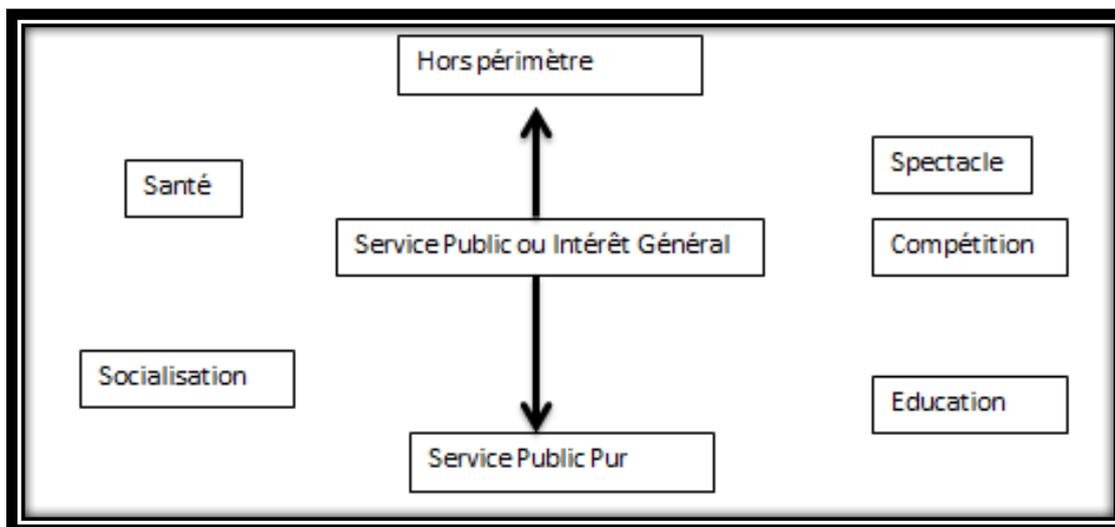


Figure 30 : le périmètre de l'action publique territoriale sportive par Carles (1998)

Mais la réalité semble être encore plus complexe tant les fonctions sont liées. L'assujettissement du sport à la raison économique (Gasparini, Koebel, 2011) entraîne des effets en cascade : éloignement des principes de l'éducation populaire, les organisations sportives deviennent des distributeurs de services à rendre aux usagers/consommateurs. En phénomène massif, le sport n'est plus une réalité uniforme mais un ensemble de pratiques différenciées (Irlinger, Louveau, Metoudi, 1987 ; Garrigues, 1988). C'est devenu un champ concurrentiel où se rencontrent l'offre et la demande comme dans tout marché (Pociello, 1981). En même temps, le sponsoring sportif et le sport-spectacle de manière générale génèrent des flux économiques considérables profitant d'un modèle néo-libéral dominant en Europe. Cette évolution fait écho aux effets plus généraux, relatifs à la percée du capitalisme : désengagement de l'État, privatisation des entreprises publiques et transformation des services publics en quasi-entreprises, expansion des processus de marchandisation aux loisirs et à la culture (Gasparini, Koebel, 2011). À cela s'ajoute une domination d'ordre plus symbolique basée sur des valeurs sportives éthiques, vectrices d'un idéal moral. Dans le même temps, les campagnes liées à la santé¹³⁰ (« mangez-bougez »), soulignent l'intérêt de la pratique sportive dans une optique de santé publique (Honta, Haschar-Noé, 2011). Toutefois, cela contribue aussi à entretenir indirectement l'idée selon laquelle le sport permet d'atteindre les standards de la société qui ont fait du corps sportif, du corps performant, la norme ultime. Cette idée de performance est implicite à travers tout type de pratique sportive, puisqu'il s'agit en premier lieu de se mesurer aux autres et à soi-même. C'est donc aussi la mise en valeur d'un idéal physique.

Paradoxalement, c'est sur une dimension de « sport-loisir » que cette tendance « performative »¹³¹ trouve sa pleine mesure. L'émergence de courses telles que « La Parisienne » ou la « Color Run » à Paris représente parfaitement cet alliage entre pratique récréative et dépassement de soi. La dimension individuelle d'auto-réalisation est

¹³⁰ Programme national nutrition santé.

¹³¹ Au sens du corps sportif, du corps performant... et non de la pratique, terme emprunté à Defrance (2000).

généralement convoquée pour vanter les mérites de l'activité physique et sportive à travers ces projets événementiels. Le terme « performatif » d'ailleurs est trompeur car il renvoie à la logique disciplinaire de l'organisation du sport, notamment autour de la compétition. Mais nous observons bien, à travers ces événements, qu'en réalité, l'utilisation d'un « sport-outil » (sport-santé ou sport-bien-être) va constituer un entraînement en vue d'être performant dans la vie de tous les jours : dans sa vie privée ou professionnelle. Le concept de performance, devenu central dans la société (de La Villarmois, 2001), trouve à travers ce type d'activités physiques et sportives, un exutoire tout autant qu'un moyen de s'y préparer. Dès lors, la performance autrefois intrinsèque au sport serait devenue extrinsèque : elle ne dépend plus de sa nature. Néanmoins, comme elle l'enserme de toutes parts dans la société (de La Villarmois, 2001), sa pratique l'y prépare.

« Le sport santé, le sport bien-être, celui qui permet de faire de l'activité physique avec une dimension nutritionnelle, psychologique, ou de recherche de la beauté prend de plus en plus de place. Ce peut aussi être un moyen de détente au moment même où les multiples tâches qui nous incombent font du stress dans son ensemble un des maux de ce siècle. Cette nouvelle tendance est celle d'un événement sportif adapté à de nouvelles attentes, d'un sport qui serait l'exutoire d'une réalité stressante autant qu'un outil pour y faire face plus efficacement...pour y être plus performant. Oui, l'événement sportif « La Parisienne » se place tout à fait dans cette optique. C'est à la fois la mise en valeur d'activités physiques conviviales (exutoire) et le travail du corps (performance). » Extrait de la note d'observation du village de La Parisienne le samedi 13/09/14.

Au final, l'événement à la teinte commerciale assumée alimente un système libéral où les entreprises occupent la place centrale. Si l'on regarde l'exemple de « La Parisienne », très représentatif de cette tendance, on constate que l'on s'éloigne du sport gratuit à dimension éducative ou sociale. On ne s'adresse qu'à une catégorie de la population, les femmes en l'occurrence, en soulignant avant tout son rôle dans la société : familial (challenge mère-fille) ou productif (salariée d'entreprise) pour une fin de développement personnel. En proposant des stratégies marketing très ciblées sur ces événements, on accepte l'idée d'abandonner l'exercice d'une activité corporelle pour des finalités sociales, culturelles ou politiques (idéal moral). Malgré ce que laisse entrevoir l'événement sur site à travers la bonhomie et le sentiment d'appartenance perceptible (un temps au moins), ce type d'événement promeut en priorité un sport abordé par le prisme individuel de la réalisation de soi.

C'est du moins le cas de ce type d'événements sportifs. Mais qu'en est-il des autres événements et des événements à finalité sportive ? Existe-t-il des événements qui ne se sont pas soumis à cette norme et maintiennent le développement de valeurs plus collectives confortant la dimension « hygiéniste » de Defrance (1995) ou les fonctions latentes de Bouet (1968) ?

À Roland Garros, le « sport business », par l'impact médiatique du tournoi et les relations publiques, consacre la dimension économique du tournoi. Toutefois, en appartenant à la fédération française de tennis, cet événement international a la singularité de pouvoir faire fonctionner l'ensemble de la discipline en France. Dans le cadre de ce type de projet d'envergure, une nécessaire attention au « grand public » doit être accordée pour continuer à bénéficier du soutien de la sphère publique. C'est la raison pour laquelle un programme d'accompagnement (détaillé dans le chapitre 6) est mis en place pour faire résonner l'événement à différents niveaux. Il génère des interactions entre différents acteurs (tel que

le dispositif « Roland Garros dans la ville »). En convoquant les fonctions médiatiques, spectaculaires et symboliques, les dimensions économique et compétitive du sport de haut niveau prévalent. Cependant, à la faveur du programme d'accompagnement et conformément à la norme ISO 20121¹³², l'organisateur, la fédération française de tennis, s'efforce de générer des effets vertueux, renvoyant à des fonctions latentes comme l'insertion ou le bien-être social.

Pour « Femmes en Sport », l'événement porté par la municipalité manque de moyens pour pouvoir générer plus d'effets, plus de dynamisme et d'héritage. C'est le cas d'un événement entièrement public qui peine à se développer par manque de mise en réseau et de mobilisation d'autres acteurs du sport. Toutefois, la nouvelle version de l'événement, depuis 2015, est décentralisée sur plusieurs sites de la ville. C'est un nouveau moyen de mobiliser les acteurs de proximité. La temporalité du projet reste une limite importante aux effets générés, confortant le dispositif en une simple vitrine. L'accès gratuit à la pratique sportive renvoie à des finalités d'insertion et d'intégration sociale.

La course cycliste du 14^e arrondissement quant à elle, bénéficie du soutien des élus politiques, à la faveur des valeurs d'un sport qui génèrent justement des points d'ancrage culturels, sociaux et historiques dans le 14^e arrondissement de Paris. C'est un événement de sport compétitif qui privatise pour un temps l'espace public. Il occasionne à ce titre des critiques. Mais la course existe encore grâce à son modeste rayonnement (et donc à ses nuisances limitées). De fait, il contribue à l'animation du quartier mais mobilise peu d'acteurs. Ce projet comporte par essence une finalité « purement sportive » mais il survit à la faveur d'une fonction d'amélioration du bien-être social (Pociello, 1981) reconnue par les élus locaux.

Ainsi les trois événements à « finalité sportive » de notre échantillon théorique comportent des fonctions latentes. Concernant les autres projets événementiels nous constatons également des volontés premières qui renvoient à diverses fonctions. « Charléty sur Neige », « Famillathlon », les événements organisés dans le cadre du dispositif des « Berges de Seine » et « Courir Ensemble » visent tous un autre objectif que le sport en tant que finalité : ouvrir un équipement, animer un espace public, mobiliser des familles, des jeunes, des personnes en situation de handicap... Le sport, dans ces cas-là, est un outil pour attirer, mobiliser, divertir et sensibiliser. Il s'agit d'atteindre une « finalité supérieure » selon le terme de Defrance (1995, 2012). Parfois il est présent dans sa dimension ludique (« Charléty sur Neige »), parfois il apparaît sous une forme plus compétitive (« Courir Ensemble ») ou professionnalisée (« Famillathlon »)¹³³.

De fait, si les fonctions du sport font l'objet d'une segmentation de la part des sociologues, il nous semble que les événements doivent aussi être analysés à la lumière de cette diversité de finalités. En effet, compte tenu des programmes d'accompagnement, des impacts et des objectifs divers qui sont attendus des grands événements sportifs notamment, il apparaît désormais évident que nous ne pouvons conférer une seule fonction à un type d'événement.

¹³² Systèmes de management responsable appliqués à l'activité événementielle comportant des exigences et recommandations de mise en œuvre.

¹³³ Les « ambassadeurs du sport » qui viennent depuis 2013 sur l'événement sont des athlètes franciliens de haut niveau qui représentent le sport français lors d'événements ou d'interventions dans les collèges et les lycées. Ils sont financés par le CNOSF et la région Ile-de-France.

D'ailleurs nous avons présenté dans le chapitre 2 les quatre à cinq volontés premières identifiées pour chaque projet étudié. Bien sûr, les événements présentent généralement plusieurs fonctions sociales qui dépassent largement la seule volonté première par laquelle nous le caractérisons. Avec la typologie, nous avons dû simplifier la complexité du réel pour pouvoir ordonner la réalité et sélectionner de la manière la plus discriminante possible les projets sur des critères objectifs.

Les volontés premières illustrent donc la manière dont les événements s'accordent à traiter de choses diverses, qu'elles soient transversales ou plutôt focalisées sur un public, une pratique ou un équipement spécifique. Lorsque Roland Garros fait des bénéfiques, c'est le moyen de financer la pratique. Quand un reportage sur le « LNB All Star Game » passe pendant les fêtes de fin d'année au JT de France 2, c'est un moyen d'apporter un coup de projecteur sur l'ensemble de la discipline. Ainsi, il nous semble intéressant d'avancer l'idée d'un *continuum* de volontés premières¹³⁴ qui se nourriraient les unes les autres, plutôt que d'un clivage strict entre deux approches distinctes.

L'analyse des fonctions sociales des événements, indiquent que l'implication des acteurs privés dans les montages organisationnels ne se fait pas totalement au détriment d'une approche plus collective ou hygiéniste¹³⁵. Nous avons vu à travers certains événements comme « La Parisienne » que l'idéal physique et la dimension individuelle d'autoréalisation représentent l'alliage qui confère de l'attractivité au projet. Même sur un événement caritatif tel que « Courir Ensemble », la dimension compétitive de dépassement de soi (à travers l'inscription de la course au Paris Running Tour) vient améliorer sa fréquentation. Enfin, sur « Femmes en Sport » il s'agit d'inciter à la pratique sportive en s'appuyant sur le bien-être et la campagne nationale « Manger-Bouger »¹³⁶.

De manière plus quantitative, le recensement des événements sportifs récurrents parisiens révèle qu'environ trois événements sur quatre sont organisés par et pour le mouvement sportif. Les effectifs licenciés sont en légère hausse ces dernières années¹³⁷. Le système fédéral s'appuie donc encore sur une base solide et croissante de licenciés. Les sports traditionnels, nourris par l'approche centrée sur la performance, restent le principal pourvoyeur de projets événementiels.

Finalement, nous n'observons pas de clivages évidents entre « sport outil » et « finalité sport ». La dimension hygiéniste n'aurait pas forcément disparue au profit d'une finalité commerciale (« La Parisienne », « LNB All Star Game »). Cette affirmation nous semblerait trop péremptoire. Le sport compétitif bénéficie de l'appui de finalités sociales pour garantir la pérennité d'un projet (course cycliste du 14^e arrondissement) ou d'un modèle fédéral (Roland Garros). Comment dire que « La Parisienne » ne contribue pas du tout au développement du sport féminin ? En revanche, cette contribution est portée par une sphère privée marchande qui dispose en corollaire de ses propres objectifs. La tendance

¹³⁴ Renvoyant chacune à des fonctions sociales.

¹³⁵ On renvoie ici à la « finalité supérieure » de Jacques Defrance (2012).

¹³⁶ Lancé à la rentrée 2004, le site Manger-Bouger a pour objectif de mettre les recommandations du Programme national nutrition-santé à la portée de tous : il s'adresse à un public soucieux de manger mieux et de bouger davantage. En octobre 2012, l'Inpes et le ministère chargé de la santé lancent une campagne pour renforcer la notoriété du site et ses services.

¹³⁷ « Les chiffres clés du sport ». Ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports.

<http://sports.gouv.fr/organisation/publication-chiffres-cles/Statistiques/Chiffres-cles/article/Chiffres-cles>

n'est donc pas au remplacement d'une approche par une autre puisque les deux logiques sont toujours présentes. On constate plutôt l'apparition d'un modèle qui les développe conjointement, les hiérarchise. À cet égard, nous parlons d'un *continuum* de volontés premières et de fonctions sociales.

Au final, « La Parisienne » est particulièrement exemplaire de ce point de vue, car elle illustre ce processus par lequel l'organisation du sport s'appuie précisément sur ces deux dimensions. Ainsi, l'intérêt général¹³⁸ est un objectif affiché. Cependant, ce n'est pas le premier objectif puisque c'est avant tout une entreprise cherchant à faire des bénéfices qui organise. C'est précisément lorsque la hiérarchisation est efficacement conçue sur la scène publique que la fonction sociale du projet est perçue en premier¹³⁹. Cela devient un outil pour atteindre des objectifs commerciaux. Plus que cela même puisque c'est un moyen de légitimer le soutien de l'acteur public qui y voit des effets vertueux à exploiter.

Que peut-on retenir des constats effectués et qu'est-ce que cela questionne de la structuration actuelle du sport français et des politiques publiques ? Les différentes fonctions sociales que remplit le sport doivent-elles nécessairement aboutir à une segmentation conduisant à un clivage entre cadre public et initiative privée ? L'acteur public doit-il s'investir uniquement lorsqu'il y perçoit un intérêt général¹⁴⁰ ?

Les différents montages organisationnels analysés laissent à penser que l'organisation de la pratique sportive, même sous couvert de logique commerciale, doit permettre d'atteindre l'accomplissement d'objectifs d'intérêts généraux (santé publique, pratique sportive féminine) pour bénéficier de l'appui salvateur de la sphère publique (soutiens financiers, matériel, autorisation administrative, communication conjointe). Ce résultat confirme la difficulté de parvenir à catégoriser les événements sportifs (Bessy, Suchet, 2016), puisqu'ils sont par essence porteurs de différentes finalités.

Dès lors pouvons-nous toujours parler d'un clivage entre approche compétitive et hygiéniste ? Parler d'un sport considéré comme un « bien commun » et d'un sport « objet de marchandisation » représente peut-être un peu mieux le paysage actuel. Quoi qu'il en soit, puisque chaque événement comporte une dimension sportive et sociale, ces fonctions justifient l'intérêt de l'acteur public et la situation de porosité publique/privée marchand dans laquelle leur gouvernance s'opère le plus souvent.

¹³⁸ En tant que volonté première externe : développement de la pratique sportive féminine.

¹³⁹ On se souvient du sentiment étonnant ressenti suite à l'observation de « La Parisienne » quand Laurent Delahousse au JT de 13h évoquait l'événement comme une course pour la recherche médicale. Bien sûr, l'événement a en réalité une teinte essentiellement commerciale et qui est d'ailleurs totalement assumée par les organisateurs.

¹⁴⁰ L'intérêt général est une finalité d'ordre supérieur aux intérêts individuels, dont on sous-entend qu'elle dépasse l'intérêt commun dans la mesure où elle prétend être « quelque chose de plus ambitieux que la somme des intérêts individuels », soit une finalité à laquelle l'individu est censé se soumettre.

5.4 La formalisation du *continuum* : l'action concertée entre sphère publique, sphère privée marchande et univers fédéral

Partant du cas de la voile, Sebilleau (2009) considère « abusive » l'idée de séparer catégoriquement univers fédéral et univers marchand, valeurs olympiques et valeurs mercantiles. L'action politique est beaucoup plus complexe qu'un clivage amenant à exclure par nature toute transaction de type marchand. En effet, même dans le cas d'événements sportifs portés entièrement par la municipalité, des flux financiers et des opérations marchandes apparaissent en amont, par la passation de marchés pour le besoin de l'organisation. Dans le cas d'événements portés entièrement par la sphère privée marchande, nous avons vu que l'acteur public est généralement présent même indirectement (« LNB All Star Game », « La Parisienne »). Le sport se structure aujourd'hui par l'imbrication des deux sphères et par un jeu d'intérêts divergents/convergents. Un autre exemple est fourni par Haschar Noé, Moralès et Rivière (2009) qui montrent comment l'aménagement d'un espace sportif se situe à l'interaction de l'action publique et des intérêts particuliers. Le cas de l'aménagement du canal du Midi à Toulouse est selon eux un moyen de comprendre les liens d'interdépendance entre la société civile et la société politique.

Cette analyse renvoie bien à ce que nous avons vu à travers le cas des berges de Seine : l'aménagement se fait sur la base d'un accord entre acteurs appartenant à des mondes sociaux hétérogènes (Lascoumes, 1994). Cependant, de cette hétérogénéité peuvent naître des difficultés dans la cohabitation des usages, entre « *les gens de la terre et les gens de l'eau* » (Haschar Noé, Moralès, Rivière, 2009) pour le cas toulousain, dans le développement de pratiques sportives, festives ou oisives incompatibles dans le cas parisien. Néanmoins, ces projets révèlent bien des processus de création de dispositifs d'aménagement (« Berges de Seine »), ou d'événements (« La Parisienne », « Courir Ensemble », « Famillathlon », etc.) qui se structurent sur une « convergence » d'intérêts particuliers se transformant en intérêt commun. Les frontières entre public et privé se déplacent au fur et à mesure de la définition de la mise en œuvre et du déroulement des projets (Haschar Noé, Moralès, Rivière, 2009) par un processus de « politisation » (Lagroye, 2003) d'une impulsion participative locale (Bourbillères, Charrier, Evrard, 2015), ou d'un projet événementiel qui mobilise et catalyse les enthousiasmes. Cela renvoie à l'action publique « bricolée » selon les logiques diverses des acteurs (Lascoumes, 2002) et de la réponse à un besoin de démocratie locale face à une perte d'autonomie des décisions des acteurs de proximité (Koebel, 1999 ; Honta, 2007).

La tendance à la porosité existe à travers toutes les formes du sport. Les conséquences sont nombreuses et diverses. Par exemple, Martel et Clément (2009) montrent comment la marchandisation des activités sportives de nature vient questionner la mission de service public et l'intérêt général. Les associations sportives affiliées à des fédérations agréées, impliquées sur les sports de nature, ne réagissent pas de la même manière à cette évolution (Martel, Clément, 2009). Certaines pratiques, comme l'escalade, restent à l'abri de la marchandisation dans le secteur fédéral. Dans ce cas, cela peut s'expliquer par une autonomie des pratiquants au niveau de l'expertise et du choix des sites, de leur capacité à autogérer et à encadrer leur pratique (Aubel, 2005). En ce qui concerne le secteur nautique en revanche (kayak, voile, plongée, surf, etc.), les organisations peinent selon Martel et Clément (2009) à concilier la logique associative centrée sur la mobilisation désintéressée et

la logique d'entreprise (Tchernonog, et al., 2004). L'implication de l'acteur public devient alors un réel enjeu en vue d'éviter l'écueil d'une situation où le soutien public profite à des intérêts privés. Cette tendance est surtout inhérente aux caractéristiques de la discipline et à la manière dont la fédération a su (ou non) s'adapter aux évolutions conjoncturelles et la diversification de la demande sportive.

Globalement nous observons un développement d'activités sportives en lien avec la nature, ou de pratiques sportives émergentes, hybrides, donnant lieu à de nouveaux usages institutionnalisés (Augustin, Bourdeau, Ravenel, 2008 ; Martel, Clément, 2009). Cet exemple, circonscrit au cas des activités sportives de pleine nature est observable à travers les événements étudiés dans cette thèse, comme l'indique le recensement extensif des projets parisiens dans la première partie de cette thèse. En effet, cette dichotomie s'exprime pleinement dans le secteur de l'événementiel à travers des volontés premières tiraillées entre deux logiques qui, nous l'avons vu, se nourrissent l'une de l'autre. Fort de ce constat de porosité, voyons désormais la manière dont il s'opère et surtout les effets qu'il engendre dans le cas parisien.

5.4.1 La situation parisienne : la complexité sportive

Cette thèse révèle des situations où des incompréhensions, voire des incompatibilités d'usage se font jour. Le mouvement sportif est historiquement et juridiquement structuré par l'acteur public (Bayeux, 2000). Néanmoins, de nombreuses évolutions (sport auto-organisé, sphère privée marchande organisatrice d'événements, pratiques sportives émergentes) viennent faire évoluer un modèle qui se reposait jusque-là beaucoup sur l'initiative publique et le mouvement sportif fédéral. Dans la capitale, cela se traduit par plusieurs formes de complexité.

La première est une complexité « d'image » : à Paris, il faut tout type de sport, tout type d'événement à tous les niveaux. C'est bien ce qui est perceptible dans la feuille de route d'Anne Hidalgo, la maire de Paris à son adjoint au sport Jean-François Martins. Dans une capitale européenne comme Paris, la ville doit présenter une réelle diversité de pratiques. L'événementiel sportif est un élément central de cette politique par le caractère fédérateur et médiatique qu'il comporte. Les fonctions sociales latentes y sont aussi très présentes.

« Dans le domaine du Sport, mon ambition est de faire du sport quotidien des parisiennes et des parisiens un élément permanent de mixité, d'insertion, de santé et d'animation locale, adapté aux nouvelles pratiques individuelles et collectives du sport dans une ville Monde. Je suis également très attachée à ce que le sport de haut niveau contribue au rayonnement de Paris, de son identité et de ses valeurs. » Extrait de la feuille de route du 16 mai 2014 sur la politique sportive d'Anne Hidalgo adressée à Jean-François Martins, maire adjoint au sport et au tourisme.

Nous observons ensuite une concurrence entre acteurs à travers une forme de complexité administrative. Les échelons sont nombreux : département, ville, arrondissements, circonscriptions (regroupant environ 5 arrondissements chacune) et désormais le « Grand Paris » viennent diviser et structurer l'espace sportif institutionnel. C'est pour cela que la transversalité des services à Paris est un autre enjeu important. À cet égard Jean-François Martins confirme un certain cloisonnement.

« Je confirme avec toute l'amitié et la bienveillance que j'ai à l'égard de l'administration, elle fonctionne un peu en silo. Donc quand vous êtes dans un parc et jardin vous êtes dans un établissement de la direction des Espaces Verts, ce n'est pas la direction Jeunesse et Sport. Nous héritons en effet d'une situation administrative assez cloisonnée, que l'on est globalement plutôt en train de faire bouger. C'est plutôt un manque de dialogue intérieur à certaines directions. Cela arrive que l'information passe par nous pour aller d'un point A à un point B. Mais dans une structure de 50 000 salariés avec des prés carrés... c'est normal. Les directeurs ne sont pas à convaincre, ce sont plutôt les échelons inférieurs. » Jean-François Martins, adjoint à la maire de Paris en charge des Sports et du Tourisme depuis 2014. Extrait d'entretien du 26 janvier 2015.

En effet, c'était un des premiers objectifs de la mandature d'Anne Hidalgo que de chercher à améliorer les schémas de gouvernance interne. Désormais, il y a des référents dans chaque direction qui sont les interlocuteurs privilégiés. Cela induit des processus plus transversaux devant favoriser le dialogue inter-service. À cet égard, les événements sont des outils pour générer cette transversalité souhaitée.

« C'est la volonté de la maire de Paris : faire en sorte qu'il y ait moins d'échelons hiérarchiques dans le processus de décision. » Extrait d'entretien avec Armelle Gros, Secrétariat Général de la mairie de Paris, missions « Berges de Seine » et « promotion animation valorisation et expérimentation » (PAVEX) ; et Ludovic Piron-Palissy, directeur adjoint à la mission « Berges de Seine », le 14 août 2015.

Toutefois, elle ne semble pas encore s'opérer pleinement, comme en témoigne le *verbatim* de l'adjoint au sport et au tourisme ci-dessous.

« Parfois, ce n'est pas la même culture... et les vrais sujets de frottement sont sur l'investissement : qui paye ? Qui conçoit ? Qui réfléchit les agrès que l'on va mettre dans le bois de Vincennes ? La direction des Espaces Verts va dire : « c'est chez moi, laissez-moi gérer, je veux que ce soit du bois comme cela pour qu'il y ait une belle intégration... Pour la direction des Affaires Scolaires par exemple, la légitimité de la DJS permet d'avoir un terrain conducteur et un terrain inter-direction. Mais c'est un combat interne. » Jean-François Martins, adjoint à la maire de Paris en charge des Sports et du Tourisme depuis 2014. Extrait d'entretien du 26 janvier 2015.

Le sport révèle cette difficulté qui devient un élément de complexité supplémentaire pour l'organisation d'événements sportifs. Les associations doivent solliciter diverses directions, lorsque se jouent parfois à l'intérieur même du service des jeux de pouvoir. Par exemple, pour l'événement « Courir Ensemble », Handicap International traite avec la direction des Espaces Verts car l'événement se déroule au bois de Boulogne. Mais elle est aussi en relation avec la direction de l'action sociale de l'enfance et de la santé (DASES) en raison de la nature de l'association. Pourtant, il s'agit bien d'un projet sportif d'autant plus que les fédérations d'athlétisme et handisport sont mobilisées dans le cadre de la dimension compétitive de l'événement. Le service des sports, en l'occurrence la DJS, ne fait pas office d'interface dans ce montage, elle en est même absente.

Ces gouvernances au cas par cas, indiquent le peu de similitudes dans l'organisation d'événements sportifs à Paris. Chaque projet est la résultante d'une concordance de facteurs et l'implication de l'acteur public (mairie centrale ou d'arrondissement par exemple) a rarement le même fondement. Cette singularité dans le soutien d'événements

révèle une forme de complexité dans la compréhension du phénomène sportif parisien. Le dispositif des « Berges de Seine » cristallise à ce titre une forme de sport qui n'est ni totalement le fait du mouvement sportif, ni celui de la mairie de Paris.

« Le site des berges, cela me dépasse ! Ce n'est pas le mouvement sportif ni la filière sportive qui sont sollicités, bien que l'enjeu soit d'y permettre la pratique sportive. » Jean-François Martins, adjoint à la maire de Paris en charge des Sports et du Tourisme depuis 2014. Extrait d'entretien du 26 janvier 2015.

Sur ce site, nous assistons même à une opposition entre les formes de sport (Loirand, 2011). Les définitions différentes que les acteurs, par le prisme de leur histoire/culture/activité confèrent au phénomène sportif sont illustrées par la multiplicité des événements sportifs et surtout des volontés. Olivier Sirost (2014) explique à ce titre que l'on n'est pas tous chaussé des mêmes lunettes quand on regarde le sport. En effet il est par essence polysémique (Raveneau, 1994). Dans la multiplicité de ses formes et la variété de ses fonctions, le sport échappe à une définition univoque parce qu'il fait l'objet d'un processus incessant de légitimation sociale recouvrant d'importants enjeux sociaux et institutionnels, et qu'il est toujours investi d'une forte charge normative qui fait de lui un objet culturel ambigu (Raveau, 1994, 2006).

Toutefois, en étudiant l'événementiel sportif parisien, nous avons parfois constaté une forme d'atomisation. La dimension polysémique du sport invite une multitude d'acteurs à faire preuve d'initiatives sur un segment de ce champ. Il en résulte parfois un manque de communication entre les acteurs qui sont amenés à ne se focaliser que sur leurs attributions.

Pour étayer cette idée, nous mentionnerons par exemple le jour où nous avons rencontré le conseiller à la Vie Sportive (CVS) de la circonscription Ouest au stade Emile Anthoine (dans le 15^e arrondissement). Nous avons appris ce jour à notre interlocuteur l'existence du « Famillathlon », qui s'était tenu la semaine précédente sur le Champ de Mars, à quelques centaines de mètres seulement. Autre exemple, celui du 14^e arrondissement et de son directeur des animations sportives, ignorant tout de la course cycliste du 14^e, événement pourtant bientôt trentenaire s'appuyant sur une histoire riche avec son territoire hôte.

Moins que des cas isolés, ces constats nous amènent à faire la supposition que le sport parisien, est compartimenté entre activités (Corneloup, Oblin, 2011), types d'acteurs (Honta, Julhe, 2014) et surtout modalités de pratique (Loirand, 2011). Pour nous appuyer sur une métaphore sportive, c'est exactement comme si chaque acteur nageait dans sa ligne d'eau. Les événements qui créent parfois de la transversalité notamment dans le cas de projets d'envergure, révèlent aussi parfois des situations plus cloisonnées. Toutefois, il est à noter que l'acteur public seul n'a pas vocation à organiser l'ensemble des pratiques sportives et encore moins à créer des événements. Il doit venir en soutien et en complément des acteurs du champ, comme le rappelle le verbatim ci-dessous.

« Le rôle de la ville n'est pas de se substituer à tout mais elle a quand même son rôle à tenir, s'investir dans les domaines peu fournis, développer des animations pour tous... ». Jean-Claude Coucardon, directeur de la mission des Grands Stades et de l'Événementiel, direction Jeunesse et Sport, mairie de Paris. Extrait d'entretien du 27 avril 2015.

Ces exemples nous amènent à nous questionner sur la potentialité du sport à générer de la congruence à Paris. L'organisation des activités physiques et sportives comporte

naturellement une diversité à travers les différentes définitions que les acteurs s'en font selon leurs natures ou leurs objectifs. Mais le fait que les responsables des animations sportives des arrondissements ou des circonscriptions ne soient pas réellement actifs, ni mobilisés dans le cadre des événements sportifs qui se déroulent sur leur territoire, pose une question centrale. Ce cloisonnement entre organisateurs de modalités de pratiques sportives différentes (Loirand, 2011) n'est-il pas en réalité dommageable pour l'ensemble du champ ?

Nous avons vu que les événements sportifs génèrent une mise en réseau vertueuse lorsqu'ils bénéficient de la présence d'un intérêt commun. Ainsi, on peut se questionner sur le fait que les événements portés par le mouvement sportif fédéral, les dispositifs portés par la ville, gagneraient en visibilité si les acteurs, plus concentrés, développaient plus d'interactions. Une piste de réflexion pour la suite pourrait d'ailleurs être d'analyser de manière comparative les effets d'un projet porteur d'une synergie constructive et ceux de plusieurs projets portés de manière isolée. En attendant, nous voyons même apparaître parfois une forme de rivalité dans le système sportif local (Honta, Julhe, 2014). Par exemple, certains offices pour le Mouvement Sportif (OMS) et certains clubs, voient, à travers les animations municipales gratuites, de la concurrence déloyale.

« Dans le 14^e, nous étions vus comme de la concurrence quand je suis arrivé en septembre 2005. Maintenant cela a évolué mais quand je suis arrivé, ils nous ont regardés d'un mauvais œil en se disant : vos activités sont gratuites, celles de nos adhérents ne peuvent pas l'être ! Pour eux c'était de la concurrence déloyale. Depuis, cela a cheminé, ils ont compris qu'ils n'étaient pas sur les mêmes publics, pas les mêmes dimensions. Après c'est le problème de la gratuité, ces limites-là on les connaît puisqu'on les a vu, on y a été confronté. De toute manière, les gens qui ont envie d'approfondir la pratique, ce n'est pas avec nous qu'ils vont pouvoir le faire, ils doivent se tourner vers les associations. Mais il faut encore l'expliquer. » Arnaud Rollet, responsable des animations sportives dans les 7^e et le 15^e arrondissements, service du sport de proximité, direction Jeunesse et Sport. Extrait d'entretien du 12 septembre 2014.

L'exemple des berges, une nouvelle fois, illustre bien cette tendance, par laquelle on cherche à développer le sport en ville, en se situant à l'interface des types d'acteurs (public/privé non marchand) et des formes de pratique (auto-organisées, fédérales, émergentes). D'ailleurs, l'extrait de la feuille de route d'Anne Hidalgo à Jean-François Martins ci-dessous évoque bien cette volonté.

« Je retiens votre proposition pour améliorer l'offre sportive dans l'espace public. Les pratiques et les attentes sportives ont évolué. Pour y répondre, il convient de penser l'espace public comme de nouveaux espaces de liberté pour toutes les pratiques. En partenariat avec vos collègues adjoints concernés – urbanisme, transports, espaces verts - vous me proposerez le lancement d'un appel à projet pour disposer d'un panel d'installations sportives innovantes, durables ou éphémères, adaptées à l'urbanité. Ce panel sera à réaliser avec les designers, les sportifs et l'industrie du sport à Paris. » Anne Hidalgo dans sa feuille de route à Jean-François Martins du 16 mai 2014.

Mais les événements sportifs se déroulant sur le site des berges de Seine et qui formalisent cet axe de politique publique, n'ont pas généré de congruence entre les acteurs de la filière sportive municipale, ni du mouvement sportif. Cette volonté d'innovation se traduit en

réalité par la mobilisation d'entreprises, de « *start up* » des incubateurs parisiens. Le mouvement sportif, en restant focalisé sur la pratique sportive compétitive, perd l'occasion de développer lui-même la réflexion autour du sport urbain de demain. L'acteur public, de son côté, fait clairement le choix à travers cet exemple de mobiliser la sphère privée marchande pour développer des dispositifs sportifs innovants et pérennes. En faisant ce choix, il soumet le sport de demain aux intérêts marchands, se mettant lui-même à distance de la structuration historique du champ en France et de son approche disciplinaire et gratuite.

Jean-François Martins a fait du développement du sport en dehors des gymnases l'un de ses objectifs de mandat. Par exemple, le dispositif « Paris, terrain de jeux » propose à divers acteurs plus ou moins éloignés de la sphère sportive (fédérations sportives, clubs, opérateurs sportifs, investisseurs, architectes et designers, etc.) d'utiliser des terrains disponibles pour proposer des installations ou du sport¹⁴¹. Mais, là aussi, les intérêts privés sont envisagés puisque la ville veut ouvrir ses espaces, mais ne veut pas dépenser un centime. Dès lors, les investissements consentis par les lauréats de l'appel d'offre peuvent être amortis par du sponsoring, voire des activités à entrées payantes sur certains sites. Toutefois, pour éviter une privatisation totale des équipements et espaces publics, Jean-François Martins précise que « *les porteurs de projets qui tireraient du profit de ces sites auront une redevance à verser à la ville* ». Tous les acteurs de la filière sportive sont sollicités par cet appel à projet, les plus innovants ont été sélectionnés en mai 2016. Toutefois ce système permet à certaines entreprises d'organiser la pratique sportive à la faveur d'un partenariat avec la ville.

La porosité entre les sphères publique et privée autour de la gestion et de l'organisation de la pratique sportive reste donc, monnaie courante¹⁴². Cela s'observe sur certaines disciplines comme l'ont montré Martel et Clément (2009) à travers les activités de pleine nature, certains aménagements de l'espace urbain (Menez, 2006) comme les berges de Seine ou le canal du Midi à Toulouse (Haschar Noé, Moralès, Rivière, 2009), ou encore à travers la gestion des équipements structurants, comme le montre le cas du stade Charléty avec une programmation qui échappe progressivement au mouvement sportif (Bourbillères, Evrard, Charrier, sous presse).

À tous les niveaux, le sport se structure sur ce processus. Les événements sportifs sont loin de faire exception. Ils révèlent aussi des « occasions manquées » du côté du mouvement sportif fédéral. La difficile conciliation de conceptions différentes du sport semble être un frein au développement d'une synergie ou d'un projet. Dès lors, l'acteur public et le mouvement sportif vont préférer laisser la sphère privée marchande s'insérer dans l'organisation de la pratique sportive, quitte à aller vers un modèle de cogestion de plus en plus systématisé. On parle aussi d'action sportive concertée (Honta, 2008).

Cette analyse nous amène à nous questionner plus précisément sur la stratégie du mouvement sportif fédéral. À cet égard, le cas de Roland Garros illustre bien la manière dont une fédération doit composer entre des logiques différentes, entre « *sport-business* » et sport fédéral.

¹⁴¹ Ouverture des premiers sites en septembre 2016.

¹⁴² Nous l'avons vu, elle était déjà présente dans les discours et textes de Léo Lagrange et Jean Zay dans les années 1930.

5.4.2 Les tiraillements du mouvement sportif fédéral : entre le culturellement public et le nécessaire commercial

Par l'organisation des événements sportifs parisiens, nous avons montré l'étendue de la porosité entre le public et le privé. Nous avons identifié des processus comme la hiérarchisation des volontés premières qui vise à développer conjointement l'approche du sport performance et celle du sport hygiéniste. Nous avons également éclairé la manière dont cet alliage s'opère à Paris par une forme de porosité entre les sphères publiques et privées (marchandes et non marchandes). À travers l'exemple parisien, nous avons vu que cette tendance génère des incompréhensions, voire des incompatibilités d'usage, basées sur des conceptions du sport différentes. Cela représente pourtant un réel enjeu pour le mouvement sportif. Ce dernier, en étant en retrait, subit ce processus qui amène l'acteur public à traiter avec des opérateurs privés, en quête de rentabilité. Il y a donc là un enjeu primordial pour le mouvement sportif fédéral qui doit trouver un modèle pérenne pour ne pas se retrouver de plus en plus laissé en marge dans les négociations relatives à l'organisation du sport, que ce soit sur l'espace urbain ou dans les stades.

Pour parvenir à cela, il ne faut pas voir les récentes transformations comme vectrices d'une inévitable privatisation qui exclurait « *mécaniquement tout un héritage de politiques publiques* » (Guibert, Loirand, Sliman, 2009). Depuis le début des années 1990, la France tente d'imposer à l'échelle européenne une « exception sportive » visant à promouvoir en priorité l'image d'un sport éducatif protégé des appétits du marché. À cet égard, le traité simplifié de la constitution européenne adopté à Lisbonne les 18 et 19 octobre 2007 reconnaît pour la première fois une spécificité au sport, bien que les termes soient en deçà des revendications françaises. Pour le bien d'une analyse scientifique, il semble nécessaire de tenir à l'écart l'idée d'une totale dichotomie entre « public » et « privé » comme s'il s'agissait de deux catégories séparées et en naturelle opposition. Pour les auteurs Guibert, Loirand et Sliman (2009), il faut « *dépasser cette alternative binaire pour penser chaque cas comme l'avers et l'envers d'une même pièce* ». Ce sont des catégories d'actions politiques inséparables. Nous devons ainsi nous préserver d'une analyse trop simpliste opposant les méfaits de l'argent sur l'intérêt général qui peut trouver des définitions différentes selon les acteurs.

Pour étayer nos propos, nous allons utiliser le cas de Roland Garros. En étant la propriété de la fédération française de tennis, il représente la pierre angulaire du modèle économique de la fédération. Nous verrons d'ailleurs que le choix du « nouveau modèle économique fédéral » renforce encore la place de l'événement. Il suscite à cet égard des interrogations sur la potentialité d'une fédération à maintenir un événement compétitif sur l'échiquier libéral et mondialisé des « Grands Chelem » de tennis. En corollaire, ce cas est aussi l'occasion d'observer jusqu'où un événement sportif peut être structurant. De la même manière que les Jeux Olympiques ont fait entrer le sport mondial dans l'ère commerciale à travers la commercialisation des anneaux en 1980, nous suggérons ici que ce sont les grands événements sportifs et les grandes fédérations comme celle de tennis qui donnent la tendance à la structuration du mouvement sportif, tiraillé entre la compétitivité économique au niveau international et l'héritage public français.

5.4.2.1 S'adapter aux contraintes du « sport-business » international

Les fédérations sportives ont pour objet l'organisation de la pratique d'une ou plusieurs disciplines sportives. Elles exercent leur activité en toute indépendance et sont constituées sous forme d'associations, conformément à la loi du 1er juillet 1901 relative au contrat d'association ou, dans les départements du Haut-Rhin, du Bas-Rhin et de la Moselle, au code civil local¹⁴³. Le modèle économique du tennis français basé sur le tournoi de Roland Garros, permet à la fédération de s'autofinancer. La maîtrise totale de l'événement confère à la FFT le premier chiffre d'affaires d'une fédération en France en 2014 (juste devant la FFF). Les subventions représentent moins de 1% du budget de la FFT à (0,74%¹⁴⁴).

« Nous avons cette chance de tout maîtriser. C'est la raison pour laquelle, on fait presque redescendre un tiers du résultat de Roland Garros sur le tissu associatif. » Hughes Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, président de la ligue de tennis de Paris, trésorier du CROSIF, extrait d'entretien du 6 mai 2015.

Cette gouvernance qui paraît particulièrement vertueuse à l'échelle nationale génère néanmoins des contreparties contraignantes : l'acteur public est moins enclin à financer, les meilleurs joueurs étrangers (et leur fédération) regrettent de contribuer indirectement au financement du tennis français et de leurs futurs concurrents.

« Certains joueurs majeurs nous disent que c'est un événement international et non pas national, et qu'en laissant cet événement financer notre tennis national, on forme la concurrence aux meilleurs joueurs étrangers. Ils se disent qu'au bout du compte une bonne partie des revenus est due aux joueurs internationaux. Il y a toujours des gens et des joueurs qui pensent que les primes ne sont pas assez élevées. Eux, ils se comparent à la NBA par exemple où pour faire simple le promoteur a 50% des bénéfices et les joueurs 50%. Les primes que l'on délivre ne représentent pas 50% ! » Hughes Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, président de la ligue de tennis de Paris, trésorier du CROSIF, extrait d'entretien du 6 mai 2015.

Le tournoi, en générant des recettes grâce aux joueurs internationaux suscite des critiques de la part des autres fédérations. Cette vision très libérale tendrait à placer les joueurs majeurs au-delà même de l'aura du tournoi. Il n'est donc pas évident de défendre un modèle qui s'éloigne de ses concurrents, et qui ne reverse pas les mêmes sommes aux joueurs. Ce modèle fédéral est singulier dans le paysage du sport professionnel international.

« Vous avez vu combien Wimbledon va donner cette année (2015 ndlr) de primes ? Nous on va donner 31 millions, ils vont en donner 36. À un moment donné si l'on ne veut pas être à la ramasse les joueurs ne vont plus venir. Bon, il y a de la route avant qu'ils le disent on est d'accord. Mais il faut y penser. » Hughes Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, président de la ligue de tennis de Paris, trésorier du CROSIF, extrait d'entretien du 6 mai 2015.

¹⁴³ Article L131-2 du code du sport.

¹⁴⁴ En termes de taux de soutien, les trois fédérations les moins aidées depuis 2011 sont le tennis (0,74% du budget fédéral provenant d'une aide d'État), le rugby (1,38%) et le football (1,48%). Sept fédérations bénéficient, à l'inverse, d'un taux de soutien au-delà de 50% : la FF de canoë-kayak (51,14%), l'aviron (51,41%), l'escrime (52,16%), le ski nautique (53,96%), la lutte (55,93%), le handisport (70,8%) et le pentathlon moderne (83,4%). Source : CNOSEF.

En étant propriétaire de la marque, la fédération n'a toutefois aucune raison de fléchir, considérant les arguments juridiques et statutaires dont elle dispose. Dès lors, elle doit parvenir à s'inscrire dans cette évolution, tout en maintenant le modèle qui la fait vivre. Concrètement, c'est le « nouveau modèle économique fédéral » qui doit permettre cette transition. Cela passe par un renforcement des moyens alloués à l'événement en lien avec la rénovation du stade permise par des économies dans l'ensemble des organes déconcentrés. Notre interlocuteur Hughes Cavallin en est l'instigateur et est chargé de sa mise en œuvre. Il est donc le mieux placé pour l'expliquer.

« Il faut qu'on dégage, entre 10 et 15 millions de plus pour le tournoi d'ici 2018 pour faire face aux travaux. Du côté de la ville de Paris, je rappelle que personne ne nous donne un centime. Les 340 millions d'euros on les trouve comme des grands. Donc là, forcément, cela signifie par exemple que ce qui retombe sur les ligues va être diminué. Cette année, elles percevront 4% de moins. Ce n'est pas un gigantesque effort. On essaie de le combler l'année où nous augmentons le prix de la licence, on cherche à équilibrer les choses. Tout le monde fera des efforts. Mais ils ne sont pas faits pour faire des économies. Ils sont faits pour que pendant 4 ou 5 ans le tournoi reste compétitif. » Hughes Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, président de la ligue de tennis de Paris, trésorier du CROSIF, extrait d'entretien du 6 mai 2015.

Pour maintenir ce cap, la fédération a de nombreux atouts, à commencer par le fait justement d'être à Paris. Elle s'appuie sur cette dimension historique pour faire valoir sa marque. Les relations publiques sont aussi un poste de prestige qui assure au tournoi une place à part, avec le Tour de France, dans le paysage événementiel sportif français.

« Si les grands joueurs continuent à venir et que l'on donne 5 millions d'euros de moins, c'est justement parce qu'il y a un prestige d'être ici. C'est là que le côté « parisianisme » joue en notre faveur. Les joueurs pour eux c'est une petite part de rêve. » Hughes Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, président de la ligue de tennis de Paris, trésorier du CROSIF, extrait d'entretien du 6 mai 2015.

La pérennité du modèle à l'échelle internationale repose donc sur la préservation de sa singularité par l'adoption de réformes internes. Justement, dans les arcanes de la fédération, le message semble être bien entendu. Alain Kronenberger laisse par exemple entendre qu'il y avait probablement une « *gestion un peu opulente* » dans les ligues. Les moyens dont elles disposeront resteront conséquents par rapport à d'autres fédérations. Il s'agit selon lui simplement d'un petit réajustement en vue de faire face à l'avenir. D'autant plus que la concurrence s'intensifie en générant toujours plus de flux économiques à destination des opérateurs privés et des joueurs. Cela revient aussi à faire un peu de prospective en anticipant l'arrivée d'éventuels nouveaux tournois du grand Chelem (Indian Wells¹⁴⁵), après que la menace de Madrid eut été écartée il y a quelques années¹⁴⁶.

« Peut-être que l'on a pris l'habitude de vivre un peu trop confortablement dans certains domaines, y compris les ligues. Dans les ligues si tout d'un coup il y a 5% de moins de budget ce n'est pas une catastrophe. 5% sur une moyenne de 2 millions d'euros, cela fait un peu de

¹⁴⁵ http://www.lemonde.fr/sport/article/2015/03/13/tennis-indian-wells-le-cinquieme-tournoi-du-grand-chelem_4593244_3242.html (consulté 7 juin 2015).

¹⁴⁶ Source : Observatoire du Sport Business. <http://blog.lefigaro.fr/sport-business/2013/06/et-si-roland-garros-ntait-plus-un-grand-chelem.html> (consulté le 7 juin 2015).

sous. On se dit qu'il faut faire face aussi à l'événement qui est organisé dans la zone asiatique, on se dit que Federer va bientôt prendre sa retraite, qu'il a déjà monté sa société... qu'il essaiera probablement avec l'aura qu'il a d'obtenir un 5^e grand chelem... bref. Cela ne veut pas dire que cela va se faire mais il va devenir à mon avis un homme majeur du futur du tennis. Il a une casquette de businessman. Lui, les états d'âme que nous pouvons avoir par rapport au tennis fédéral, il ne les aura pas ! » Hughes Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, président de la ligue de tennis de Paris, trésorier du CROSIF, extrait d'entretien du 6 mai 2015.

Au bout d'une heure d'entretien avec Hughes Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, nous nous étions étonnés de la manière dont notre interlocuteur évoquait la gestion de sa fédération à travers Roland Garros, à la manière d'une entreprise. Nous entrions avec lui dans des perspectives managériales de pure gestion.

« Je ne suis pas sûr que le modèle français soit dépassé. Mais en tous les cas, on ne doit pas laisser notre système figé. Pour cela il doit évoluer. C'est pour cela que l'on parle aujourd'hui d'entreprises associatives. Oui, on est obligés de gérer le tournoi comme une boîte. » Hughes Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, président de la ligue de tennis de Paris, trésorier du CROSIF, extrait d'entretien du 6 mai 2015.

Hughes Cavallin confirme notre sentiment en soulignant l'évolution qui existe également dans les fonctions d'un dirigeant fédéral. Il évoque notamment un « métier » de plus en plus structuré qui nécessite de plus en plus de compétence de gestionnaire. Il en découle selon lui la diminution d'un d'engagement spontané basé sur l'amour de la discipline, à la faveur de fonctions plus managériales similaires à ce qui existe dans une entreprise.

« Cela continue à me plaire puisqu'on ne m'oblige pas à le faire... mais je suis plus dans le prolongement de mon job de gestionnaire dans le prolongement de ma passion. Au début je suis venu car j'adorais le tennis, je l'adore toujours, mais maintenant je fais plus de gestion que de tennis. » Hughes Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, président de la ligue de tennis de Paris, trésorier du CROSIF, extrait d'entretien du 6 mai 2015.

Aujourd'hui, il apparaît difficile pour la fédération de conserver à la fois cette spécificité et d'être compétitive sur la scène internationale. Exister uniquement au nom de l'histoire semble être difficile à long terme si le modèle économique sous-jacent ne correspond pas suffisamment à la vision ultra libérale qui régit actuellement le « sport business mondial ». Les grandes fédérations, à l'image de la FFF avec l'Euro 2016 et le recul des pouvoirs publics sur les taxes, ou la FFT avec le tournant du nouveau modèle économique, semblent indiquer que les concessions deviennent courantes au nom de la concurrence internationale.

5.4.2.2 Redévelopper la base pour s'émanciper de Roland Garros.

Nous venons de voir le premier volet du nouveau modèle économique fédéral qui vise à faire face à la concurrence internationale dans un contexte libéral. Toutefois, malgré les flux économiques générés par Roland Garros¹⁴⁷, la fédération française de tennis, propriétaire de l'événement doit toujours s'en remettre à ses statuts et à l'intérêt général. Cela doit rester le principe qui sous-tend la structuration de la discipline. À cet égard, il est de la responsabilité des dirigeants de trouver un équilibre dans le modèle, sans que l'événement ne soit (trop) indispensable. Le second volet est donc de redévelopper la base fédérale des licenciés. La tendance des effectifs, comme l'explique Alain Kronenberger est à la baisse, bien qu'il faille regarder la structuration des clubs pour y voir des enseignements pertinents.

« On avait des courbes très précises et c'est vrai qu'on a eu le maximum de licences en 1986 où l'on était à 1,4 millions de licenciés. Cela a diminué les années d'après jusqu'à une dizaine d'années où l'on était aux alentours du million. Mais cela peut s'expliquer car la course aux licences présente des inconvénients. C'était par exemple considérer que plus on a de club mieux c'est, même si le club a 3 licenciés. Cela signifie qu'il n'y a pas de vie de clubs et du coup cela ne correspond pas au fonctionnement de la vie associative. Donc ce n'est pas si grave que cela que l'on soit à 1 million de licenciés. C'est mon analyse, cela n'engage que moi. Je préfère un million pertinent que 1,4 dont certains ne jouent que peu dans une structure sans vie de club [...] mais depuis trois ans on est de nouveau dans une phase de baisse. Là où c'est plus inquiétant c'est que la baisse est vraiment répartie : adultes et jeunes. Avant, cela avait tendance à baisser ou à stagner chez les adultes, mais on continuait à avoir une bonne performance au niveau des jeunes. Là on commence à plonger. » Alain Kronenberger, coordonnateur national politique sportive des ligues, direction technique nationale, fédération française de tennis, extrait d'entretien du 13 avril 2015.

En effet, la tendance à la baisse chez les jeunes est un vrai risque pour la discipline puisque cela porte préjudice à la base fédérale sur laquelle la plupart des clubs et des compétitions se structurent. Concernant les adultes, Alain Kronenberger explique ces évolutions par une hausse de la pratique auto-organisée. Cela nécessiterait selon lui d'adopter une stratégie globale attractive mais surtout adaptée à ces nouvelles attentes. Il parle sans hésitation de clients, rejoignant l'analyse d'Hughes Cavallin.

« Les clubs doivent réfléchir sur l'adhésion et le rapport qu'ils peuvent avoir sur leurs clients, leurs adhérents. Le terme 'client' ne me fait pas peur parce que quand je paie les cotisations pour mes enfants, pour ma femme, pour moi, pour toute la famille et surtout sur le tennis parisien j'attends un minimum de services. Sinon je vais prendre la carte 'Paris tennis' et je joue de façon sporadique, je loue une heure à droite à gauche, bref je n'ai pas besoin d'aller dans un club. Si j'y vais, c'est que j'attends autre chose, une certaine qualité. J'ai un fonctionnement à mi-chemin entre l'individu qui va rentrer dans le milieu associatif et la personne qui rentre dans un magasin. Je parle au nom d'un courant qui se dessine. Les gens, les adhérents en veulent pour leur argent. Cela on l'entend, ils le disent, les enseignants le ressentent et les dirigeants aussi. Maintenant, si les adhérents ont manqué des cours pour des raisons professionnelles ou autres, c'est commun de demander des remboursements. C'est : mon fils n'a pas eu ses 30 séances dans l'année, donc je demande le remboursement au prorata des séances qui ont été annulées. C'est un courant qui n'existait pas avant et on

¹⁴⁷ Environ 300 millions sur la région Ile-de-France selon une étude interne en 2012.

doit tenir compte. » Alain Kronenberger, coordonnateur national politique sportive des ligues, direction technique nationale, fédération française de tennis, extrait d'entretien du 13 avril 2015.

Finalement, les « adhérents/clients » évoqués dans ce *verbatim* semblent considérer la pratique du tennis de manière totalement décorrélée d'une pratique associative inscrite au sein d'un collectif, nourri d'une culture de club. Ils ne souhaitent plus adhérer à une structure de ce type mais simplement payer un cours. Cela corrobore l'analyse effectuée dans les sous-parties précédentes sur la prégnance d'un sport individualisé à vocation « performance » par rapport à un sport hygiéniste et collectif.

Des études qualitatives sont menées en interne pour identifier les raisons conduisant à cet écart croissant entre les pratiquants de tennis et les licenciés. Les résultats semblent confirmer la tendance à la pratique sportive auto-organisée.

« On fait des études sur 'pourquoi est-ce qu'il y a un gap aussi important entre le nombre de pratiquants et notre million de licenciés ?'. Les réponses sont intéressantes car cela signifie qu'en fait on est assez conservateur dans les esprits, y compris dans notre sport. Le club d'aujourd'hui est ce qui correspond aux gens de notre génération. Ils ont répondu aux besoins de la mienne, de celle d'avant, moi quand j'avais entre 15 et 20 ans j'usais mon short sur les bancs à attendre qu'il y ait un court de libre. Après, comme j'étais mordu, je restais encore beaucoup dans le club... maintenant un gars de 30 ou 35 ans qui est en plein développement, il veut jouer à 10h et partir à 11h. Il faut que les clubs s'adaptent. Je ne peux plus me dire que je vais venir à 8h voir s'il y a un cours de libre et peut-être que je pourrai jouer à 11h... Ce n'est plus possible. Il faut s'adapter à ces nouvelles demandes. Il y aura toujours des clubs très traditionnels comme à Boulogne mais il faut aussi évoluer. Nous y travaillons. » Hughes Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, président de la ligue de tennis de Paris, trésorier du CROSIF, extrait d'entretien du 6 mai 2015.

Pour relancer les adhésions à la base du modèle, Cavallin explique qu'il faut se recentrer sur ce qui fait l'essence de la pratique sportive fédérale. C'est aussi ce pragmatisme qui permettra de maintenir en vie le modèle fédéral public, quand bien même Roland Garros évolue vers des aspirations de plus en plus commerciales, voire libérales. S'adapter à la concurrence internationale revient donc à capitaliser sur l'atout principal que représente le tournoi, tout en respectant les statuts de la fédération, en réinsufflant une dynamique fédérale. D'un côté il ne faut pas rester figé, quitte à se plier au jeu des grands événements internationaux, aux diktats commerciaux. De l'autre, il faut revenir aux statuts des associations françaises pour ne pas perdre ce qui fait la singularité de l'organisation française du sport. L'écueil que l'on peut soupçonner ici réside dans l'incompatibilité de ces deux stratégies puisque pour réaliser la première, il est nécessaire de rogner sur les dépenses des ligues qui doivent gagner en autonomie. Les licenciés au final devront aussi contribuer.

« Si l'on veut rééquilibrer le fédéral, il faut qu'il prenne aussi sa part d'autonomie. Je vous livre mes interrogations du moment : on a presque la licence la moins chère du marché. C'est-à-dire que l'on s'est mis tout seul dans les mains de Roland Garros. On n'aurait pas RG, la licence serait comme celle des copains à 40 ou 45€. Si on voulait préserver le niveau de vie des comités, des ligues et des clubs, il faudrait que la licence soit à 75€. Donc entre 25€ chez les adultes et 16€ chez les gamins, il y a de la route. Mais il ne serait peut-être pas farfelu de

dire qu'au lieu qu'elle coûte 26, elle coûte 28... Si ce n'est pas 16, c'est 18. Du coup le fédéral reprendrait davantage d'autonomie et serait moins livré pieds et poings liés au résultat du tournoi. » Hughes Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, président de la ligue de tennis de Paris, trésorier du CROSIF, extrait d'entretien du 6 mai 2015.

En laissant l'événement être aussi prégnant, la fédération se concentre beaucoup sur son développement, son avenir, peut-être au détriment même de l'essence de ce que doit être une stratégie fédérale adressée à la base, aux organes déconcentrés. En étant propriétaire de l'événement, elle s'expose au risque de tomber dans l'écueil consistant à penser que son seul rayonnement suffirait à faire fonctionner l'ensemble du modèle. Par exemple, le caractère extrêmement imprévisible de la météo parisienne au mois de mai nécessite des investissements visant à minimiser les reports de match. L'annulation de tous les matchs du 30 mai 2016 en raison de la pluie, représente un manque à gagner « *de l'ordre de 2 millions d'euros* »¹⁴⁸, selon le directeur du tournoi Guy Forget. Certains y verront un risque lié à l'événementiel beaucoup trop important. D'autres, s'en serviront justement pour justifier les investissements effectués sur le stade et notamment la mise en place du toit sur le court Suzanne Lenglen. En l'occurrence, le nouveau modèle économique fédéral fait clairement ce pari. Le discours d'Hughes Cavallin sur le nécessaire équilibre entre événementiel et fédéral nous semble cohérent, mais c'est le choix de l'événement inaccessible, un peu déconnecté qui est au final effectué. D'ailleurs, la rénovation/relocalisation de Roland Garros continue à faire débat jusque dans les équipes fédérales.

« Ce modèle je pense que c'est un peu reculer pour plus mal sauter. Cela veut dire que l'on aura toujours ce genre de problèmes. Les gens seront passionnés, pourront suivre cela sur les médias de chez eux... mais le fait que ce ne soit pas pratique d'y venir... que c'est une bulle... J'ai l'impression que le côté, historique, mythique de l'endroit, est presque un peu artificiel. On se dit que cela ne peut pas avoir lieu ailleurs. L'histoire du tennis c'est Roland Garros et c'est à la porte d'Auteuil. D'accord. La preuve, c'est que beaucoup d'entre nous disent 'ok pour le côté mythique mais je peux le regarder chez moi'. Est-ce que cela sera mieux avec le nouveau stade je n'en suis pas sûr. Mais c'est ce que cela questionne. Faut-il préserver l'histoire et préserver le mieux possible le site actuel ou faut-il construire un stade moderne ailleurs ? Je trouve à titre personnel dommage que l'on ait enterré ce débat bien vite au nom de l'histoire. » Alain Kronenberger, coordonnateur national politique sportive des ligues, direction technique nationale, fédération française de tennis, extrait d'entretien du 13 avril 2015.

Au-delà de la décision qui sera prise en dernier lieu¹⁴⁹, il convient de noter les enjeux que cela soulève. Roland Garros est un événement majeur, et pas seulement au sens de son rayonnement médiatique ou de son impact économique. C'est bien plus qu'un simple événement sportif puisqu'il structure l'ensemble de la discipline en France et permet d'employer des milliers de personnes. Ce qui se joue à travers ce cas est finalement le potentiel du projet événementiel. Jusqu'où peut-on utiliser un événement sportif pour

¹⁴⁸ http://www.liberation.fr/direct/element/annulation-des-matches-a-roland-garros-2-millions-de-manque-a-gagner-selon-forget_38262/ (consulté le 20 octobre 2016).

¹⁴⁹ Le 02 février 2017, le tribunal administratif de Paris a finalement rejeté les recours posés en octobre 2016 par les associations qui s'opposaient à l'extension du stade de tennis. Les travaux seront livrés entre 2018 et 2020, avec notamment la couverture du court Philippe-Chatrier et le court paysagé semi-enterré dans les serres d'Auteuil en 2019. Les opposants ont encore des possibilités de recours en appel, qui ne sera toutefois pas suspensif des travaux.

généraliser des effets vertueux ? La situation de Roland Garros est unique à cet égard. C'est ce qui fait de ce cas un vrai laboratoire. Alors certes, la récurrence et l'histoire centenaire offrent des gages... Mais de l'aveu même de certains membres de la fédération, cette dernière revêtirait parfois un caractère artificiel à visée trop commerciale, mettant en danger les valeurs fédérales. Il nous semble donc que les choix amorcés en faveur de Roland Garros et ceux qui seront effectués dans les années à venir soient très marquants. Soit, ils valident le modèle actuel et donnent des moyens aux ligues et aux clubs pour s'adapter à l'évolution de la pratique. Soit, ils entérinent le décalage entre la bulle événementielle et la base fédérale au risque d'être de plus en plus dépendant de la « mythique » quinzaine d'Auteuil. Dans tous les cas, ils illustrent bien les enjeux auxquels le mouvement sportif fédéral doit faire face.

Finalement cette analyse du cas de Roland Garros nous renvoie aux deux alternatives classiques. La première s'appuie sur une conception du sport très précise se réclamant d'une définition distincte renvoyant à des enjeux sociaux éducatifs émancipés d'une approche individualiste basée sur la performance. Elle se rattache au courant du début du siècle dernier, engendrant les fédérations affinitaires et plaçant le curseur des objectifs à un niveau collectif. Cette dernière légitime une culture politique d'interventionnisme public.

La seconde alternative est la voie suivie aujourd'hui par la fédération de tennis¹⁵⁰. C'est celle du compromis entre les enjeux commerciaux et la dimension économique du spectacle sportif qui cherche à véhiculer en même temps des valeurs collectives, sociales et éducatives. Cette seconde alternative qui est parfaitement illustrée par les propos d'Hughes Cavallin, se heurte à des contraintes importantes quelle que soit la stratégie retenue. La défiance actuelle repérée dans l'opinion publique autour de sportifs ultras médiatisés/rémunérés et des flux générés par les grands événements sportifs internationaux questionne de plus en plus¹⁵¹. La diversité des événements étudiés dans cette thèse, vise à appréhender cet enjeu. Nous avons d'ailleurs identifié à plusieurs reprises la difficile conciliation « des sports », portés par des logiques et des porteurs divers. En dernier recours, ce n'est rien d'autre qu'un choix politique.

¹⁵⁰ Sans avoir développé ces cas ni les contextes spécifiques, on devrait pouvoir sans trop d'hésitations faire à peu près le même constat pour ce qui est des fédérations de football ou de rugby.

¹⁵¹ Boston ou Hambourg qui renoncent à la candidature aux JO 2024 par manque de soutien populaire, manifestations sociales en marge de la coupe du monde de football 2014 et des JO 2016 au Brésil, etc.

5.5 Des modèles d'organisation du sport en débat : le choix politique

Les montages économiques singuliers illustrent l'idée selon laquelle les dynamiques locales générées par les projets événementiels apparaissent lorsqu'il y a une porosité entre les sphères publiques et privées. Nous observons parfois des projets qui peinent à se développer, en partie en raison de conceptions et d'attentes différentes, voire antagonistes. C'est le cas des événements sportifs sur les berges de Seine où les fédérations et le mouvement sportif olympique ne considèrent pas prioritaire d'investir cet espace, car il ne s'y déroule pas de sport compétitif. Nous l'avons vu précédemment, cette organisation disciplinaire basée sur l'activité sportive compétitive structure une bonne partie du mouvement sportif aujourd'hui. Pourtant, nous avons montré à travers la diversité des projets événementiels étudiés, l'ensemble des conceptions du sport qui comporte une émanation événementielle. Mais finalement, ces tendances sont-elles réellement novatrices ? N'assistons-nous pas là plutôt à l'émergence d'un énième cycle dans la structuration du sport en France qui s'appuie, de manière conjointe et successive, sur des logiques considérées comme différentes mais indéniablement connectées : sphère éducative, sphère hygiéniste, sphère compétitive, sphère politique et sociale ? En réalité, la polysémie du sport est largement mise en avant par tous les acteurs du champ comme une forme d'étendard légitimant à la fois les investissements privés et la notion d'intérêt général. Elle renvoie à des logiques d'action politique ou stratégique. La diversité des volontés premières représente cela dans le champ de l'événementiel sportif.

Nous avons montré que l'implication de la sphère publique, en plus d'être statutaire, s'inscrit dans certains projets étudiés à la faveur de la transversalité des fonctions qu'ils véhiculent. Toutefois, tous ces objectifs ne donnent pas lieu à des mises en synergie d'acteurs. Les effets, là non plus, ne sont pas toujours vertueux du point de vue des impacts sociaux. Ils s'appréhendent avant tout par une analyse du contexte, du terrain et des acteurs de proximité. D'ailleurs sur la base de cette intuition et des résultats de cette partie 2, nous porterons une plus grande attention à ces impacts dans la partie 3, notamment à travers la manière dont ils contribuent à ancrer le projet événementiel dans le territoire hôte. Mais, au-delà de ces effets, ils présentent tous des tendances à la privatisation de l'espace public (course cycliste du 14^e, les événements organisés dans le cadre du dispositif des « Berges de Seine », « Courir Ensemble », « Famillathlon »). Ils contribuent aussi au développement d'un sport auto-organisé qui s'appuie peu ou pas sur le mouvement sportif. La spécialisation des pratiques, le développement d'événements tablant de plus en plus sur une dimension sport-loisir ou encore les dispositifs d'incitation à la pratique auto-organisée sont des tendances évidentes que nous retrouvons dans nos analyses. Au final, c'est lorsque la sphère privée (marchande ou non) collabore avec l'acteur public que nous entrevoyons les projets événementiels les plus vertueux en termes de mise en réseau.

En dépit de ces montages *a priori* vertueux, il subsiste des situations où les acteurs, par des cultures, des statuts et des fonctions différents peinent à travailler de concert. C'est généralement le cas entre le mouvement sportif fédéral et l'acteur public. Le terrain nous a une nouvelle fois amené à le constater.

Nous pouvons nous appuyer sur cette observation de l'événement « Femmes en Sport » effectuée le 26 septembre 2015 pour expliquer cela. Dans la nouvelle version de cet

événement municipal, le projet vise à s'établir sur neuf lieux en simultané sur Paris : espaces publics ou équipements sportifs. Nous nous sommes rendus ce jour sur trois sites contrastés (place des Fêtes dans le 19^e, berges de Seine dans le 7^e et le centre sportif Elizabeth dans le 14^e arrondissement) dans l'optique d'avoir une vision étendue du projet. Le dispositif mis en place sur les berges de Seine dans le cadre de l'événement a principalement retenu notre attention ce jour-là. Il illustre parfaitement la situation actuelle se trouvant à l'interface de la sphère publique et de la sphère privée marchande. Le concept de l'événement est de proposer des activités sportives gratuitement à un public féminin un peu partout dans Paris. Sur les berges de Seine et sous un soleil éclatant, le cadre est magnifique mais le dispositif restreint. Seules deux animations sont proposées ce matin-là. Un cours de Taji-Bang organisé par une association (privée non marchande) et un cours de gymnastique suédoise porté par une entreprise¹⁵² (privée marchande). Les deux cours sont fréquentés au total par une cinquantaine de personnes sur l'ensemble de la matinée. Nous avons l'occasion d'y rencontrer les principaux acteurs de la vie sportive locale : Elodie Filliat responsable dans la programmation sportive du projet des « Berges de Seine » chez Artevia, Arnaud Rollet, responsable des animations sportives dans le 7^e et le 15^e arrondissements, Julien Girinon, responsable de la circonscription Ouest, Evelyne Ciriegi, présidente du comité régional olympique et sportif, et même Jean-François Martins, adjoint à la maire de Paris en charge du Sport et du Tourisme depuis 2014. Bien qu'étant en retrait, nous avons eu l'opportunité de participer à la discussion entre ces acteurs qui se félicitaient de l'événement. Le photographe officiel de la mairie de Paris est présent pour immortaliser l'élu et les techniciens sur le site. Le marquage urbain lié à l'événement sportif est négligeable, la fréquentation à l'échelle de Paris presque nulle. Mais il y a de l'activité sportive ce jour-là sur les berges. Une activité de marche nordique était prévue, mais, faute de participantes, elle fut annulée. Nous fûmes même surpris d'observer un peloton d'une quarantaine de marcheuses/marcheurs vêtus de tee-shirts jaunes fluo, déambuler sur le site. Il s'agissait d'une initiative associative, indépendante de l'événement. Ainsi, la principale activité sportive organisée dans le cadre d'un événement municipal, mobilisant les acteurs locaux est organisée en réalité par une structure privée qui vient faire un cours « gratuitement ». En réalité, si héritage il y a de cet événement, cela profitera probablement à la structure privée marchande qui aura recruté ce jour des adhérents grâce à « Femmes en Sport »¹⁵³.

Quoi qu'il en soit, les acteurs avec qui nous nous entretenons ce 26 septembre 2015 ne semblent pas vraiment regretter cette situation puisqu'ils l'ont validé et s'en félicitent. Seule Evelyne Ciriegi, présidente du comité régional olympique et sportif apporte un bémol à ce consensus, en évoquant sa déception de ne pas voir plus d'associations sportives régulièrement sur le dispositif des « Berges de Seine ». Mais on peut se questionner sur le fait que cette situation soit réellement un problème. Le mouvement fédéral a-t-il les moyens de répondre à toutes les demandes ? L'offre sportive doit-elle être en toute circonstance (quasi) gratuite ? L'objectif est-il de faire pratiquer le sport le plus possible ou de le développer au sens « paribasien » du terme (situation motrice assujettie à des règles définissant une compétition et un fait institutionnel) ?

Pourtant, cette question est déjà posée depuis plus de deux décennies. Par exemple, Alain Loret explique en 1995 que de nouvelles pratiques sportives viennent questionner les sports

¹⁵² Gymnastique Suédoise Paris Tour Eiffel.

¹⁵³ Nous ne prenons pas en compte les 9 sites de « Femmes en Sport » mais uniquement le dispositif mis en place sur les berges de Seine qui illustre nos propos.

dits « traditionnels ». Il montre que les stratégies commerciales intègrent ces réalités et cite la société Reebok¹⁵⁴ qui annonce dans un slogan célèbre que pour pratiquer le sport il est nécessaire de casser les règles (« *Break the rules* »). Il conclut à une logique de rupture et invite à débusquer la nouvelle signification du sport, là où elle se trouve, c'est-à-dire dans une culture sportive alternative (Loret, 1998). Jean-Pierre Augustin vient tempérer ce constat en nous alertant sur le risque d'un « *excès de vitesse* » (Augustin, 1999). Il s'appuie notamment sur une enquête du CREDOC¹⁵⁵ de 1998 expliquant que 21 % des Français sont licenciés en 1997 pour 15 % seulement en 1980. Si l'on cherche à observer la tendance sur ces dernières années, nous observons toujours une augmentation puisqu'entre 2011 et 2016 le nombre de licenciés est en légère hausse (2,7%).

	2011	2016	Taux de variation
Fédérations unisport olympiques	8 343 844	8 719 478	+ 4,5 %
Fédérations unisport non olympiques	2 169 532	2 116 549	- 2,5%
Fédérations multisports	5 160 738	5 266 930	+ 2%
Total	15 674 114	16 102 9657	+ 2,7%

Tableau 38 : nombre de licences par type de fédérations en 2011 et en 2016¹⁵⁶

Ces évolutions doivent donc être appréhendées avec nuance et distanciation. Les fédérations répondent à une demande existante et sont plus proches en réalité de la saturation. Il paraît difficile et particulièrement à Paris, d'imaginer plus de créneaux horaires et plus de bénévoles pour organiser et encadrer la pratique fédérale. Toutefois, cette tendance ne nous empêche pas de pointer le fait que les clubs sportifs et les fédérations manquent probablement une opportunité de s'établir dans l'espace public. De la même manière, nous repensons à l'ancien maire adjoint au Sport et élu communiste Jean Vuillermoz, lorsqu'il nous explique que la ville « *doit éviter à tout prix une gestion dispendieuse des deniers publics, quitte à trouver des partenariats avec des opérateurs privés pour animer le stade Charléty* » en dehors de sa vocation sportive. L'évolution du secteur des activités physiques et sportives est en inadéquation avec les équipements sportifs et les infrastructures en général (Vigneau, 2015 ; Bourbillères, Evrard, Charrier, sous presse). Le mouvement sportif et l'acteur public se retrouvent en porte-à-faux (Falcoz, Chifflet, 1998) tiraillés entre les impératifs budgétaires et l'accomplissement de la mission d'intérêt général. En outre, le sport-détente et celui qui mène à l'insertion n'ont pas de référent institutionnel alors même qu'ils occupent une place de plus en plus importante dans le paysage sportif français (Lhéraud, Bouchet, 2011). Cette absence place les clubs face à un dilemme : s'adapter à une nouvelle demande et évoluer, ou garder les anciennes valeurs de l'échelon supérieur. Le sport « *est à un tournant de son histoire* » écrivent Bayeux et Baslé en 2006. Cette affirmation semble être toujours d'actualité dix ans plus tard, bien que la tendance à la privatisation se soit encore renforcée à travers une représentation médiatique et des flux économiques toujours plus importants. Il faut pouvoir créer une nouvelle cohérence sportive basée sur le partenariat entre les acteurs du sport. « *La situation économique et institutionnelle nécessite une action concertée, coordonnée et*

¹⁵⁴ L'équipementier Reebok est d'ailleurs le principal partenaire et co-organisateur de « La Parisienne ».

¹⁵⁵ CREDOC (1998), Enquêtes " Conditions de vie et aspirations des Français ".

¹⁵⁶ Source : ministère du Droit des Femmes, de la Ville, de la Jeunesse et des Sports.

complémentaire » (Bayeux, Baslé, 2006). Dans ce contexte, Honta tempère les bienfaits supposés de l'action concertée en rappelant que si la tendance est à la pluralité des interventions et des acteurs, le problème inhérent au secteur des activités physiques et sportives reste justement la multiplicité des acteurs qui ne sont pas régis par des règles communes (Honta, 2008). Ainsi, pour Dupuis et Bayeux (2008) il faut gérer le sport par blocs de compétences exclusives, pilotées (désignation d'un chef de file) et/ou partagées (régulation collective). Ces réflexions nous amènent à poser le débat autour d'une alternative structurée par trois pôles :

- « Extension » : Lorsqu'une collectivité souhaite investir dans un nouvel espace et développer ces nouvelles pratiques, le mouvement sportif n'aurait-il pas intérêt à s'y intéresser ? Cela ne renforce-t-il pas *in fine* l'ensemble du fait social sportif qu'il structure ? Pour cela, il aurait peut-être intérêt à investir le sport dans la totalité de sa définition y compris dans ses acceptations sociales et intégratrices.
- « Recentrage » : Est-ce au mouvement sportif fédéral d'organiser, d'encadrer et d'animer ces nouvelles pratiques ? Au final, ne serait-ce pas un moyen de regagner en légitimité en se recentrant sur son « cœur de métier » ? Auquel cas, ce serait à l'acteur public, conformément à sa mission d'intérêt général, d'investir le champ qui est délaissé par l'initiative privée (marchande et non marchande en l'occurrence). Il s'agirait alors de prendre une place encore plus importante dans l'organisation des formes de sport qui échappent à la définition « parlebasienne ».
- « Segmentation » : Serait-il possible de mieux définir le périmètre d'action des différentes structures publiques en les recentrant, par exemple, sur le sport à visée sociale ? Imaginons le développement du sport compétitif aux structures associatives fédérales et celui des sports de nature auto-organisés au ministère du Tourisme ? Auquel cas nous envisagerions une forme de « segmentation sportive » qui mobiliserait à chaque fois l'acteur le plus compétent¹⁵⁷.

La réponse à ces questions relève bien plus de l'élu politique ou du décideur/technicien de son domaine que du chercheur universitaire. Il nous semblait en revanche pertinent de soulever ce débat qui dépasse largement le thème des événements sportifs. Dans le cadre de notre thèse, il convient de souligner que, quelle que soit l'approche retenue, le rôle de l'acteur public est plus que jamais déterminant. Dans le premier modèle, il est à l'initiative du projet et doit tout mettre en œuvre pour garantir l'implication du mouvement sportif et encourager la porosité de manière plus générale. Dans le deuxième, la charge lui reviendrait de faire cohabiter différentes formes sportives, notamment en régulant les événements et les équipements. Dans le troisième enfin, il serait un chef d'orchestre visant à mettre en musique une seule partition : la politique sportive.

Ainsi, l'analyse de l'événementiel sportif parisien semble révéler un modèle de cogestion du sport par déconcentration. C'est-à-dire qu'il n'y a pas de modèle général formalisant l'implication des différents acteurs. L'éclatement et la diversité de ces derniers génèrent une situation où la gouvernance se singularise. La « course cycliste du 14^e arrondissement », portée par une association, montre bien l'importance du soutien de l'acteur public. Les

¹⁵⁷ *A priori* le plus « juridiquement » compétent.

difficultés rencontrées par Pascal Cherki et Carine Petit¹⁵⁸ pour sauver cet événement régulièrement menacé par la préfecture en sont l'illustration.

En réalité, les événements sportifs récurrents ne font pas l'objet d'un axe à part entière, ils font partie intégrante de l'organisation du sport au quotidien y compris des partenariats singuliers qui peuvent s'opérer entre acteurs hétérogènes (Lascoumes, 2008) et donner lieu à une action concertée (Honta, 2008). C'est pour cela qu'ils sont des prismes d'observation de l'ensemble du champ. Nous pouvons d'ailleurs y entrevoir l'existence d'une forme de portefeuille informel d'événements sportifs, par le soutien politiquement justifié d'un projet, plutôt qu'un autre. Dans cette optique, analyser de manière systématique les fonctions des acteurs dans l'organisation de l'événementiel sportif au niveau local est un moyen de mieux comprendre ce qui s'y joue.

¹⁵⁸ L'élú adjoint au sport de la ville de Paris de 2001 à 2008, et la Maire du 14^e arrondissement depuis mai 2014.

5.6 Les fonctions dans le système sportif parisien : vers une théorisation de la mise en réseau

Dans la littérature relative aux événements sportifs, les relations entre les acteurs ont été étudiées en vue de comprendre les succès et les échecs des projets événementiels (Parent, Seguin, 2007). Ici, la mise en réseau restreinte se traduit par un type de projet événementiel qui ne génère pas une dynamique pérenne au-delà de la temporalité de l'événement. Les relations initiées par le porteur de projet sont minimales. On observe ainsi une forme de régulation sociale (Reynaud, 1989) qui vise à maintenir les acteurs dans un rôle bien défini, consacrant un équilibre à l'ensemble. Cette régulation est destinée « *à maintenir un processus partiellement (in)déterminé par lequel les acteurs sociaux produisent et transforment des règles qui donnent sens à leurs actions collectives* » (Reynaud, 1989). Cette approche systémique semble pertinente dans le cas de la mise en réseau initiée par le porteur du projet événementiel sportif. En effet, la récurrence des interactions génère des ajustements de la part des acteurs qui voudront maintenir les bénéfices qu'ils retirent de la relation contractuelle à travers laquelle ils sont engagés. Cela peut se traduire par une situation de synergie croissante, que nous avons appelé constructive. Dans une moindre mesure, une mise en réseau inscrivant le projet dans un temps long (synergie pérennante) ou dans un temps court (synergie restreinte).

Dans les représentations schématisées par la fonction des acteurs, nous voyons bien que toutes les dynamiques organisationnelles possèdent la même structure et les mêmes fonctions. Ce qui varie se situe dans la nature des interactions et dans la manière dont les relations entre les acteurs apparaissent, se formalisent. Autrement dit, la mise en réseau primaire définit la structure du réseau : quels acteurs dans quels rôles ?

Nous avons entrepris de rapprocher la structure organisationnelle que représente l'organisation d'un événement sportif d'un système, à la faveur de la récurrence des interactions qui le conditionne. Nous l'avons vu avec l'identification des fonctions : le comportement de chaque acteur impliqué dans l'organisation aura un impact sur le comportement des autres, de sorte qu'à chaque changement dans le comportement de l'un d'entre eux, de manière plus ou moins sensible, l'ensemble du système se réajuste. Crozier et Friedberg (1977) parlent de « *système d'action concret* ». En effet, à force de travailler ensemble, certains professionnels ont élaboré progressivement de manière plus ou moins formelle un système de collaboration qui fonctionne suffisamment bien et auquel ils se sont suffisamment habitués, pour qu'ils aient tendance à vouloir le protéger des perturbations extérieures. Tout nouveau venu devra comprendre le système et s'y conformer, s'il veut y prendre place et avoir un quelconque rôle à jouer dans l'organisation de l'événement, l'essentiel des relations étant concentré au niveau du porteur de projet. Le concept de système est défini par un ensemble organisé d'éléments interdépendants, tel qu'un changement d'un de ces éléments affecte automatiquement tous les autres, de sorte que l'ensemble du système s'ajuste pour retrouver son équilibre (Degenne, Forsé, 1994 ; Lemieux, 1999 ; Ehlinger, Perret, Chabaud, 2015). Utiliser ce concept revient à questionner les phénomènes sociaux et observer les liens d'interdépendance et autres ajustements constants qui peuvent exister entre les différentes composantes du système, ainsi que la relation dudit système à son environnement. Ici, le pouvoir appartient au groupe constitué même si certains protagonistes ont des positions plus importantes que d'autres en son sein. Cela mobilise également la notion de rôle et de fonctions des acteurs (Merton, 1964 ;

Merton, Mendras, 1965). Les processus inhérents au réseau sont inter-reliés et les acteurs sont, avec le temps, de plus en plus interdépendants, notamment à cause des relations de pouvoir fluctuantes et de l'équilibre mouvant.

Di Ruzza et Gerbier (1977) et Pociello (1995) identifient des acteurs par rapport à leur fonction. Dès lors, ils peuvent entrer en rapports de synergie (phase d'intérêts convergents) ou se poster en contradiction et en concurrence (phase de dislocation des intérêts) selon les périodes de l'histoire. Michon (1992) propose une partition de systèmes d'offre des pratiques sportives en se basant sur les grandes segmentations socio-économiques. Il y a donc différentes manières de représenter les acteurs et surtout le rôle ou la fonction qu'ils occupent dans un contexte donné. Pour rappel, le lien avec le contexte est très étroit dans ces différents systèmes. Appréhendées au niveau du groupe, il semble que les formes sociales débouchent non pas des choix individuels rationnels comme l'individualisme méthodologique¹⁵⁹ le suggère, mais sur des interactions (Callède, 1990) faisant partie d'un contexte (Barnes, 1972). L'analyse des réseaux sociaux ou « l'interactionnisme structurel » visent à comprendre les structures sociales et leur devenir (Degenne, Forsé, 1994 ; Forsé, 2002). De manière générale, cette analyse tend tour à tour à se baser sur un des deux modèles théoriques antagoniques (Eve, 2002) : « descendant » ou « ascendant ». Ce constat concourt à souligner la vacuité de toute ambition paradigmatique, reléguant l'analyse des réseaux sociaux au simple outil analytique (Granovetter, 1973 ; White, Boorman, Breiger, 1976). Barnes (1972) explique qu'il n'y a pas de théories des réseaux sociaux et « *qu'il n'y en aura peut-être jamais [...] il n'y a qu'une idée simple que les actions ne sont pas indépendantes des configurations structurales qui en constituent le contexte* ». C'est pourquoi il semble nécessaire d'adopter une « modestie théorique » à l'égard de l'analyse des réseaux sociaux (Mercklé, 2003). Il s'agirait donc plutôt d'un ensemble de méthodes plus que d'une théorie (Scott, 1992). C'est bien dans ce cadre que nous sommes amenés, par l'analyse de chaque acteur, à repérer des fonctions communes à tous les projets événementiels observés dans le contexte parisien de 2013 à 2016.

L'analyse des réseaux sociaux (Lazega, 1994 ; Mercklé, 2003) que nous effectuons par une analyse interprétative en s'appuyant sur les notions d'interactionnisme symbolique (Callède, Dané, 1991) révèle des jeux d'acteurs complexes. Ce sont **les fonctions des acteurs** dans le schéma organisationnel qui viennent nourrir des dynamiques structurelles plus ou moins favorables à des synergies. Mais plutôt que de chercher à identifier uniquement les leviers pour atteindre ces situations, nous avons également focalisé notre analyse sur les trous structuraux (Granovetter, 1973).

Ces non-relations transcrivent des situations de déconnexion entre les acteurs qui s'expliquent par des volontés qui ne sont pas toujours conciliables. Par exemple, l'acteur public que nous avons particulièrement questionné dans ce chapitre n'aura pas la même fonction dans chaque système organisationnel, bien qu'il y soit toujours présent. Parfois, il travaillera de concert avec le mouvement sportif, parfois, il fera sans lui.

De la même manière, le mouvement sportif est impliqué différemment dans chaque type d'événement et c'est bien la notion d'intérêt commun ou du moins sa perception par les acteurs, qui semble expliquer l'action ou l'inaction. Le cas de « Courir Ensemble » illustre cela : la fédération française d'athlétisme trouve un moyen d'organiser une compétition de

¹⁵⁹ Mentionnons Max Weber (1905, 1919) ou Raymond Boudon (1977, 1979).

plus sur le sol francilien en y accolant une image solidaire. Dans le cas du « Famillathlon », le mouvement sportif, c'est-à-dire les ligues, les fédérations ainsi que le comité régional olympique et sportif d'Ile-de-France, trouvent une fenêtre de visibilité très pertinente à moindre coût. Au contraire, les événements organisés sur les « Berges de Seine » ou « La Parisienne » correspondent à des manières d'organiser la pratique sportive (respectivement, sport auto-organisé et sport commercial) perçues négativement par le mouvement sportif qui ne se retrouve pas dans ces fonctions (Pociello, 1995). Par voie de conséquence, il reste en retrait.

Cette notion **d'intérêt commun** clairement identifiée comme étant la source des interactions entre les acteurs est tributaire de leurs volontés et des attentes qu'ils projettent à travers leur participation à l'événement. Elle est généralement formalisée par une relation contractuelle basée sur une convention validant des apports bipartis qui renvoient aux fonctions des acteurs. Ainsi, les sponsors partenaires sont toujours à la recherche de promotion et de gain économique. L'implication de la mairie de Paris est inhérente au volontarisme politique des élus. Les objectifs peuvent être différents selon les événements et selon le niveau institutionnel de l'acteur. À travers « La Parisienne », la ville souhaite bénéficier de l'image dynamique renvoyée par l'événement dans les médias. À travers la « course cycliste du 14^e », la mairie d'arrondissement pèse de tout son poids pour soutenir le projet événementiel en dépit des réticences de la préfecture face aux nuisances qu'il génère. Ce soutien s'établit grâce à la cohérence entre la nature de l'événement, ses valeurs et celles de l'arrondissement qu'il représente. Bien sûr, l'acteur public est également moteur dans certains projets qu'il porte entièrement (« Femmes en Sport », « Berges de Seine », « Charléty sur Neige »). Le mouvement sportif cherche quant à lui de la visibilité et/ou le développement de la pratique à travers son implication dans l'événementiel sportif.

Nous avons également vu que la nature des relations et la densité des interactions sont aussi inhérentes aux accointances des personnalités qui portent concrètement les projets événementiels. Le partage d'une idéologie commune peut aussi être moteur dans ce processus. C'est le cas d'Alain Tellier sur « Courir Ensemble » (avec le mouvement sportif) ou de Patrick Aknin sur « La Parisienne » (acteurs privés et publics) qui ont une légitimité symbolique et un « crédit réputationnel » (Callède, Dané, 1991). Leur parcours, leurs connaissances, leurs compétences sont de véritables atouts pour mobiliser des acteurs autour du projet événementiel. C'est le **capital social** (Bourdieu, 1986) appréhendé en termes de « ressource individuelle » qui est mobilisé ici¹⁶⁰. Il est un déterminant de la mise en réseau vertueuse.

Toutefois, ce concept n'est en aucun cas la finalité de l'analyse. Pris dans la définition de Coleman (1988) « *le capital social ne se situe pas dans les points (les individus), mais dans les lignes qui relient ces points [...] par essence non fongible, il est moins la propriété des individus que la structure de leurs relations* ». Cette définition semble se rapprocher de ce qui nous a semblé être déterminant tout au long de notre analyse, à savoir les jeux d'acteurs et les volontés qui constituent les interactions. Cependant, Coleman (1988) perçoit le capital social comme une ressource collective facilitant l'action, tout en reconnaissant que la réciprocité mutuelle des relations dont il est issu n'est pas assurée. C'est cette notion de

¹⁶⁰ « *L'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissance et d'inter-reconnaissance* » (Bourdieu, 1986, p.248).

ressource qui nous semble être un peu trop restrictive. L'analyse des réseaux sociaux dépasse le capital social, car il n'est pas seulement une ressource, ni un impact, mais avant tout une situation organisationnelle qui révèle et éclaire des enjeux. L'attention portée au contexte et aux volontés, aux raisons qui poussent les acteurs à agir ou à ne pas agir, permet une compréhension systémique des phénomènes.

Enfin, **la nature de l'événement** est une variable importante qui favorise ou non l'apparition d'intérêt commun. Cela peut être un atout dans le cas d'une course solidaire ou qui est portée par l'acteur public à des fins sociales. En revanche, il semble que ce soit une limite dans le cas des événements commerciaux portés par la sphère privée (« LNB All Star Game ») ou qui s'appuient sur des orientations politiques clivantes (« Famillathlon »). Cela renvoie aussi à l'idée que se font les acteurs de ce qu'est le sport et des valeurs qu'il « doit » ou non véhiculer.

Ces trois variables (fonctions des acteurs, capital social, nature du projet événementiel) génèrent l'apparition d'un intérêt commun. C'est cette notion qui catégorisera la fonction de l'acteur au sein de la structure organisationnelle de l'événement sportif. En sociologie, la fonction est la conséquence effective de la présence ou de l'action d'un élément du système social sur la stabilité et la reproduction de la société (Durkheim, 1924 ; Van Campenhoudt, Quivy, 2011). Le fonctionnalisme part de l'idée que si une institution ou une pratique répétée existe, c'est qu'elle est fonctionnelle. Dans l'histoire de la sociologie, Merton dans les années 1960 (1961, 1962, 1964), rompt avec une vision jugée trop intégrée et globale de la société. Il montre qu'il existe des pratiques « dysfonctionnelles », c'est-à-dire qui perturbent le fonctionnement d'un système social. Il note également l'existence de fonctions manifestes et de fonctions latentes. Les fonctions manifestes correspondent à celles que les individus cherchent à remplir alors que les fonctions latentes sont des résultats non intentionnels mais tout de même fonctionnels de l'action (Merton, Mendras, 1965 ; Boudon, 1967). Nous pouvons rapprocher ces dernières du *continuum* de volontés premières détaillé dans ce chapitre.

Finalement, lorsque l'intérêt commun est trouvé, on constate que le système d'action concret présente plus de « facilitateurs » et/ou de « contributeurs » auprès du porteur de projet, qui est lui-même « l'impulseur ». Dans le cas contraire, les acteurs les plus déterminants dans le système seront soit « indifférents » (en retrait, détachés du projet événementiel), soit « ralentisseurs » (en retrait, mais désappointés : expression d'un ressentiment à l'égard du projet).

Nous retrouvons ces fonctions dans l'ensemble des types de mise en réseau observées. Plus il y aura de « ralentisseurs » et « d'indifférents », plus l'événement créera de l'inertie. En revanche, plus il y a de « facilitateurs » et de « contributeurs », plus l'événement aura tendance à créer de la synergie. Cependant, c'est bien ce qui génère les interactions qui permet de comprendre les différentes situations. Les schémas ci-dessous synthétisent l'ensemble du processus.

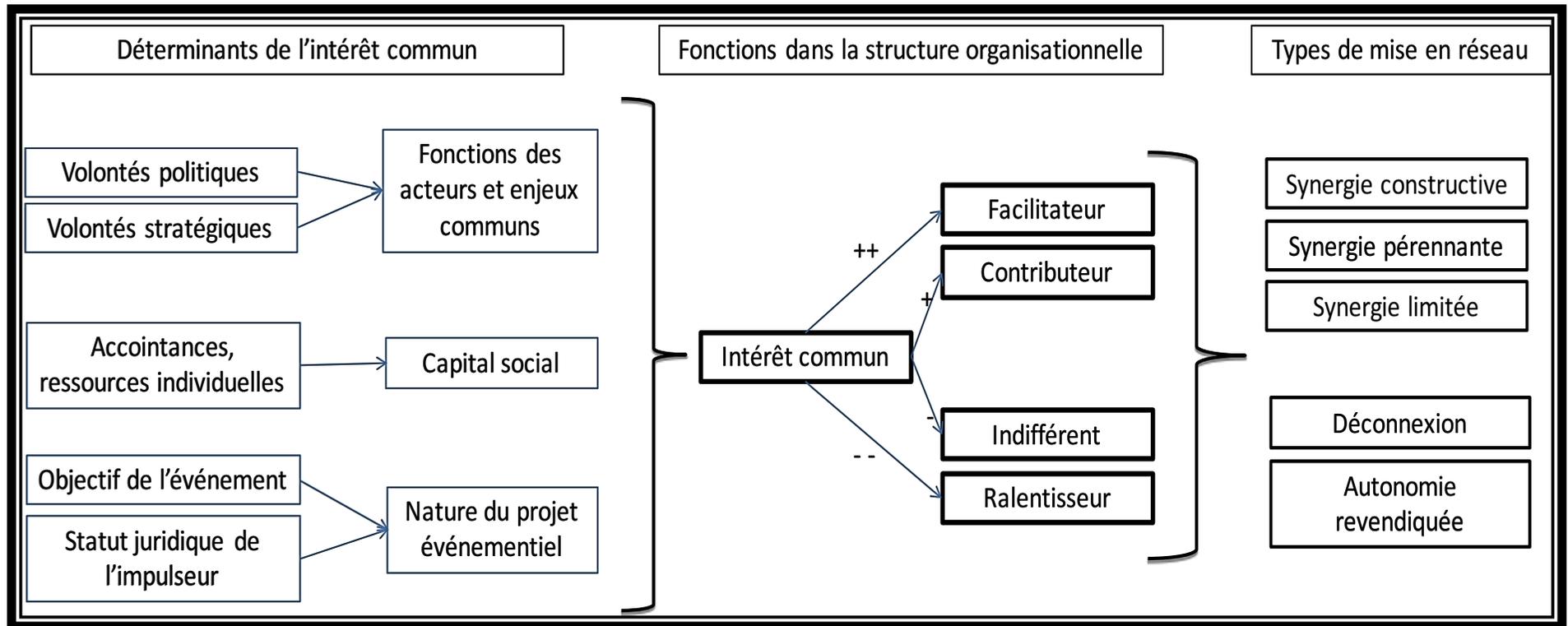


Figure 31 : le processus détaillé caractérisant la mise en réseau des événements parisiens

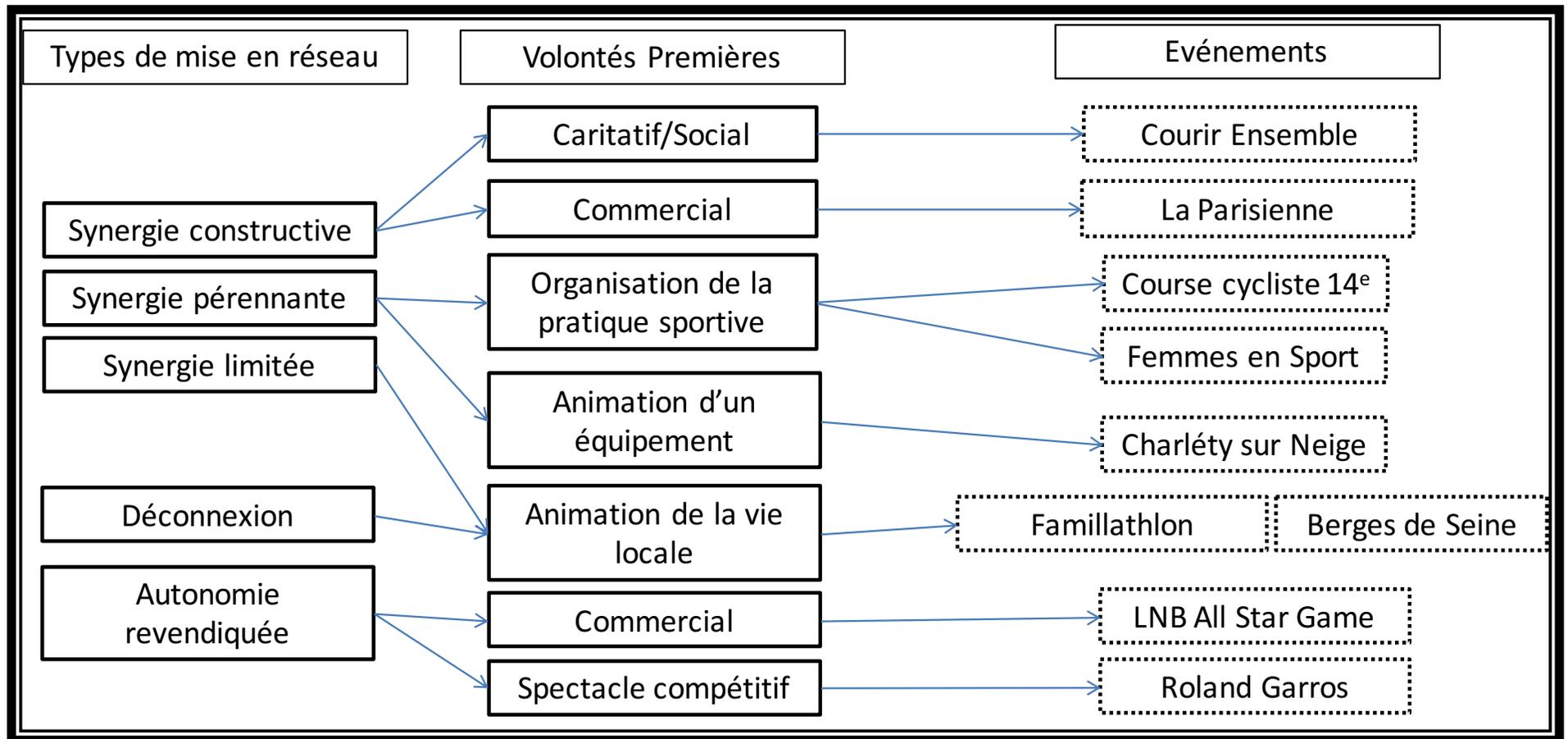


Figure 32 : synthèse des mises en réseau observées et des volontés premières identifiées

À travers ces schémas, on constate la centralité de la notion d'intérêt commun. D'ailleurs, le réseau de manière générale, se construit autour de cette notion qui est à la base de la coopération (Weyer, 2000). Les situations de conflits et les consensus doivent justement être managés comme un processus politique pour induire de la coopération (Larson, Wilkstrom, 2001). Pour aboutir à cela, il faut structurer l'incertitude de l'environnement en créant des relations fiables et durables. L'émergence signifie la formation d'une nouvelle structure sociale basée sur la coopération grâce aux actions individuelles concertées où l'action collective est forte. Cela doit aboutir à l'auto-génération d'une structure sociale « *plus forte que ses parties* » (Grossetti, Bes, 2003). En l'occurrence, les événements sportifs, même lorsqu'ils ne génèrent pas d'héritage relationnel, supposent l'existence d'un système. La force des relations qui se dérouleront à l'intérieur du système sera d'autant plus intense que l'intérêt commun structurant l'organisation de l'événement sportif sera élevé.

Ces relations, loin d'être uniformes (Smith, White, 1992), apparaissent en fonction de contextes (Barnes, 1972) bien particuliers. Elles sont la résultante d'une dialectique permanente entre les types de structures (Grossetti, Bes, 2003). L'intérêt commun se construit sur des enjeux communs¹⁶¹. Il s'appuie sur un réseau d'intérêts partagés, capable d'en adapter les contours ou les marges pour mieux en préserver le cœur (De Bortoli, Palu, 2009). Ce qu'illustre la figure 31 est bien l'existence systématique d'un intérêt commun qui permet la création du projet événementiel. Toutefois, il s'avère que son intensité va varier selon les acteurs et leurs fonctions. Il en résulte des mises en réseau plus ou moins pérennes en fonction de l'investissement des acteurs dans le système. En partant de cette notion, on peut questionner la manière dont le sport, par la dimension transversale et polysémique qu'il véhicule, peut être à la base de la création d'un bien commun. N'est-ce pas quand on passe d'un « intérêt commun » autour de l'événement à la conscience du partage du sport en tant que « bien commun » que s'établissent les synergies les plus vertueuses ?

Justement, Lascoumes et Le Bourhis (1998) rappellent que le bien commun est d'abord un construit indissociable du contexte dans lequel il évolue. En l'occurrence, le système sportif parisien présente des acteurs, généralement les mêmes, qui interagissent notamment par l'intermédiaire des événements sportifs. Leurs différentes fonctions (Pociello, 1995), leurs intérêts propres (Crozier, Friedberg, 1977) ou justement le contexte (Barnes, 1972), les ont amenés à nouer ou délier des relations. Celles-ci, construites sur la base d'intérêts communs, utiliseront le sport à travers différentes finalités (Pociello, 1981 ; Defrance, 1995, 2000) qui le feront passer du bien en commun, au « bien commun » vecteur de territorialité (Lascoumes, Le Bourhis, 1998) et d'identité territoriale (Di Méo, 2004).

En partant de ce constat, nous questionnerons la notion de l'ancrage territorial de l'événement sportif dans la partie suivante. Nous verrons que la mise en réseau générée par le projet événementiel n'est qu'un des éléments, parmi les dimensions sociale, économique, patrimoniale et spatiale, pouvant nous renseigner sur la manière dont l'événement sportif récurrent (dans toute sa diversité) se vit sur le territoire.

¹⁶¹ Veillons à ne pas confondre l'enjeu et l'intérêt : le premier est « *ce que l'on peut gagner ou perdre dans n'importe quelle entreprise* » tandis que le second est « *ce qui convient à une personne, une collectivité, une institution, ce qui lui est avantageux, bénéfique dans un domaine moral, social et parfois matériel.* » (Définitions du CNRTL, consulté le 03/10/16). Dans notre processus, l'enjeu commun se situe donc bien en amont de l'intérêt commun qui correspond à la contractualisation ou au moins à la formalisation d'une action.

Conclusion de la partie 2

La partie 2 s'est attachée à analyser les événements sportifs par le prisme des jeux d'acteurs. Par définition, les événements sportifs sont des points de congruence, ils permettent la collaboration entre des acteurs qui n'auraient peut-être pas interagis autrement (Wasche, 2015). Parmi ces dynamiques organisationnelles nous avons envisagé différents types de mise en réseau.

Le chapitre 3 présente les mises en réseau « vertueuses ». La première est la **synergie constructive**. Le porteur de projet prend part à une dynamique autour de l'événement qui renforce les interactions entre acteurs et favorise l'émergence de nouveaux projets ou la croissance de l'événement (« La Parisienne », « Courir Ensemble »). Nous identifions ensuite un événement qui crée une forme de **synergie à dimension « pérennante »**. Ici, la dynamique organisationnelle autour de l'événement n'entraîne pas de nouvelles relations, mais elle inscrit durablement le projet événementiel dans le contexte local malgré un environnement défavorable. La situation est particulièrement observable et pertinente au niveau micro. Autrement dit, cette mise en réseau permet d'avoir un minimum de fréquentation annuelle et assure la reconduction de l'événement chaque année au regard de la réussite « maîtrisée » du dispositif (« Charléty sur Neige », « course cycliste du 14^e arrondissement »).

Le chapitre 4 présente les « mises en réseau restreintes ». La **synergie sporadique** ou limitée est une situation contrastée où la dynamique organisationnelle de l'événement génère un effet très limité dans le temps et dans l'espace, en raison d'un manque de moyens, ou de volontarisme stratégique/politique (« Femmes en Sport », « Famillathlon »). Enfin, nous constatons aussi l'existence d'inerties. La première est la **situation de déconnexion**. Dans ce cas, la dynamique organisationnelle de l'événement initiée par le porteur de projet ne crée pas (ou très peu) d'interactions entre les acteurs. Il y a un manque de volontarisme politique et de clarté dans le projet événementiel qui ne favorise pas l'apparition d'un intérêt commun (les événements sportifs organisés au sein du dispositif « Berges de Seine »). La seconde est l'**autonomie revendiquée** qui correspond à une situation de « non mise en réseau » souhaitée dans une optique de maîtrise totale du projet événementiel. La dynamique structurelle autour de l'événement ne crée pas (ou très peu) d'interactions entre les acteurs car l'événement n'en a ni la vocation, ni la nécessité pour exister. Le porteur de projet garde la mainmise sur l'organisation. Cette situation génère une bulle organisationnelle autonome (« LNB All Star Game ») qui peut toutefois déboucher sur des actions concertées à la faveur du rayonnement du projet (« Roland Garros »).

Il est à noter que la mise en réseau vertueuse ne semble jamais réellement être un objectif. C'est la raison pour laquelle, lorsqu'elle apparaît, elle semble n'être qu'un effet collatéral du projet événementiel, une fonction latente. C'est la résultante naturelle de la cohérence d'un projet au niveau local (« course cycliste du 14^e arrondissement »), de sa clarté (« Charléty sur Neige »), de sa nature (« Courir Ensemble ») ou du dynamisme des acteurs qui le porte (« La Parisienne » ; « Famillathlon »). Les plus « dynamiques » sont ceux qui sont capables de s'adapter rapidement aux demandes sociales, aux changements de conjonctures et qui généralement, présentent une certaine souplesse. Plus les structures sont importantes (fédération de tennis avec Roland Garros ; mairie de Paris avec « Femmes en Sport » ou les

événements sur les « Berges de Seine »), plus elles sont difficiles à mettre en mouvement. Enfin, les relations entre les acteurs semblent être facilitées quand le périmètre de l'événement est localisé et le porteur de projet bien identifié.

Malgré les nombreuses tendances sociétales et conjoncturelles qui conduisent à l'autonomisation du champ sportif, et des sportifs eux-mêmes (Defrance, 1995 ; Loret, 1998 ; Duret, 2012), les maillages organisationnels des événements incluent systématiquement l'acteur public de manière directe ou indirecte. Par son positionnement central, il fait office d'interface et génère des effets vertueux tels que le développement de synergies d'acteurs durables. Son intervention permet aussi de pérenniser ou d'enrichir un projet événementiel qui peinerait à trouver sa place dans l'espace public par un manque de moyens, un concept peu mobilisateur ou encore des difficultés dans l'obtention d'autorisations administratives.

Le chapitre 5 constate donc la **fonction déterminante de l'acteur public dans la mise en réseau** liée aux événements sportifs, et plus généralement, dans le système sportif parisien. Nous avons replacé ce constat dans le contexte culturel français puisque sa position centrale dans l'organisation du sport y est juridiquement constituée et historiquement démontrée (Noé, 1991, Defrance, 2000 ; Callède, 2002, Charrier, 2014). Dans le même temps, l'implication croissante des acteurs privés (Martel, Clément, 2009 ; Gasparini, Koebel, 2011) dans l'organisation du sport en France introduit une logique commerciale qui fait évoluer les contours de l'action publique.

Cette (re)contextualisation nous a permis de rappeler la dichotomie qui existe dans la structuration du champ sportif (Defrance, 2000) entre approche disciplinaire gratuite « purement sportive » et accomplissement du geste sportif en vue d'une « finalité supérieure ». Cependant, en nous appuyant sur les travaux issus de la sociologie fonctionnaliste (Parsons, 1937 ; Merton, Mendras, 1965) et notre analyse des fonctions sociales (Pociello, 1984 ; Defrance, 2012) du sport et de nos événements, nous avons expliqué la manière dont nous envisageons un **continuum de volontés premières**, plutôt qu'une approche antagoniste entre un sport qui serait considéré comme un bien commun et une logique exclusivement mercantile.

Ce *continuum* dans sa formalisation organisationnelle aboutit à une situation de porosité entre les sphères publiques, privées marchandes et le mouvement sportif fédéral. Nous avons ensuite analysé les effets de ces « **actions concertées** » (Honta, 2008), qui peuvent aussi bien être gages de synergie et de dynamisme local, que de situations de cloisonnements et d'occasions manquées. Nous avons abordé le rôle du mouvement sportif un peu plus en détail par l'intermédiaire du cas de la fédération française de tennis qui peine à concilier sa dimension « sport-business » à l'international véhiculée par Roland Garros et ses statuts associatifs. Nous avons enfin conclu ce chapitre 5 par un retour sur les fonctions des acteurs. Nous avons replacé cela dans un « **système sportif parisien** » capable de produire des synergies à la faveur de la construction d'un **intérêt commun** qui peut être favorisé par la nature des projets, le capital social des organisateurs (Bourdieu, 1986) ou encore l'apparition d'enjeux communs (Callède, Dané, 1991).

Partie 3
L'analyse des dynamiques locales par
l'ancrage territorial

En prenant le temps de comprendre les dynamiques initiées par les projets événementiels entre les acteurs impliqués au sein du système sportif parisien, nous avons éclairé l'importance du rôle des acteurs (Crozier, Friedberg, 1977) en fonction du contexte (Barnes, 1972) et des différentes fonctions (Pociello, 1995) reconnues au sport et illustrées par la diversité des projets événementiels.

Nous avons vu que l'intensité de l'intérêt commun varie selon les acteurs et leurs fonctions. En conclusion de la partie précédente nous avons introduit la notion de « bien commun », qui, appliquée à l'événementiel sportif, traduirait les synergies les plus constructives. D'une part, le bien commun est ce qui est profitable à long terme pour l'ensemble des membres de la société. D'autre part, c'est l'ensemble de ce qui soutient la coexistence des membres de la société et par conséquent leur être même (Flahaut, 2013). À cet égard, le bien commun est une partie intégrante du contexte dans lequel il évolue (Lascoumes, le Bouhris, 1998). Dès lors, si chacun de nous ne devient une personne et ne peut se réaliser qu'au sein d'une vie sociale et d'une culture, alors, en tant que citoyens, nous devons nous soucier de ce qui soutient notre monde commun, l'entretient, le maintient et l'améliore (Flahaut, 2013). Ainsi, en passant du bien en commun au « bien commun » par la conscience d'un sport partagé et porteur d'intérêt général, nous nous interrogeons sur le potentiel de l'événementiel sportif à constituer le support d'une forme de territorialité (Lascoumes, Le Bourhis, 1998) ou d'identité territoriale (Di Méo, 2001). En premier lieu, nous constaterons d'ailleurs que la mise en réseau générée par le projet événementiel n'est qu'un des éléments, parmi les dimensions sociales, économiques, spatiales et patrimoniales, pouvant nous renseigner sur la manière dont l'événement sportif s'ancre sur le territoire.

Pour identifier ces dimensions, ce second prisme analytique va nous centrer sur la localité, à travers la notion de territoire. Il est défini par Le Berre (1992) comme étant une portion de « *surface terrestre appropriée par un groupe social pour assurer sa production et la satisfaction de ses besoins vitaux* ». D'une part, on peut le qualifier par l'espace (Frémont, 1976 ; Brunet et al., 1992 ; Maigrot, 1999 ; Pumain, Saint-Julien, 2001), dont il est souvent quasi synonyme. D'autre part, entendu de manière extensive, il prend en compte les interactions, les acteurs, l'étendue d'un pouvoir (Micoud, 2000) ou encore les dimensions politiques et idéelles (Di Méo, 2001) qui sont à la base de sa structuration. Pour Di Méo (1998), le territoire « *témoigne d'une appropriation à la fois économique, idéologique et politique de l'espace par des groupes qui se donnent une représentation particulière d'eux-mêmes, de leur histoire, de leur singularité* ». Ainsi, le territoire reposerait sur l'existence d'un espace social et d'un espace vécu. Selon Ciatoni et Veyret (2013), il repose sur le socle de l'espace géographique aménagé. Le territoire est en fait tout cela, et plus que tout cela à la fois, selon les principes liés à l'existence d'un système (Moine, 2006). Brunet et al. (1992) expliquent par exemple, que bien qu'espace approprié, il est autre chose que l'espace. De la même manière, Badie (1995) l'associe à une socialisation et des représentations.

Cette approche extensive du territoire nous permettra de mieux comprendre la manière dont l'événement s'ancre au niveau local. Sa concrétisation opérationnelle nécessite la mise en interaction d'acteurs. De la même manière, les effets qu'il peut générer s'appréhendent avec pertinence en posant comme fondement explicatif la localisation elle-même (Ravenel, 2006), que ce soit à travers les propriétés de l'espace (distance, superficie, contiguïté, etc.) ou les caractéristiques de la localité (patrimoine, ressources économiques, etc.). L'étude de

la structuration du champ du sport par le rapport à l'espace permet une mise en cohérence de l'aménagement sportif des territoires avec les aspirations sociétales (Vigneau, 2008). De manière générale la notion de territoire vécu, peut être alimentée par des pratiques sociales (Di Méo, 2004) dont le sport, et en particulier les événements, font partie intégrante (Green, Jones, 2005). En effet, l'organisation d'un rassemblement sportif peut alimenter la représentation socialement partagée du territoire et sa dynamique sociale au plan interne (Bessy, Suchet, 2016). Ainsi, nous questionnerons dans cette troisième partie les processus par lesquels l'événement sportif mobilise des caractéristiques du territoire hôte pour en devenir à la fois l'émanation et le moteur. Quels sont ces processus et comment cela s'observe sur les événements sportifs récurrents parisiens ?

Nous développerons à ce titre la notion d'ancrage territorial. Nous verrons que la mise en réseau, appréhendée dans la partie 2, est justement un des éléments qui peut conduire à une forme d'ancrage, par la mobilisation d'acteurs divers qui n'auraient pas forcément collaborés sans l'existence de l'événement sportif. Nous présenterons surtout d'autres mécanismes identifiés (mixité, cohésion, célébration participative, capital humain) grâce aux études de cas qui concourent à la création d'une « dynamique sociale » (chapitre 6). Le dynamisme économique local (chapitre 7), le dynamisme spatial (chapitre 8) et patrimonial (chapitre 9) complètent l'étendue des processus générateurs d'ancrage territorial analysés. Chaque chapitre présentera un tableau comparatif synthétique des neuf événements relatifs à la dimension analysée. Ensuite, nous nous focaliserons, selon la pertinence des cas, sur les éléments explicatifs pouvant illustrer ce qui génère du dynamisme, ou justement ce qui reste plutôt embryonnaire. Seuls les événements présentant un cas exemplaire de la dimension analysée y seront détaillés. Nous essaierons d'aborder aussi ceux qui présentent un élément singulier qui peut nous renseigner sur la façon dont l'événement s'implante localement, ou justement reste plutôt déconnecté. C'est cette mise en tension entre l'analyse du « vide » et du « plein » qui dessinera les contours de la notion d'ancrage territorial (chapitre 10).

L'ensemble de la démarche qui s'appuie sur les préceptes de la théorie ancrée vise à valider l'utilisation de méthodes qualitatives pour comprendre les dynamiques locales autour des événements sportifs parisiens, définir la notion d'ancrage, et révéler des enjeux pour l'organisation du sport à Paris et en France. Nous questionnerons à ce titre la notion d'identité qui transparaît dans chacune des dimensions présentées. Les phénomènes identitaires participent à la construction sociale et territoriale du sujet humain (Green, 2001 ; Di Méo, 2001). À cet égard, le sport par l'intermédiaire de pratiques et de représentations, peut stimuler ces processus de construction du territoire vécu (Green, Jones, 2005). *In fine*, cela confère à la notion d'ancrage territorial une réelle portée « compréhensive » destinée à comprendre les dynamiques locales insufflées par chacun de ces événements sportifs.

Chapitre 6 : la dynamique sociale

Dans ce chapitre nous allons analyser les projets événementiels par le prisme de l'émulation qu'ils génèrent. Il s'agit du potentiel de l'événement à pouvoir produire une dynamique au niveau local en termes de projets et d'engagement participatif. Autrement dit, c'est la manière dont l'événement contribue à entraîner dans son sillage l'émergence d'autres événements ou l'adhésion de la communauté locale. De manière plus générale, cela renvoie à différentes formes d'impact social (Taks et al., 2015). En effet, les événements sportifs sont le support d'interactions sociales entre différents publics (Getz, 2007) et peuvent initier un sentiment de communauté par leur nature festive (Onyx, Bullen, 2000 ; Misener, Mason, 2006 ; Chalip, 2006). Ils épousent les traits de la société dans laquelle ils s'insèrent et s'appuient pour cela sur le rôle structurant des politiques sportives ou de politiques générales menées en amont (Charrier, Jourdan, 2009).

Selon Chalip (2001), l'accent est traditionnellement mis sur l'impact à court terme des événements sportifs. Pour ce faire, des stratégies peuvent être mises en œuvre avant et pendant l'événement en vue d'optimiser les retombées. Chalip (2006) a également plaidé pour la nécessité d'accorder plus d'attention à la valeur sociale des grands événements sportifs. Les manifestations sportives sont pour lui bien plus qu'un divertissement. Il explique que ce sont des « *événements sociaux qui permettent la création de valeur sociale* ». On trouve une définition de l'impact social dans les études menées dans le champ du tourisme (Balduck, Maes, Buelens, 2011). On peut le définir de la sorte : « *c'est la manière dont le tourisme et les voyages vont apporter des changements dans les systèmes de valeurs individuels et collectifs, des comportements, des structures communautaires, du mode et de la qualité de la vie* » (Hall, 1992). Toutefois il n'existe pas d'études précises de l'impact social des événements, et la mesure de ces impacts reste extrêmement complexe (Deery, Jago, Fredline, 2012). Pour cette raison, la plupart des études ne se focalisent que sur une dimension de l'impact social : sentiment de communauté et bien-être (Chalip, 2006), bonheur (Taks et al., 2016), civisme (Kellest, Hede, Chalip, 2008), identité locale (Mc Gabe, 2006 ; Snelgrove et al., 2008 ; Hallmann, Breuer, 2010), développement de la pratique sportive (Weed, Bull, 2004 ; Weed, Coren, Fiore, 2009 ; Taks, et al., 2014), etc. Ces travaux s'inscrivent dans le cadre théorique de l'impact social des événements (Taks, 2015), convoquant en particulier la théorie de l'échange sociale (Kaplanidou et al., 2012), la théorie de l'attachement (Onyx, Bullen, 2000) ou encore la théorie de l'identité sociale (Heere et al., 2013). Cependant, dans le sillage de Delamere et collaborateurs (2001), la majorité des travaux sur l'impact social emploie une méthodologie quantitative par l'intermédiaire de questionnaires s'adressant aux habitants et à leurs perceptions (Fredline et al., 2003 ; Taks al., 2016).

Dans le cadre de l'étude sur l'Euro 2016 coordonnée par Charrier et Jourdan, nous engageons une analyse multi-scalaire (quels publics, quels acteurs/producteurs, quels territoires ?) combinant des méthodes qualitatives (entretiens, observation) et quantitatives (recensement des projets, questionnaires dans les fan-zones). Nous y analysons des « impacts sociaux » dans leur diversité plutôt qu'un « impact social » considéré comme une entité agrégée. Notre étude part des terrains observés (coupe du monde de marche à pied 1999, mondial de football 2006, coupe du monde de rugby 2007, mondial 2014) et s'enrichit de la littérature pour privilégier l'analyse à la mesure : les impacts sociaux étant diffus et

difficilement mesurables. Le périmètre de l'impact social de l'Euro 2016 que nous y dessinons, insiste sur le contexte : il prend en compte les singularités territoriales et les spécificités de l'activité sportive pour observer la manière dont l'événement vient révéler des dynamiques locales.

De la même manière et conformément à notre approche, nous n'allons pas nous focaliser quantitativement sur une seule dimension mais adopterons, bien au contraire, une analyse qualitative transversale aux neuf études de cas pour faire émerger les impacts sociaux générateurs d'ancrage territorial, observés sur le terrain. Quels sont les externalités sociales induites par les événements sportifs parisiens récurrents étudiés ? Par quels mécanismes contribuent-elles à ancrer le projet événementiel sur le territoire ?

Dans un premier temps, nous ne reviendrons que très brièvement sur la mise en réseau induite par le projet événementiel, déjà détaillée dans la partie précédente. Le mouvement généré parmi les acteurs du système sportif à l'occasion de l'organisation de l'événement est une forme à part entière d'impact social. Toutefois, notre approche chronologique de l'événementiel sportif par les dynamiques locales nous a conduits à identifier les relations qui apparaissent en amont du projet. Celles-ci ont donné lieu à des jeux d'acteurs révélateurs de dynamiques.

Nous aborderons dans un deuxième temps ce qui relève du bien-être et de la cohésion sociale (Djaballah et al., 2015). Nous verrons que la mixité sociale et le sentiment d'appartenance (Kaplnidou et al., 2012), en étant des éléments constitutifs du territoire vécu, permettent de comprendre la manière dont l'événement s'inscrit sur le territoire appréhendé de manière idéale. Trois cas contrastés (« La Parisienne », « Famillathlon » et « Femmes en Sport ») viendront éclairés ce processus.

Dans un troisième temps, nous aborderons l'impact sur la pratique sportive (Girginov, Hills, 2008 ; Weed, Coren, Fiore, 2009 ; Weed et al., 2015). Il s'agit d'une autre externalité positive qui est en mesure de créer du mouvement, de l'engouement sportif dans la société. Les trois événements mobilisés pour la cohésion sociale seront de nouveau éclairés à travers ce prisme analytique.

Dans un quatrième temps, nous éclairerons l'impact « cohésif » ou « managérial », que l'on trouve dans la littérature sous le terme de « capital humain » (Nicholson, Hoye, 2008). Nous l'illustrerons notamment à travers la potentialité de l'événement à mobiliser des salariés (« Femmes en Sport » ; « La Parisienne ») ou des volontaires bénévoles (« Courir Ensemble »), par la transmission d'un ensemble d'attributs en termes de connaissances, compétences et attitudes favorisant le développement personnel (Lee, Cornwell, Babiak, 2013).

Enfin, dans un cinquième et dernier temps, nous aborderons la nécessaire prise en compte de ces effets à moyen terme et la pertinence de mettre en place des programmes d'accompagnement. Nous verrons apparaître une autre forme d'impact social à travers le développement de projets sociaux ou éducatifs, afférents au projet événementiel sportif. Ceux-ci, en valorisant les résidents locaux par l'établissement de valeurs partagées (Misener, Mason, 2006) ou en facilitant le dialogue inter-communautaire (Schulenkorf, 2009) et interculturel (Ruhanen, Whitford, 2011), peuvent devenir des supports à la création d'identité locale (Mc Gabe, 2006 ; Snelgrove et al., 2008). À terme, l'héritage (Charrier,

Jourdan, 2009 ; Girginov, Hills, 2009) ainsi généré renforcera le territoire vécu (Di Méo, 2001, 2004 ; Green, Jones, 2005) et l’ancrage territorial du projet événementiel.

6.1 Le processus de mise en réseau

La mise en réseau développée dans la partie précédente participe de la manière dont l’événement est implanté sur le territoire. En générant des relations entre acteurs qui n’auraient pas forcément collaboré sans le projet événementiel, il semble qu’il puisse être à la base de nouveaux partenariats pérennes et vertueux. En fonction des études de cas, nous avons vu que cette mise en réseau est plus ou moins opérante, selon que les acteurs impliqués dans le projet observent un intérêt commun à son développement. Nous avons aussi constaté le rôle déterminant de l’acteur public dans l’apparition de ce processus. Pour rappel, le tableau ci-dessous résume les types de mise en réseau analysés.

Événement	Rôle de l’acteur public	Effets de la mise en réseau
Courir Ensemble	Facilite	Synergie constructive
La Parisienne	Facilite	Synergie constructive
Charléty sur Neige	Impulse	Synergie pérennante
Course cycliste 14 ^e	Facilite	Synergie pérennante
Femmes en sport	Impulse	Synergie limitée
Famillathlon	Ralentit	Synergie limitée
Berges de Seine	Impulse	Déconnexion
Roland Garros	Attends	Autonomie Revendiquée
LNB All Star Game	Attends	Autonomie Revendiquée

Tableau 39 : résumé des types de mise en réseau observée

La création d’un réseau de relations est un élément à part entière constitutif du capital social (Taks, 2013 ; Djaballah et al., 2015) que peut générer le projet événementiel. En effet, les grands événements peuvent améliorer les réseaux politiques et institutionnels (Gratton, Preuss, 2008). Cela s’observe aussi dans le cas d’événements de moindre envergure (Taks, Chalip, Green, 2015) en créant des relations qui inscrivent l’événement dans les habitudes du territoire et un savoir-faire organisationnel.

Nous n’entrons pas plus dans le détail de ces éléments qui renvoient à l’analyse déjà développée dans la partie 2. Néanmoins, il nous semble important de la mentionner brièvement en préambule du développement sur les cinq dimensions clef identifiées, dans l’optique de parvenir à une définition de l’ancrage territorial des événements sportifs parisiens.

6.2 Des communautés éphémères à la structuration d'une appartenance locale

Si l'essentiel des travaux sur l'impact de l'événementiel sportif se focalise sur l'impact économique des grands événements (Burn, Hatch, Mules, 1986 ; Preuss, 2006 ; Barget, Gouguet, 2010), les effets inhérents aux sphères sociale (Chalip, 2006 ; Schulenkorf, 2009 ; Balduck, Maes et Buelens, 2011), médiatique (Charrier, Jourdan, 2009), touristique (Weed, 2001 ; Preuss et Solberg, 2007 ; Kaplanidou, Gibson, 2010) ont été également éclairés. D'ailleurs, ces travaux ne portent pas uniquement sur les événements sportifs majeurs puisque, dès la fin des années 1990, nous voyons apparaître des travaux sur les événements sportifs de proximité (Wilson, 2006) autour de la notion d'« événements sportifs de proximité récurrents » (Higham, 1999). Depuis le début des années 2010, de plus en plus d'élus et de responsables politiques soulignent l'importance de la portée sociale des événements sportifs¹⁶². Dans la littérature scientifique, des travaux relient ces événements sportifs à la notion de *bien-être* (ou *well-being* dans les travaux anglo-saxons). Cette littérature tend à montrer qu'ils génèrent des bienfaits psychologiques qui peuvent être associés « *au plaisir d'assister à un évènement, d'y être impliqué en tant que bénévole, ou à la simple proximité de l'évènement pour les personnes n'y assistant pas* » (Kavestos, Szymanski, 2010). Ceci s'explique par leur caractère *célébrateur*¹⁶³. Chalip (2006), en s'appuyant sur des notions anthropologiques, a expliqué la manière dont ce processus s'opère dans l'esprit de ceux qui vivent l'événement selon l'expression de Ferrand (1995). À ce caractère festif ou « célébrateur », nous avons choisi d'ajouter la notion de cohésion sociale qui correspond à la mise en interaction de publics hétérogènes, qui n'auraient pas pu se rencontrer sans l'événement sportif. Ceci est rendu possible par un sentiment qui dépasse le cadre de la pratique sportive ou de la discipline (Fredline, Faulkner, 2001) et qui permet d'abaisser un certain nombre de barrières symboliques par la constitution d'un instant partagé, collectivement célébré.

Avant de détailler cette thématique à travers les événements les plus représentatifs de cette dimension, nous présentons dans le tableau comparatif suivant un commentaire synthétique relatant ce qu'il en est de cet impact singulier en fonction de chaque étude de cas.

¹⁶² François Hollande dans sa déclaration à l'occasion du déjeuner de lancement de l'Euro 2016 le 11 septembre 2014 : « *L'Euro est une chance pour la jeunesse française, créer des souvenirs et un attachement à notre pays qui sait accueillir des grands événements.* » ou Jean-François Martins dans un communiqué de presse du 12 juillet 2016 dresse le bilan de l'événement évoquant, entre autres : « *l'engagement bénévole qui constitue une partie de l'héritage de l'UEFA Euro 2016. En participant pendant un mois au bon déroulement de l'événement, ils ont pris goût à l'engagement citoyen. Leur investissement dans la ville locale rayonnera durablement auprès de leur entourage et constitue une fondation solide pour l'accueil de prochains grands événements* ».

¹⁶³ Traduction de l'anglais : « *celebratory nature* ».

Volonté Première	Evénement	Célébration et cohésion sociale
Spectacle Compétitif	Roland Garros	<ul style="list-style-type: none"> • Un objectif, pas une priorité : un positionnement culturel « traditionnel, feutré et élitiste », peu en rapport avec la fête. • Le stade Roland Garros, pas un lieu de mixité sociale. • Sentiment d'appartenance « éloigné », un ancrage historique dans le 16^e. • « Roland Garros dans la ville » : vers une identité parisienne ?
Organisation de la pratique	Femmes en Sport	<ul style="list-style-type: none"> • Mixité sociale et intergénérationnelle érigée en concept de l'événement • Rayonnement restreint et faible mobilisation
Animation de l'équipement	Charléty sur Neige	<ul style="list-style-type: none"> • Mixité sociale : tous les quartiers par l'intermédiaire des centres de loisirs et des écoles sont conviés. • Engouement et excitation à l'endroit de l'événement pour les plus jeunes participants.
Organisation de la pratique	Course Cycliste 14 ^e	<ul style="list-style-type: none"> • Animation annuelle au mois de juin ancrée dans les habitudes du quartier. • Identité de village par « effet de résistance » : dernière course cycliste dans Paris. • Evénement cycliste porteur de valeurs.
Animation de la vie locale	Berges de Seine	<ul style="list-style-type: none"> • Redéfinition des usages, reconnecter les parisiens à la Seine • Attirer des publics hétérogènes par les événements sportifs. • Rayonnement limité des événements.
Animation de la vie locale	Famillathlon	<ul style="list-style-type: none"> • Mixité sociale (de façade ?). • Mixité intergénérationnelle comme concept.
Caritatif et social	Courir Ensemble	<ul style="list-style-type: none"> • Mélanger valides et handicapés dans la même course. • ...mais l'intégration de la dimension compétition attire un public valide qui s'implique peu dans le concept « caritatif ». • Groupes d'entreprise participent ensemble à la « fête ».
Commercial	LNB All Star Game	<ul style="list-style-type: none"> • Prix accessibles mêmes si impact social en dehors des objectifs commerciaux des organisateurs. • Temps de « fête » de la discipline réservé aux initiés. • L'organisation autonome de la ligue et Sport Plus Conseil ne favorise pas le développement de cette dimension par des partenariats par exemple.
Commercial	La Parisienne	<ul style="list-style-type: none"> • Célébration participative, base du concept et de l'expérience promise par les organisateurs. • Mixité intergénérationnelle. • Rayonnement du projet favorise la mise en interactions... • ... mais le prix est un frein à la mixité sociale. • Groupes d'entreprise participent ensemble à la « fête ».

Tableau 40 : analyse des événements par le prisme de la cohésion sociale

6.2.1 La célébration participative

Selon Chalip (2006) ou Schulenkorf et collaborateurs (2011), l'événement sportif est vecteur de sociabilité parmi les participants¹⁶⁴. La célébration participative représente donc l'ensemble des interactions sociales qui en résultent. Bien que très proche de la cohésion sociale, elle fait plus spécifiquement référence aux temps festifs véhiculés par le projet événementiel. C'est un temps partagé en commun, une focalisation des attentions à un instant *t* conduisant au sentiment de participer à quelque chose de plus important qui transcende le sport (Fredline, Faulkner, 2001 ; Chalip, 2006). Les récits et expériences qui en résultent peuvent ensuite être (ré)utilisés pour alimenter la construction d'un territoire vécu (Farge, 2002 ; Green, Jones, 2005).

Pour illustrer ce processus nous nous appuyons sur l'événement « La Parisienne » qui représente bien ce temps de « synergies des attentions et des passions » que nous avons essayé de retranscrire dans la note d'observation. Pour nuancer cette tendance, nous nous appuyons sur le cas de Roland Garros dont le présumé caractère festif fait débat jusque dans les arcanes de la fédération.

6.2.1.1 La force d'un concept événementiel

« La Parisienne » présente un concept qui promet de vivre une expérience à part entière. Nous allons présenter dans cette partie les attributs qui permettent à ce projet événementiel d'être vecteur d'une forme de célébration participative.

« La Parisienne » comporte par essence une dimension festive. Elle cristallise un positionnement singulier et novateur qui trouve l'assentiment du public (41000 personnes en 2016). Son atmosphère, à la fois festive et dynamique, surfe sur une approche différente du sport épousant certaines valeurs sociétales dont elle peut se faire l'écho (santé, détente, performance). Événement « multi-facettes », la course nous invite à nous poser la question de la formalisation d'une célébration participative par l'intermédiaire d'un sentiment de communauté¹⁶⁵ ou « *communitas* »¹⁶⁶ au sens de Chalip (2006).

Pour y parvenir, les moyens semblent divers : augmentation de l'interaction sociale en incitant le sentiment de célébration (sociabilité entre visiteurs), création d'événements sociaux afférents (utilisation des réseaux sociaux), création d'événements annexes (opportunité sociale informelle), symboles et significations. Les récits et expériences qui en résultent peuvent ensuite être utilisés pour résoudre des problèmes sociaux, construire des réseaux (Wasche, 2015) ou encore rendre plus autonome l'action communautaire ou l'appartenance sociale (Schulenkorf, 2009, 2011). De manière générale, il s'agit d' « *utiliser les arts pour compléter le sport et les événements commerciaux en soutenant les leviers sociaux* » (Chalip, 2006).

¹⁶⁴ Nous préférons garder le terme « participant » qui permet d'englober à la fois les spectateurs, les téléspectateurs et les inscrits qui « participent » concrètement dans le cas d'un événement sportif de masse (Bessy, Suchet, 2016).

¹⁶⁵ Ou « sentiment d'appartenance », le terme « communauté » étant particulièrement connoté en France.

¹⁶⁶ Un esprit intense de communauté, un sentiment de grande égalité sociale et de solidarité.

Pendant « La Parisienne », c'est bien ce sentiment qui nous apparaît en tant que spectateur/observateur. Les départs sur le pont d'Iéna se font par vagues de 2000 participantes, toutes les 15 minutes. Ce système, contraint par l'étroitesse du parcours, contribue au dynamisme de l'événement et rend l'ensemble cohérent. Les participantes sont soumises à l'échauffement en musique effectué par Reebok. Ces femmes dansent, chantent, crient, effectuent la chorégraphie de manière étonnamment synchronisée de sorte à créer une forme de « *flashmob* » à répétition. Dans une étude récente, deux universitaires espagnols montrent au sujet de cette « *danse fougueuse instantanée* » qu'il s'agit d'une activité particulièrement fructueuse en termes d'interaction entre les participants (Rial Rebullido, Villanueva Lameiro, 2016). Les résultats sportifs ici n'ont aucune importance. Le sport est utilisé de façon à permettre une messe célébrative géante. Les règles et les distinctions sociales sont moins importantes, il y a moins de barrières (Fredline, Faulkner, 2001).

Vue du Trocadéro, la foule bouge à l'unisson et s'étend sur tout le Champ de Mars. Il est rare de voir autant de personnes rassemblées pour partager un moment sur ce site très fréquenté. Ce partage est permis par le gigantisme de l'opération qui met toutes les femmes sur un pied d'égalité. Les seules distinctions possibles sont les tee-shirts et tenues colorées représentant les groupes d'entreprise ou les tenues extravagantes encouragées par les organisateurs. Le rassemblement des personnes identifie ici un fait social, basé sur des valeurs positives qui sont exprimées et représentées par de la couleur, des sons rythmés et des cris. C'est aussi un moment où la réalité stressante du quotidien peut donner lieu à un exutoire formalisé par l'exercice physique en musique. C'est d'autant plus vrai que plus de la moitié des participantes sont entre collègues de travail¹⁶⁷.

Dès lors, un sentiment de communauté (Onyx, Bullen, 2000) peut se concrétiser par l'impression de vivre une expérience : « La Parisienne ». Il peut être renforcé par les nombreux « goodies »¹⁶⁸ accompagnant la participation à la course. Participer à « La Parisienne », c'est entrer dans une communauté formalisée par une activité importante sur les réseaux sociaux : sites internet, Facebook, Twitter ; autant de supports répétés à foison par le speaker le jour J. L'entreprise s'appuie sur ces éléments pour créer de l'activité et un suivi tout au long de l'année. C'est la volonté d'initier un sentiment d'appartenance qui s'étend au-delà du jour de la course. Cette dernière n'est qu'un temps dans l'année, assez fugace finalement. Dès l'arrivée, les participantes se diluent sur le site et retrouvent les proches venus les soutenir. Le sentiment de participer à quelque chose « d'extraordinaire », de prendre part à un mouvement qui dépasse les individualités paraît s'estomper rapidement¹⁶⁹. La réelle force de l'événement se situe dans la capacité à créer une attente, une montée en puissance jusqu'au départ. Pendant la course, les très nombreux groupes de musique contribuent à la création d'une ambiance festive, chaleureuse. Cette nature traduit un moment de partage au sein duquel un sentiment d'appartenance peut apparaître (Chalip, 2006). L'impact social qui en résulte sera d'ailleurs d'autant plus intense qu'il sera passager. Pour relater cette forme d'impact on parle de « revenu psychique »¹⁷⁰ (Downward, Dawson, Dejonghe, 2009) contribuant à la formation de cohésion sociale (Misener, Mason, 2006). Ces

¹⁶⁷ 22000 inscrites par groupes d'entreprise en 2014.

¹⁶⁸ DVD, tee-shirt, numéro de dossard en échange de photos et autres contenus digitaux sur internet.

¹⁶⁹ Cf. Note d'observation.

¹⁷⁰ Traduction de « *psychic income* ».

travaux principalement développés sur les événements sportifs majeurs¹⁷¹ (Taks et al., 2013) trouvent du sens dans le cadre de ces événements basés sur la participation sportive.

Pour aller plus loin dans l'établissement et la justification de cet impact, il faudrait cependant analyser les perceptions du côté de la demande. Toutefois, il s'avère que le liant qui se crée à la faveur de l'événement se traduit par une forme d'impact social par définition inquantifiable et néanmoins perceptible par l'observateur participant. En effet, si l'on confronte les données du terrain et la définition que l'on trouve dans la littérature inhérente à la création d'un sentiment d'appartenance, on constate que ces événements sont vecteurs de quelque chose qui dépasse largement l'objet de l'événement, que ce soit la discipline sportive ou le loisir gratuit proposé. À une échelle plus restreinte, certains rassemblements, sans forcément aboutir à l'ensemble du processus, initient des embryons de liminalité¹⁷² perceptibles dans la limite de la temporalité de l'événement.

C'est à ce niveau qu'apparaît la notion de « liminalité » (Chalip 2006). Il s'agit d'un état en suspens, d'un seuil : passé ce stade, si cet état est collectif, les hiérarchies sociales se dissolvent et le tissu social se renforce. Cette situation crée un fluide, un état général malléable qui permet de nouvelles institutions et coutumes. Cet esprit intense de communauté (ou d'appartenance) est un sentiment de grande égalité sociale et de solidarité. Ces états très rares, peuvent être atteints dans les représentations publiques et dans les événements sportifs (Green, Chalip, 1998). Ils promeuvent le capital social (Bullen, Onyx, 1998), en renforçant le tissu. Pendant « La Parisienne », c'est l'intensité du moment vécu et partagé qui traduit des souvenirs et forge l'histoire sur laquelle l'événement s'appuie chaque année pour se développer (multiplication par dix du nombre de participantes depuis 2001).

Quelques études sur des événements sportifs sont à la base de l'utilisation de ces notions dans le champ sportif : festival de cricket dans les Caraïbes et en Amérique Latine, le rodéo aux USA, le football en Angleterre. Dans le contexte français, nous pouvons évoquer le désormais traditionnel et supposé¹⁷³ (Blanchard, 2016) effet « black, blanc, beur » qui a suivi la coupe du monde 1998. À un niveau plus local, nous observons ce phénomène sur « La Parisienne », où l'échauffement en musique des vagues de 1000 coureuses traduit quelque chose de rare à cette échelle. La liminalité devient ensuite une source permanente de l'imaginaire social car elle devient la base de la comparaison avec la vie quotidienne (Chalip, 2006). Cette comparaison renforce la perception de vivre une expérience à part entière et la notion d'un territoire vécu (Di Méo, 2004) construit sur une histoire et des récits communs.

En thésaurisant sur ces effets immatériels, cet événement trouve une forme d'ancrage qui lui permet à la fois d'être pérenne et de grandir sur un territoire consubstantiel à son organisation (Bessy, 2013) comme nous le verrons par la suite plus précisément dans le chapitre 8.

¹⁷¹ Répertoire de type A dans la typologie de Gratton et Taylor (2000).

¹⁷² « Liminality » et « communitas » sont les termes anglo-saxons.

¹⁷³ http://www.lemonde.fr/euro-2016/article/2016/06/01/la-france-black-blanc-beur-de-1998-est-un-mythe_4930556_4524739.html (consulté le 2 février 2017).

6.2.1.2 La fête à Roland Garros ?

Dans l'optique de mieux comprendre cette forme d'impact social aperçu pendant « La Parisienne » et par ailleurs de plus en plus traité dans la littérature (Fredline et al., 2003 ; Misener, Mason, 2006 ; Horne, Manzenreiter, 2006 ; Small, 2007 ; Lapeyronie, 2011 ; Schulenkorf, 2013 ; Taks, 2013 ; Djaballah et al., 2015), le cas de Roland Garros paraît riche car nuancé. Il semblerait que les valeurs relatives au positionnement de l'événement jouent un rôle prépondérant dans la manière dont il va être perçu, puis vécu, sur le territoire. Ce cas reflète la difficulté d'appréhender ces dimensions immatérielles. L'outil qualitatif, par la mise en tension des discours des acteurs parvient à dessiner une tendance qui se précise au renfort de l'observation participante et de la littérature. Toutefois, ce processus n'est pas toujours aisé et la dimension potentiellement festive de Roland Garros en est une illustration.

Les avis récoltés auprès des acteurs à ce sujet sont divergents. Par exemple, pour Viviane Fraisse l'événement est sans nul doute une fête. Pour renforcer ses propos, elle s'appuie sur une étude interne effectuée dans l'optique de la certification « qualité » de l'événement.

« Ce qui a été mis en évidence auprès des entretiens des uns et des autres, c'est la passion. Passion, partage et progrès. Ce sont les 3 piliers de la marque. Alors, vous rapportez cela à l'échelle de Roland Garros avec les meilleurs mondiaux et cela devient une évidence. C'est la fête, on commence la veille avec la journée des enfants. Mais, effectivement, on voit bien dans les allées que l'on anime de plus en plus. Ce n'est pas une fête qui fait peur ou qui est dangereuse. C'est une fête bon enfant. » Viviane Fraisse, cheffe de projet du pôle Responsabilité Sociétale, fédération française de tennis, extrait d'entretien du 10 juin 2015.

Nhi Nguyen Killy, précise cette idée en soulignant toute la réflexion stratégique qui se déroule en amont, pour faire du tournoi, une « fête ».

« On se pose la question tous les ans pour apporter des nouveautés. Il s'agit de conserver ce qui fonctionne et continuer à alimenter des nouveautés pour surprendre le public tous les ans dans l'enceinte. » Nhi Nguyen-Killy, direction opérationnelle des tournois, extrait d'entretien du 17 février 2015.

Si l'on cherche à remettre en perspective les propos de nos interlocutrices notamment par rapport à leur position respective dans l'organisation du tournoi, il s'avère que nous pouvons relever le dernier terme du précédent *verbatim*. Il apporte la précision nécessaire à la compréhension de l'événement. Il s'agit, à l'intérieur de l'enceinte, entre les courts, de créer des moments festifs, une ambiance chaleureuse par l'intermédiaire d'animations qui sont une figure imposée pour un événement de cette ampleur. Toutefois, de manière générale et en dehors de cette enceinte, il semble que Roland Garros ne soit pas de manière unanime un moment si spécial dans la saison des centaines de clubs de tennis français. En conséquence, il nous semble hasardeux d'affirmer sans détours que le tournoi est la fête du tennis.

« De petites animations jalonnent l'allée et créent des regroupements de spectateurs. Il y a des musiciens, des jongleurs. Pour la première fois, je ressens une vraie ambiance festive. Roland Garros, ce n'est pas que du tennis (et des relations publiques). C'est aussi une fête... à certains moments. Je me dis à cet instant que c'est le premier élément qui confère à l'événement sportif une dimension supérieure au simple tournoi de tennis international. Je

me rappelle à cet instant, le Tour de France, un événement sur lequel j'ai travaillé plusieurs années, et me rappelle pourquoi celui-ci rencontre un tel succès. La caravane publicitaire et la mise en valeur du patrimoine local sont les éléments qui font du Tour de France l'événement planétaire qu'il est. Un événement sportif international, s'il souhaite s'affranchir de ses 'limites' sportives, doit outrepasser sa fonction première en proposant du divertissement. Roland Garros, on le sait, n'est pas dans cette optique. Cet événement patrimonial (au sens de Chappelet, 2014) est dans une toute autre posture. Cependant, les rares éléments que j'aperçois dans l'enceinte conférant cette dimension supérieure font selon moi tout l'intérêt de dépenser 60 € par personne. » Extrait de la note d'observation du 2 juin 2014.

Cette dimension divertissante de l'événement est à nuancer. Nous ne l'avons perçue que dans l'allée principale. En effet nous écrivions à chaud quelques instants auparavant que *« cette atmosphère cotonneuse semble être cultivée à Roland Garros jusque dans ses travées... il ne s'agit pas d'une fête populaire, ce n'est pas pour tous les parisiens »*. Pour justifier cette analyse nous nous appuyons sur nos rencontres avec d'autres membres de la fédération française de tennis qui évoquent ce positionnement un peu inaccessible. Le tournoi donne parfois le sentiment d'être à destination d'une élite initiée. Nous avons assisté à deux matchs de double avec des Français et ne relations aucune ambiance particulière (cf. note d'observation). Certes, nous n'étions pas sur les deux courts principaux. Mais le fait que ce soit le court n°1 explique-t-il l'absence d'ambiance, l'absence de supportérisme ? Le tennis véhicule d'autres manières de consommer le spectacle sportif. Eric Lajugie corrobore notre sentiment en avançant ces raisons culturelles.

« Je pense que c'est culturel. Les dirigeants de tennis ne sont pas des animateurs. Je pense que c'est étroitement lié aux hommes. Ils voudraient que ce soit une grande fête, mais ils ne voient pas comment et de toute manière ils ne savent pas faire. On vient de très loin sur cette question. Il faut être habillé en blanc, Il ne faut pas dire de gros mots... On est coincé. C'est ce que nous sommes, il faut le dire. » Eric Lajugie, conseiller en développement à la ligue de tennis de Paris, en charge des relations avec les scolaires et des animations, extrait de l'entretien du 3 octobre 2014.

Pour Hughes Cavallin en revanche, la question est plus complexe bien qu'il nous confirme implicitement que si dimension festive il y a, elle est restreinte à l'enceinte.

« C'est quand même festif, quand vous êtes dans les allées, ce n'est pas... bien sûr il y a le côté loge... évidemment, mais il y a d'autres types de gens qui viennent sur le site. Je crois que c'est plus complexe. » Hughes Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, président de la ligue de tennis de Paris, trésorier du CROSIF, extrait d'entretien du 6 mai 2015.

Il reconnaît le décalage qui existe entre Paris et la province et qui peut s'exprimer pendant Roland Garros. Toutefois, cette limite qu'il faut combattre n'est selon lui pas exclusive à la fédération de tennis.

« Le petit reproche qui peut être fait à Roland Garros est celui qu'on peut faire aux fédérations en général. Moi je suis un club, c'est quoi une fédération ? C'est à Paris, c'est près d'un ministère, c'est une super structure. Au final je ne sais pas vraiment à quoi cela sert, moi je suis dans mon club, je joue au tennis. C'est quoi, cela m'apporte quoi ? Alors oui, quand je veux aller à Roland Garros je n'arrive jamais à avoir des places... Oui, c'est un truc de VIP, les

dirigeants sont en tribune présidentielle... les mêmes reproches qui sont faits au foot ou au rugby. » Hughes Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, président de la ligue de tennis de Paris, trésorier du CROSIF, extrait d'entretien du 6 mai 2015.

En substance, si nous faisons l'analyse des propos des deux derniers acteurs mentionnés, nous obtenons la thèse et l'antithèse. L'approche d'Hughes Cavallin est différente de celle d'Eric Lajugie. Son poste également puisqu'il est président de la ligue de Paris mais surtout vice-président de la fédération française de tennis. En tant qu'élu dirigeant, il ne prend pas les mêmes positions qui sont pourtant revenues régulièrement dans les discussions que nous avons pu avoir. D'ailleurs, à ce sujet, Alain Kronenberger nous avait prévenus. La fonction entraîne des perceptions différentes.

« Voilà...mais ce qui est intéressant c'est bon... comme tu vas rencontrer Hughes Cavallin, quelque part c'est son patron (de Eric Lajugie, nldr), c'est le président de la ligue. Je pense qu'il aura une analyse qui sera complètement différente car c'est un élu, c'est Paris. » Alain Kronenberger, coordonnateur national politique sportive des ligues, direction technique nationale, fédération française de tennis, extrait d'entretien du 13 avril 2015.

Pour ce dernier, il ne fait pas de doute que l'événement est inaccessible. Il revêt ce caractère brillant, cette belle image diffusée à l'international. Roland Garros est tourné vers l'extérieur, ce qui le rend peu abordable de l'intérieur. À ce titre ce n'est pas une fête.

« Bien sûr que c'est aussi un événement inaccessible. On se dit, c'est là, c'est mythique mais je n'aurais jamais de place. C'est là, mais en même temps c'est très loin. Je pense aussi que mine de rien on n'a pas d'autres événements de ce calibre. Même quand la ville organise un championnat du monde...c'est très ponctuel. Là, cela revient tous les ans. Ce sont les meilleurs joueurs du monde. Il y a forcément un impact, mais c'est de l'image. Les gens dans les clubs râlent. Ils ont l'impression de ne jamais pouvoir avoir de places. » Alain Kronenberger, coordonnateur national politique sportive des ligues, direction technique nationale, fédération française de tennis, extrait d'entretien du 13 avril 2015.

Les membres de la fédération ne peuvent pas avoir de places. Les bureaux ont beau être à l'intérieur du stade, la majorité des techniciens de la fédération sont « condamnés » à rester dans leurs offices. Néanmoins, un circuit fermé de télévision permet de suivre les matchs sur les écrans répartis dans les bureaux administratifs. Cette inaccessibilité est perceptible jusque dans les rangs de la fédération. Si près et pourtant si loin. C'est d'ailleurs précisément cela qui en fait toute la valeur. Cet événement est aussi là pour faire rêver, pour raconter et célébrer une histoire collective (places des Mousquetaires, musée).

« Dès que l'on travaille à Roland Garros on est sollicité car les gens s'imaginent que l'on peut avoir des places facilement. Ce n'est tellement pas le cas... la demande est bien supérieure à l'offre. » Alain Kronenberger, coordonnateur national politique sportive des ligues, direction technique nationale, fédération française de tennis, extrait d'entretien du 13 avril 2015.

Il existe pourtant un dispositif qui est mis en place par la fédération pour garantir la priorité aux licenciés.

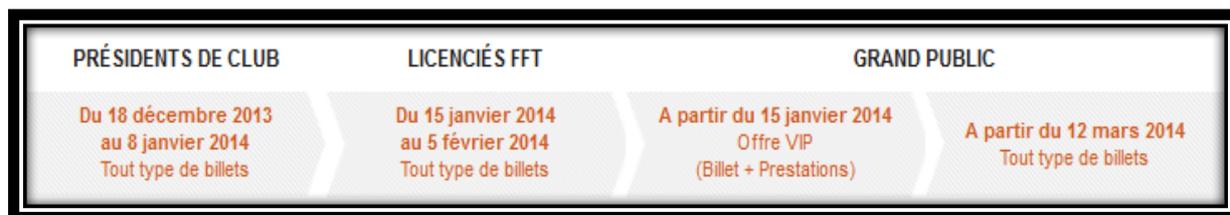


Figure 33 : la stratégie de mise en vente des places de Roland Garros

« Est-ce que j’y vais ? Je n’y vais pas parce qu’il y a beaucoup de monde et mon badge ne me permet pas d’être bien placé. Ce n’est pas bien ce que je dis, il y a plein de gens qui voudraient l’avoir. Mais en même temps les joueurs, en tout cas les joueurs français, je les vois quand je veux et puis maintenant c’est tellement bien retransmis. Je regarde à la maison avec une bière, ce que je ne peux pas faire à Roland Garros... » Eric Lajugie, conseiller en développement à la ligue de tennis de Paris, en charge des relations avec les scolaires et des animations, extrait de l’entretien du 3 octobre 2014.

Inaccessibilité, détachement, renoncement...l’événement ne semble pas être un rendez-vous immanquable pour le sérail. La fréquence annuelle de la récurrence peut éventuellement expliquer cela. Toutefois, il est intéressant de noter la manière dont il est vécu de l’intérieur. Il s’agit surtout de souligner que c’est à mille lieues de l’image que l’organisation et les sponsors tentent de renvoyer : « engouement populaire » ou « mythe parisien »¹⁷⁴ (Dominguez, 2008). Face à ce débat, Hughes Cavallin reconnaît bien que l’existence de ce sentiment d’exclusion alors même que l’on fait partie de la « grande maison » est regrettable. Mais c’est selon lui, en corollaire, un signe de bonne santé. Il avance ensuite des arguments qui expliquent et légitiment cette situation : caractéristiques du sport, étroitesse de l’enceinte et servitudes liées aux engagements contractuels auprès des sponsors.

« On a quand même ce handicap inhérent à notre sport : une balle de tennis ce n’est pas gros. Donc on ne peut pas faire un stade 50 000 places. Honnêtement pour être dans de bonnes conditions, c’est difficile de dépasser une jauge de 16 à 18 000. Dans l’enceinte on ne peut pas prendre plus de 40 000 personnes par jour. Donc à un moment donné, quand sur 15 jours vous passez 480 000 personnes et qu’il y a 1,2 million de licenciés, il y en a plus d’un sur deux qui ne peut pas avoir de billets. Sans parler des partenaires, des servitudes que nous avons, car nous sommes obligés de mettre à la vente des places à un public qui n’est pas licencié, c’est une obligation légale. Il faut aussi avoir des contingents réservés à l’international. Cela veut dire que sur le court central de 15 500 places, on ne peut pas en mettre plus de 9000 en vente à notre public à nous, le « vrai ». On nous l’impose, ce n’est pas notre choix. Après, bien sûr, il y a les relations publiques qui font vivre l’événement et tout est lié. Mais c’est facile à expliquer aux gens qui sont dedans. Quand on est à l’extérieur. Si je me remets dans la peau de mon pratiquant dans mon club : je me dis que cela devrait être mieux, qu’il devrait y avoir plus de retombées... les questions ne sont pas illégitimes ! Mais les réponses ne sont pas faciles. ». Hughes Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, président de la ligue de tennis de Paris, trésorier du CROSIF, extrait d’entretien du 6 mai 2015.

¹⁷⁴ https://www.lesechos.fr/01/06/2016/LesEchos/22203-049-ECH_roland-garros---avec-ou-sans-pluie--le-mythe-continue---.htm (consulté le 20 octobre 2016).

On constate donc le nombre de contraintes pour les organisateurs. Ce compromis, quitte à décevoir un peu la base de licenciés et de parisiens est le prix à payer pour continuer à faire progresser un événement de cette ampleur. Malgré cette relative déconnexion, les ligues vivent grâce à cette bulle. Ils ne peuvent décemment pas trop la critiquer. C'est ce qu'explique Viviane Fraisse dans le *verbatim* suivant.

« C'est hyper intéressant d'avoir ce point de vue. On peut le percevoir peut-être différemment pour une ligue. Effectivement, dans ce cas l'événement va au-delà du fédéral. Peut-être qu'il y a ce sentiment qu'il est organisé par la fédération mais que du coup il oublie son côté fédéral pendant Roland Garros et qu'il ne va faire que le porter. Mais c'est la force de l'événement justement qui fait cela. C'est en même temps grâce à cela que l'on porte la fédération. S'il n'y avait pas ces retombées, ce rayonnement international, les ligues en verraient moins les bénéfices. ». Viviane Fraisse, cheffe de projet du pôle Responsabilité Sociétale, fédération française de tennis, extrait d'entretien du 10 juin 2015.

Nous venons de voir à travers cet exemple que traiter l'impact social de Roland Garros, du moins sa dimension de « célébration participative », par une approche qualitative suppose de s'intéresser aux valeurs par lesquelles il est perçu. Ne nous intéressant pas à la demande, nous pouvons toutefois constater que la perception du côté des organisateurs et des membres de la fédération n'est pas unanime. Cependant, la contrainte imposée par l'étroitesse du stade Roland Garros, qui va d'ailleurs bénéficier d'un agrandissement suite à l'acceptation du projet de modernisation (Bourbillères, Djaballah, 2015), n'est pas le seul élément limitant le caractère festif. On constate aussi dans les discours un positionnement « culturellement élitiste »¹⁷⁵ pour reprendre les termes d'Eric Lajugie, que nous avons également constaté lors de l'observation participante par l'intermédiaire d'attributs singuliers dans l'événementiel sportif (caractère feutré, pas de musique). C'est la raison pour laquelle le dispositif « Roland Garros dans la ville » vient nourrir cette dimension qui reste plutôt à destination des touristes déambulant sur ce site hautement touristique qu'est le Champ de Mars.

Dans cette partie, nous venons de voir que la « célébration participative » ou « liminalité » (Chalip, 2006) pouvait conduire à créer une forme d'impact social en renforçant le sentiment de communauté (Onyx, Bullen, 2000 ; Schulenkorf, 2009, 2011) et la cohésion sociale (Misener, Mason, 2006). Nous avons vu que les concepts de certains événements contribuent directement à créer une forme d'engouement, des souvenirs qui peuvent contribuer à structurer le territoire vécu. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle nous envisageons que cette dimension, en véhiculant une expérience et des récits, peut contribuer à ancrer territorialement l'événement sportif¹⁷⁶. Nous avons pris comme exemples « La Parisienne » et Roland Garros car ces cas sont assez exemplaires sur cette question de la célébration participative. L'un, par ses mécanismes vertueux décelables, car explicitement visibles. L'autre, par la nuance et la complexité qu'il confère à la dimension festive. Nous aurions tout aussi bien pu la détailler en nous appuyant sur la course « Courir Ensemble » mais ce cas sera mobilisé par la suite sur les questions du don différé et de la mixité sportive sur lesquels il nous semble être plus révélateur.

¹⁷⁵ Passage évoqué dans le chapitre 5.

¹⁷⁶ Nous reviendrons davantage sur cette idée par la suite, lorsque toutes les dimensions qui constituent « l'ancrage territorial » auront été présentées.

En nous focalisant du côté de l'offre, nous parvenons à une identification et une compréhension des enjeux qui nous poussent à nous concentrer sur les valeurs de l'événement sportif en vue de questionner la cohésion sociale. C'est justement sur cette dernière notion que nous allons nous concentrer dans la prochaine partie, en analysant la manière dont les événements sportifs peuvent générer une cohésion porteuse de sens dans la construction du territoire vécu et *in fine* son rôle dans l'ancrage territorial du projet.

6.2.2 La mixité sociale

La notion de mixité sociale, ou cohésion sociale¹⁷⁷, recouvre plusieurs sous dimensions (Djaballah, 2015 ; Taks, 2015). Les événements sportifs peuvent favoriser le civisme local (Kellett, Hede, Chalip, 2008), à travers des initiatives à finalité sociale comme le soutien de causes diverses, la reconnaissance sociale de certains groupes (publics défavorisés, personnes handicapées, femmes, seniors), le dialogue interculturel (Ruhanen, Whitford, 2011) ou encore le renforcement de l'identité locale (Mc Gabe, 2006 ; Snelgrove et al., 2008).

Les cas de « Femmes en Sport » et du « Famillathlon » éclairent ces types d'événements sportifs qui ont justement pour objectif de créer de l'émulation que ce soit à travers des organismes ou des individus. Les volontés premières résident dans la recherche d'une mixité sociale et d'un encouragement à la pratique sportive. Nous verrons que l'atteinte de ces objectifs est largement soumise aux caractéristiques du projet et à son rayonnement.

La mixité sociale désigne, d'un point de vue analytique, la « coprésence » dans un même espace résidentiel de ménages aux caractéristiques sociales différentes (mesurées par la PCS, le niveau de diplôme, le niveau de revenus, etc.). Cette notion qui renvoie dans son sens premier au lieu de résidence connaît un vif succès depuis le début des années quatre-vingt-dix. Dans un contexte urbain marqué par une spécialisation sociale croissante des territoires, la mixité sociale se présente désormais comme un horizon politique s'imposant à l'ensemble des acteurs de la ville. De la loi Besson de 1990 à la loi « Accès au Logement et un Urbanisme Rénové » (ALUR) de 2015 en passant par la loi « Solidarité et Renouvellement Urbain » (SRU) de 2000, les dispositions législatives et réglementaires se sont multipliées et ont érigé ce principe au rang d'objectif prioritaire des politiques publiques (Epstein, Kirszbaum, 2003). Toutefois, ce concept reste vecteur de nombreuses critiques dans sa conception tout autant que dans son implication. On s'interroge largement sur sa faisabilité en regard des échecs enregistrés par les politiques publiques (Epstein, Kirszbaum, 2003). En premier lieu, chercher à mesurer ou évaluer cette mixité véhicule de nombreuses limites (Genest et al., 1996, 2001) : représentations de la concentration différentes selon le critère retenu (générations, catégories socio-professionnelles, niveaux de formation, revenus, origines ethniques...), définition et seuil de ce qu'est la mixité¹⁷⁸, quelle échelle d'analyse retenue¹⁷⁹, etc. Conscients de ces limites nous ne chercherons pas à mesurer cette notion.

¹⁷⁷ Le terme cohésion sociale permet d'englober plusieurs types de mixités : sociale, culturelle, intergénérationnelle, sexuelle, valide/handicapé. Le terme mixité renvoie quant à lui plus généralement à un vocable politique.

¹⁷⁸ Par exemple : à partir de combien d'ouvriers et de cadres considérera-t-on que l'événement est mixte ?

¹⁷⁹ Une mixité globalement reconnue à l'échelle d'une agglomération ou d'une commune peut s'accompagner d'une ségrégation forte aux échelles inférieures (quartier, îlot, immeuble).

Néanmoins, nous ne nous abstenons pas de traiter cette thématique, particulièrement présente dans les objectifs de certains projets événementiels. En essayant de les identifier de manière qualitative, nous nous appuyons sur plusieurs cas pour comprendre les mécanismes par lesquels l'événement va parvenir à mélanger des publics différents d'un point de vue social ou générationnel.

6.2.2.1 Un acte de solidarité pour mélanger les plus jeunes parisiens

Bien que nous ayons vu que la notion de mixité est initialement circonscrite au lieu de résidence, notons que les organisateurs d'événements sportifs municipaux¹⁸⁰ en énonçant cet objectif^{f181}, emploient ce terme usuel des politiques publiques (Genestier, 2010). Il apparaît donc que la spécificité sportive formalisée par le projet événementiel, devient vectrice d'action politique en faveur de la mixité.

« Charléty sur Neige » est un moment qui est partagé en famille avec des frères et sœurs ou avec d'autres enfants du même âge. Il crée un engouement au moment des fêtes de fin d'année. Si le jour J, le dispositif est parfois au bord de la saturation, c'est également le signe d'une offre qui rencontre largement son public cible. Cet enthousiasme suscité chez les enfants, fait partie intégrante de l'ambition de faire « vivre une expérience » ou de « partager un esprit »¹⁸². L'impact social, appréhendé par l'observation et les entretiens semi-directifs du côté de l'offre, révèle la volonté de créer une expérience qui va susciter des souvenirs pour l'enfant qui n'a pas la chance de connaître les sports d'hiver.

En revanche, ce n'est ni un moyen de créer du lien ni de rencontrer de nouvelles personnes dans la mesure où il n'y pas de réels espaces d'échange. Concernant le public, les centres aérés et groupes associatifs étaient particulièrement présents les premières années. Pierre Zizine¹⁸³, responsable de l'organisation explique que « *c'était surtout des jeunes qui avaient des problèmes de santé ou des problèmes financiers* ». Mais les années passant, l'événement est sorti de ce cadre pour s'ouvrir à une population plus hétérogène. De nombreux groupes viennent en bus de province pour participer.

La diversification de la population fréquentant l'événement est aussi un effet de l'annulation des créneaux du matin qui, les premières années, fermaient l'équipement au grand public. Mais ces créneaux ont également eu un effet de levier en permettant à « Charléty sur Neige » de disposer d'une base minimale de fréquentation et de notoriété grâce aux groupes et centres de loisirs. Ils permettaient également de créer de la dynamique auprès de ces acteurs et de les rapprocher de la ville de Paris. Cette observation nous conduit à identifier un impact que nous qualifierions de « cohésif » ou « rassembleur ». À ce titre, Jean Vuillermoz n'hésite pas à parler au sujet de cet événement d'un « acte de solidarité ».

¹⁸⁰ Parmi nos événements cela concerne « Femmes en Sport », les événements sportifs organisés dans le cadre du dispositif des « Berges de Seine », « Charléty sur Neige ».

¹⁸¹ cf. « volontés premières » des événements dans le chapitre 2.

¹⁸² Extrait d'entretien évoquant la volonté première interne avec Pierre Zizine, mission des Grands Stades et de l'Événementiel, responsable de l'organisation de « Charléty sur Neige », au stade Charlety, le 14 novembre 2014.

¹⁸³ Membre du service des Grands Stades et de l'Événementiel à la DJS, rencontré au Stade Charlety, le 14 novembre 2014.

« Mais ce n'est pas seulement un acte sportif. C'est avant tout un acte disons de solidarité au niveau de l'ensemble des gamins de la ville pour que pendant les vacances scolaires on puisse organiser des activités qui, évidemment, ont un lien avec le sport, mais qui sont avant tout des activités de rassemblement et d'aide à l'éducation nationale. Cela permet aux gamins d'envisager autre chose que leur simple environnement familial ou de quartier. » Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, extrait d'entretien du 3 avril 2015.

La récurrence de l'événement permet à ces groupes associatifs de bénéficier de manière systématique, à cette période, d'un événement original gratuit. L'événement est d'ailleurs parvenu à devenir un rendez-vous incontournable du calendrier parisien depuis 10 ans. Nous remarquons par ailleurs que les conseillers municipaux¹⁸⁴ parlent « d'autres prestations régulières » se déroulant au Stade Charléty, à propos des autres déclinaisons événementielles, laissant entendre que ces événements sont bien implantés et que leur existence pour les années à venir n'est pas mise en débat. Cependant, la fréquentation moyenne de 30 000 enfants par édition nécessite de relativiser le rayonnement de l'événement à l'échelle de Paris.

Suite à la volonté de Jean Vuillermoz en 2008 d'inclure une dimension parisienne à l'événement, et pas seulement un ancrage dans le 13^e arrondissement, deux effets sont observables. D'une part, la pérennisation de l'événement sur les années de la mandature *a minima*. D'autre part, l'impulsion d'une dimension supplémentaire en élargissant le public cible et, par ricochet, le rayonnement de l'événement. Les écoles primaires et centres de loisirs, pour l'essentiel des arrondissements du nord-est parisien¹⁸⁵, sont invités. Cela permet de faire sortir ces jeunes des quartiers et de leur montrer Paris et ses équipements par l'intermédiaire d'une animation de loisir sportif. L'événement est un temps de mixité sociale, abolissant momentanément les frontières des quartiers au profit d'un ancrage municipal plus « parisien ».

« Cet événement est bien dans ce sens. On a un grand bâtiment dont ne sait pas trop quoi faire. Notamment en périodes de vacances scolaires. Puis cela fait voir qu'il y a un stade à Paris aux gamins. En même temps, cela leur fait découvrir un certain nombre d'activités sur la neige et sur la glace, qu'ils n'auraient peut-être pas eu l'occasion de voir. C'est une double activité. Mais le sport là-dedans c'est une portion supplémentaire. C'est un prétexte. » Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, extrait d'entretien du 3 avril 2015.

6.2.2.2 La pratique sportive pour toutes

Le concept de l'événement « Femmes en Sport » est également très clair sur cette question. Certaines personnes qui se côtoient lors de l'événement n'auraient probablement jamais eu l'occasion de le faire en dehors. Cet objectif a été formalisé politiquement grâce à un dispositif de navettes partant de chaque mairie d'arrondissement quand l'événement était à Emile Anthoine¹⁸⁶. C'est légitime, car il s'agit d' « un arrondissement favorisé et plutôt

¹⁸⁴ Compte rendu du conseil du 13^e arrondissement du 26/01/2012.

¹⁸⁵ De nombreux quartiers dans ces arrondissements du 18, 19 et 20^e sont classés « politique de la Ville ».

¹⁸⁶ De 2009 à 2013.

central » selon les porteurs de projet. Cela permet ainsi à des femmes de quartiers plus éloignés qui n'auraient probablement pas fait l'effort de se déplacer par elles-mêmes de participer à l'événement. Concrètement cela permet une mixité : des personnes de statuts professionnels et de quartiers différents, nous l'avons vu, mais également une mixité inter-générationnelle. La communication de « Femmes en Sport » ne se porte pas uniquement sur les jeunes femmes. Les activités proposées sont variées et nourrissent cette diversité de générations. On peut trouver par exemple aussi bien de la zumba que de la marche nordique, deux activités qui *a priori* n'attireront pas les mêmes publics. L'événement permet donc de créer cet espace temporel et spatial commun au sein duquel les étiquettes chères à Becker (1963) s'évanouissent au profit de l'uniforme sportif.

On peut, outre sa nature, mentionner la temporalité de l'impact, aussi peu quantifiable soit-elle. Pour celui-ci, nous considérons que la période entière de l'existence de « Femmes en Sport » a permis d'initier ces effets. Ce ne sont ni les changements de lieu, ni d'organisation ni de gouvernance, qui influenceront la présence de l'impact. Ils pourront en revanche en modifier la portée. Une enquête a été menée en interne en 2012 pour essayer de décrire le profil du public. Les résultats quantitatifs montrent qu'un nombre non négligeable de personnes (nous disposons que des tendances de l'étude) vient de la grande couronne. Le réseau de la RATP a notamment permis de communiquer hors des frontières de Paris.

Les résultats ont montré également une présence non négligeable de « nouveaux publics » dans le nord-est parisien. Ce n'est bien sûr pas un hasard. Cela permet de confirmer que les actions locales ont un sens et ont permis de créer ce *continuum* d'actions partant du conseil de la jeunesse en 2001 et devenu aujourd'hui l'événement que nous étudions (Bourbillères, Evrard, Charrier, 2015). C'est un événement qui a une double échelle : une échelle de quartier et une échelle parisienne. Le souhait de la mairie de Paris à travers cet événement est de pouvoir « *faire la fête au niveau municipal, tout en construisant du lien, de l'utile au niveau local* » (Romuald Guelh, directeur de cabinet de Jean Vuillermoz en 2014).

Toutefois, il reste difficile de faire redescendre le dispositif ambitieux de « Femmes en Sport » dans les associations et au niveau local tout le reste de l'année. En 2015, le nouveau dispositif souhaité par Jean-François Martins, adjoint à la maire de Paris en charge des Sports et du Tourisme depuis 2014, « décentralise » l'événement sur 9 emplacements parisiens (complexes sportifs ou espaces publics urbains). Cette initiative vise justement à mobiliser plus les acteurs de proximité de chaque lieu choisi par la DJS. En l'occurrence, nous avons pu observer des dispositifs vertueux comme sur la place des Fêtes dans le 19^e arrondissement.

« *Nous avons réussi à mobiliser 7 associations de proximité des clubs et des ligues sportives régionales qui proposent aujourd'hui des animations gratuites. L'événement, à notre échelle, est une réussite.* » Sergio Tinti, maire adjoint au sport du 19^e arrondissement.

L'annulation puis le report de l'édition 2015 de « Femmes en Sport » en raison de la canicule génèrent un manque de recul pour traiter précisément l'émulation générée par ce nouveau concept. Toutefois, cette volonté de s'implanter dans différents quartiers correspond au souhait de générer un ancrage territorial beaucoup plus local mobilisant les acteurs et les femmes du quartier. Suite à l'observation participante du 26 septembre 2015, nous avons constaté sur la place des Fêtes, un des sites qui a connu la plus grande fréquentation cette année-là, que ce sont surtout des enfants ou des adolescents qui participent aux activités. En

conséquence, cela nous amène à constater que si l'on s'éloigne du concept premier de l'événement (faire pratiquer le sport aux femmes non sportives en priorité), le dispositif actuel concourt indirectement à la réalisation d'un des objectifs afférents, à savoir le mélange de populations hétérogènes au niveau local. Ceci est rendu possible par la gratuité et la proximité de l'événement avec de nombreux points d'impact.

« Femmes en Sport » présente donc le cas d'une mixité sociale apparaissant à la faveur de son concept gratuit et incitatif. Toutefois, le rayonnement de l'événement qui mobilise moins de 5000 femmes par édition, nécessite de nuancer la portée de cet effet à l'échelle parisienne.

6.2.2.3 La dimension commerciale comme frein à la mixité

Au contraire, « La Parisienne » qui est considérée comme un événement à succès sur cette question de la pratique sportive féminine, au regard de sa fréquentation, comporte en corollaire un frein important dans la quête d'une mixité sociale. Pourtant, son rayonnement national et ses dizaines de milliers de participantes peuvent être un levier pour initier un mélange de populations, de PCS, et de quartiers différents si l'on se réfère à la définition première de la mixité sociale basée sur le lieu de résidence. Un événement de masse est-il nécessairement un événement pour tous ? La réponse est non selon Jean Vuillermoz qui identifie ci-dessous des barrières à l'entrée.

« Notre volonté c'est de faire faire du sport aux femmes dans les quartiers. Or le running, en général quelque course que ce soit à Paris ou ailleurs, cela n'a pas une grande relation avec les quartiers populaires. Le prix est un frein évident¹⁸⁷. L'emplacement aussi. » Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, extrait d'entretien du 3 avril 2015.

Pour intégrer certains publics, il faut faire venir le sport dans le quartier comme le nouveau dispositif « Femmes en Sport » tente de le faire. L'entreprise commerciale « La Parisienne » n'a pas d'impératifs de ce type. Le développement effectué depuis la création et le positionnement stratégique adopté du côté des entreprises illustrent bien cela. Cette distinction est d'ailleurs clairement assumée par le directeur.

« Notre événement est très commercial. Absolument. Vous avez vu tout ce marketing, tout ce qu'il y a derrière. Là-dessus il n'y a pas d'état d'âme. » Patrick Akin, directeur de « La Parisienne ». Extrait d'entretien du 1^{er} avril 2015.

Dès lors, mettre à disposition des leviers dans l'objectif de réduire les barrières à l'entrée ne constitue par une stratégie pour l'organisateur. Cependant, cela peut justement devenir un problème quand la ville de Paris soutient concrètement, matériellement ou financièrement le projet. Bien que l'on ait conféré à « La Parisienne » des intentions très louables dans le développement de la pratique sportive, la structure n'en reste pas moins à la recherche de bénéficiaires. Si le dispositif est bien supérieur aux moyens dont disposent les acteurs municipaux sur « Femmes en Sport », c'est essentiellement parce qu'il y a derrière une gestion commerciale rationnelle et surtout des investisseurs. Cette rationalité nécessite de

¹⁸⁷ Entre 50 € et 60 € selon les éditions.

se tourner vers les entreprises qui font aujourd'hui vivre la structure¹⁸⁸. Insérer l'événement dans les quartiers ne constitue donc pas une stratégie. Cela ne changera pas tant que rien ne les obligeant à le faire ne sera inséré dans une convention. C'est un parti pris qui n'est plus en lien avec la mission d'intérêt général suggérée par les élus au moment de la création, argument qui légitimait les subventions à la fin des années 1990. Les débats au conseil de Paris sont donc devenus de plus en plus houleux dans le milieu des années 2000 lorsque l'entreprise continuait son développement à des fins purement commerciales.

« Que fait La Parisienne pour se développer ? Ce qui est très bien je ne remets pas en cause, c'est le développement auprès des entreprises avec du coaching et des concours dans les entreprises. Voilà et puis il y a de plus en plus d'entreprises qui viennent, cela fait du bien à tout le monde : aux gens et à l'entreprise car cela crée de la convivialité. Mais pas de liens avec les quartiers qui ne pratiquent pas. » Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, extrait d'entretien du 3 avril 2015.

L'événement a donc contribué à la visibilité d'une pratique sportive féminine. En étant un élément de communication en soi, il contribue à l'image dynamique de la ville. Cet axe semble être le moteur du partenariat pour les années qui viennent. Par son rapprochement avec « Femmes en Sport », il devient un vivier important sur lequel la mairie peut s'appuyer pour ses dispositifs. Cependant, le développement vers les groupes d'entreprises reste l'émanation d'une gestion commerciale. L'emplacement et le prix sont des freins pour un grand nombre de femmes qui ne peuvent participer. Il ne faut donc pas surestimer son potentiel structurant dans la politique sportive dont l'objectif par essence est de s'adresser à l'ensemble du public, en l'occurrence toutes les femmes. Nous voyons donc comment deux projets événementiels, initialement similaires dans leur concept, par des montages organisationnels très distincts deviennent plus ou moins actifs sur la dimension de l'impact social que ce soit par l'intermédiaire d'une mixité sociale ou d'une célébration participative.

6.2.2.4 Un partage de référents culturels communs

Un dernier éclairage portant sur la question de la mixité est apporté par l'autre événement commercial étudié dans cette thèse : le « LNB All Star Game ». Cet événement ne s'appuie pas sur un dispositif quelconque visant à générer des externalités sociales. Toutefois, même dans ce cas, le concept reste un support à l'émergence de certains effets, aussi limités voire embryonnaires soient-ils.

Le jour de l'événement, les spectateurs se déplacent de province pour un tiers d'entre eux (un tiers d'Ile de France et un tiers de Paris¹⁸⁹) ce qui témoigne d'une certaine attractivité. On peut parler de mixité basée sur le critère de la provenance. En étant accessible, le prix ne doit pas être une barrière à l'entrée trop contraignante d'autant plus qu'il existe des tarifs de groupe pour les clubs fédéraux.

« Il y a une billetterie spéciale pour les clubs, un tarif groupe. Après, on a une grille tarifaire que l'on ne veut pas trop élitiste car notre objectif c'est d'être à guichets fermés. C'est cela le plus important pour nous et ce n'est jamais acquis. Donc avec des premiers prix à 30 €, on peut y arriver mais c'est plus dur. Donc là, on peut y assister pour 16 € ce qui est peu pour un

¹⁸⁸ Des partenaires forts ou le challenge entreprise qui représente la majorité des inscrites pour la course.

¹⁸⁹ Étude interne de Sport Plus Conseil dont nous avons pris connaissance dans les grandes lignes.

événement à Bercy. » Benjamin Garot, Sport Plus Conseil. Extrait d'entretien du 22 avril 2015.

Cependant, si la grille tarifaire relativement accessible pour les premiers prix permet une certaine mixité, ce n'est pas dans cette optique qu'elle s'est établie. La priorité absolue des organisateurs est de remplir la salle. L'objectif social est absent des considérations stratégiques. C'est bien de cette manière que la mairie de Paris l'entrevoit.

« Cela remplit le POPB donc c'est populaire...c'est bien. On observe cela de l'extérieur c'est toujours intéressant que ce genre d'événements existe. Mais il ne faut pas surestimer leurs potentiels. ». Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, extrait d'entretien du 3 avril 2015.

De ce *verbatim* transparaît une forme de retenue à l'égard de l'événement. Nous l'avons souligné dans la chapitre 4 en évoquant la position d'indifférence de la ville de Paris à l'égard du projet. Jean Vuillermoz ne remet pas en cause l'intérêt pour la discipline de se structurer et surtout de se dynamiser autour de ce type d'événement, mais en tempère l'intérêt d'un point de vue sociétal. Il est autonome sur tous les aspects (cf. chapitre 4) et ne met rien en place au-delà du spectacle valorisant la discipline et ses marques. C'est pourquoi le « LNB All Star Game » ne semble pas présenter de mécanismes générateurs d'impacts sociaux.

« Nous sommes vraiment focalisés sur la soirée et le show. Il y a la fédération qui a été proactive vers nous cette année. Mais c'était pour mettre en avant l'Euro Basket. C'est une année un peu particulière pour avoir de la visibilité. Nous on aide s'ils viennent nous voir, mais on n'est pas moteur là-dessus, il n'y a pas de travail. Après, on peut toujours mettre un stand dans le hall d'entrée, pourquoi pas ? Mais pendant le show, prévoir des prises de parole « prenez votre licence » ou « faites du basket-ball, sortez de votre quartier ! »... Non cela ne s'inscrit pas dans l'événement. On ne peut pas tout faire. » Benjamin Garot, Sport Plus Conseil. Extrait d'entretien du 22 avril 2015.

Ce *verbatim* expose bien le positionnement, mais laisse aussi entendre qu'il y aurait une forme d'incompatibilité entre la sphère événementielle privée commerciale et les considérations sociales. Est-il possible de rapprocher ces deux dimensions ? Du point de vue organisationnel, il est tout à fait logique que Sport Plus Conseil, en tant qu'agence événementielle, se focalise sur le côté opérationnel « brillant » pour lequel elle est missionnée. La fédération pourrait être motrice sur cette dimension. Ce fut le cas en 2014, à titre exceptionnel, en raison de la réception de l'Euro Basket. Mais rien ne se met en place sur le long terme, et ce, malgré la réussite de l'événement en termes d'affluence. On ne cherche pas à se servir du « LNB All Star Game » comme levier direct pour de l'adhésion ou toute autre externalité sociale.

« Le ASG est un pur produit LNB qui elle-même sous-traite à une agence. Nous n'y sommes pas associés. ». Nadine Paris, responsable des événements sportifs à la fédération française de basket-ball et directrice de l'Euro Basket 2015. Extrait d'entretien du 30 janvier 2015.

« Tout le monde veut exister. Donc entre le secteur associatif, la boîte privée, les fédérations qui veulent développer leurs licenciés... c'est compliqué. Puis en France, c'est à mon avis encore plus compliqué qu'ailleurs. Il y a encore plus de couches administratives. On ne peut

pas tout faire. ». Jean-Pierre Siutat, président de la fédération française de basket-ball, vice-président du CNSOF. Extrait d'entretien du 30 janvier 2015.

Enfin, Jean-Pierre Siutat évoque quand même les contours d'un impact social par la mise en relation de publics différents. D'un côté, les amateurs de basket-ball qui peuvent venir des banlieues, de l'autre, un public plus familial qui se déplace pour consommer un spectacle.

« Sur le plan de l'intérêt événementiel c'est le lien social que l'on crée autour de cela qui est intéressant. C'est lié au type de l'événement. Quand c'est l'équipe de France on est vraiment sur une forme de fierté des gens, d'être avec le maillot de l'équipe de France. C'est un produit différent avec, je dirais, une traduction de lien différent. Quand on est sur du All Star Game on est sur du clinquant, du brillant, du fun... c'est de l'entertainment. C'est un public différent. Soit un public qui a de l'argent et qui peut se faire plaisir, soit un public plus basket-ball qui sort des banlieues. » Jean-Pierre Siutat, président de la fédération française de basket-ball, vice-président du CNSOF. Extrait d'entretien du 30 janvier 2015.

Le président insiste sur la culture sportive différente de ces deux types de publics. Il explique que ceux venant des banlieues représentent un gros vivier de joueurs, ont généralement plus d'appétence pour la dimension spectaculaire du jeu (les dunks, la vitesse).

« Nous sur Paris on a deux types de public. L'Est est un énorme vivier de joueurs et de joueuses en France avec le 93, ce sont quand même des endroits où l'on trouve énormément de gens. Donc ils se reconnaissent dans l'esprit du All Star Game. On a des dunks, du jeu rapide, des belles choses. L'Ouest est... je dirais différent. Au niveau de l'approche socioprofessionnelle. Mais ces gens se retrouvent aussi car on est dans l'entertainment : on vient en famille, on amène les gosses, on achète le tee-shirt qui va bien, c'est le show. » Jean-Pierre Siutat, président de la fédération française de basket-ball, vice-président du CNSOF. Extrait d'entretien du 30 janvier 2015.

Il est important de rappeler que l'événement se déroule depuis une dizaine d'années à guichets fermés. Pourtant, les audiences de la PRO A¹⁹⁰ laissent à penser que les joueurs retenus pour le « LNB All Star Game » (les étoiles) ne sont pas connus du grand public. Toutefois le public est là. Il y a donc bien ici un positionnement vertueux qui permet d'attirer un public qui n'est pas du tout connaisseur. Lors de la conception de l'événement, il faut parvenir à proposer des concepts qui font référence aux différentes attentes des spectateurs. Au contraire de « La Parisienne », autre événement commercial étudié dans cette thèse, le prix est moins une barrière à l'entrée que le volontarisme stratégique.

Cependant nous nuancerons cet effet de mixité sociale en faisant remarquer que l'événement ne met pas en action les différentes populations. C'est un spectacle qui se traduit par une relation unilatérale : les joueurs font le show, le spectateur consomme en regardant, au mieux en supportant. Mais de cette interaction ne naissent pas de dialogues ni d'échanges. L'événement n'est pas une plateforme prévue à cet effet. Dès lors, il est certain que des publics différents viennent au « LNB All Star Game », mais rien n'indique qu'une interaction vertueuse entre ces publics ne génère le terreau nécessaire à la création d'impact social. En revanche, nous observons tout de même un partage de référents culturels communs. Des publics différents, ne partageant que la passion et les codes de la

¹⁹⁰ <http://www.bebasket.fr/a/23181-pro-a-audiences-tv-en-hausse> (consulté le 8 mars 2015).

discipline sportive, se retrouvent chaque année dans la même enceinte. Sur cette dimension comme pour le reste, il est nécessaire de développer un programme d'accompagnement comportant des objectifs en termes de cohésion ou de mixité (Weed et al., 2012). Si l'on veut voir émerger des externalités de ce type au-delà de la temporalité de l'événement, il faut développer les moyens en amont (Taks et al., 2015). Dans le cas contraire il s'avère que ces effets resteront au stade embryonnaire, limités à la temporalité ou à la fréquence de la récurrence du projet.

6.2.3 Le « mythe » de la mixité

Comme son inverse, la « ségrégation » (Gaudin, 1995), la mixité sert à caractériser les inégalités. Elle est idéologiquement « chargée », sans toutefois être politiquement clivante. Pour Genestier (2010), la notion de mixité est paradoxale et, malgré ou à cause de cela, l'usage du vocable « mixité » est massif aujourd'hui en France, au point de désigner une thématique importante du discours politique et sociologique. Mais il est par essence polysémique et comporte à la fois une dimension normative (il a une capacité performative, c'est un mot d'ordre) et utopique (elle reste hors d'atteinte tant les obstacles sont importants). Les utilisateurs conscients de ces obstacles savent qu'ils sont dans la fiction (Genestier, 2010), en utilisant malgré tout le terme (Baudin, 2001) ils énoncent un vœu pieux.

Ayant cette réflexion critique du terme à l'esprit, nous questionnerons dans la sous-partie 6.2.3, la manière dont certains événements s'approprient systématiquement ce vocable de manière presque rhétorique.

6.2.3.1 La fonction « légitimatrice » de la mixité sociale

Sur le « Famillathlon », certaines activités sportives ou culturelles ont l'objectif affiché de créer de la mixité sociale et de l'intégration pendant l'événement. Nous pouvons prendre pour preuve le football organisé par le comité régional olympique d'Ile-de-France sur la pelouse centrale. Les enfants pratiquants sur cet espace ont un profil différent de ceux qui viennent en famille des arrondissements voisins. Il y a d'ailleurs bien une volonté affichée de mettre ces jeunes en avant, nous l'avons perçue et retranscrite dans la note d'observation (cf. chapitre 2). La mixité sociale, à cet égard, semble être en premier lieu un outil de promotion et d'image de l'événement. Le vocable est engagé dans un discours d'apparence vertueuse, en l'occurrence ici, il s'agit d'un bénéfice en termes d'image. La vertu de la présence en un même lieu et dans des proportions équivalentes des différents groupes sociaux reste postulée et les bienfaits individuels et collectifs de l'équilibre socio-spatial proclamés. Ces bienfaits font l'objet d'un consensus car ils font partie du conformisme moral en vigueur, avec tous les effets organisationnels qui en procèdent (Genestier, 2010).

« Evelyne (Ciriegi ndlr) nous avait dit que c'était des filles de banlieue, donc je me suis dit, qu'il faut les voir un maximum. Concernant la pelouse on a le droit de l'utiliser que si l'on ne prépare rien à l'avance, sinon on a le touriste du Champ de Mars qui vient râler ... (Rires). Et cela a marché mais on ne sait jamais si cela va marcher ou pas. » Valérie Allard, responsable des partenariats sportifs au Famillathlon. Extrait d'entretien du 31 octobre 2014.

Il en est de même avec les animations hip-hop et autres démonstrations de « break dance » qui apportent de la profondeur à l'événement. Seulement, la mixité sociale n'est permise ici que par les acteurs qui ont été démarchés par les organisatrices. Il y a donc bien cette volonté de coller au plus près de la culture de tous les jeunes et pas seulement d'une partie d'entre eux. Cependant, cela ne se traduit pas dans le public. Les spectateurs présentent une certaine homogénéité confirmée par une étude interne de l'association : résidents des 7^e, du 15^e et 8^e arrondissements ou touristes étrangers essentiellement. Nous pensons à propos de ces derniers à ce couple anglais rencontré lors de l'observation participante du 14 septembre 2014 qui, interpellé par la musique et les animations, se déplace de stands en stands par simple curiosité. L'objectif de l'événement qui est de faire pratiquer le sport ou une activité culturelle en famille est donc relégué au second plan... tandis que les deux personnes sont comptées dans l'estimation quantitative.

Le mélange des populations, s'il est souhaité en amont dans la partie conception de l'événement, ne se traduit donc pas sur site au-delà des associations invitées. Les thèmes abordés gagnent à être traités dans une certaine forme de diversité. L'emplacement, comme pour « La Parisienne », bien que déterminant pour l'image et le concept de l'événement, reste un frein à cette mixité. Un élu du mouvement sportif nous a fait part d'une anecdote intéressante à ce sujet.

En septembre 2007 se déroulait la coupe du monde de rugby en France. Un écran géant était placé sur le Champ de Mars rendant difficile la tenue de la troisième édition du « Famillathlon ». L'élu en question avait alors proposé aux organisatrices un nouvel emplacement sur Paris (pelouse de Reuilly dans le 12^e arrondissement). Les organisatrices ont, selon lui, refusé au motif de ne pas vouloir se déplacer dans un « quartier populaire ».

« C'est clair, il ne faut pas se voiler la face et quand ils ont fait sentir qu'ils ne voulaient pas venir à l'Est de Paris, c'était clair. C'est qu'ils voulaient rester de leur côté. » Acteur du mouvement sportif souhaitant rester anonyme.

Cette remarque confirmée par plusieurs interlocuteurs (élus sportifs et technicien mairie de Paris) lors d'entretiens, indique une volonté de cloisonnement. Ce constat s'établit en totale contradiction avec la volonté première externe qui est de rapprocher acteurs sociaux et acteurs sportifs par l'intermédiaire de la famille. Deux explications apparaissent donc ici. Soit les organisatrices ne veulent pas perdre le bénéfice de l'emplacement du Champ de Mars. Soit la dimension politique resurgit confirmant une volonté première interne à dessein idéologique qui a tout intérêt à s'exprimer au pied de la tour Eiffel au sein d'un arrondissement qui dispose d'un ancrage politique historique de « droite ». En 2007, l'association a quand même obtenu le Champ de Mars. Les années suivantes, la mairie a bien essayé de déplacer l'événement au motif qu'il attirait trop de personnes de l'Ouest parisien. Il générerait une certaine forme d'entre soi qui dérangeait les élus.

« Alors la mairie nous a proposés il y a quelques années. Ils nous ont dits ' on a un truc génial : c'est Charléty ! '. On est allé voir le stade on s'est dit ' Aïe aïe, aïe, il y a beaucoup de béton et c'est fermé '. La définition de notre événement, car on a fait un cahier des charges pour les autres villes qui veulent l'organiser, c'est : lieu ouvert. Là, l'ouverture n'est pas évidente. Il faut rentrer par des portes, des allées, beaucoup d'animations seraient sous un toit. Il n'y a pas beaucoup de verdure...euh... et puis cela nous a paru... pour l'accès (hésitante) pour y

arriver pas facile. Assez excentré et pas si bien desservi que cela. On s'est dit que l'on va perdre toute une partie de la population et que l'on aura un événement pas aussi festif. On a décliné. (Rires). Mais on a essayé. Pour vous dire, on n'est pas fermées. ». Edmée de Catuelan, présidente de Famillathlon. Extrait d'entretien du 7 octobre 2014.

« Je ne sais pas si on pourrait le déplacer... Il faut une grande surface, un terrain plat. On avait pensé aux Buttes Chaumont mais c'est trop vallonné donc je pense que les stands on va les perdre partout. Là, c'est serré, c'est cloisonné donc c'est plus facile à gérer. À Bercy, je ne suis pas trop pour, c'est loin, les transports en commun ce n'est pas évident, je ne sais pas... ». Valérie Allard, responsable des partenariats sportifs au Famillathlon. Extrait d'entretien du 31 octobre 2014.

« Charléty » écarté, les « Buttes Chaumont » trop vallonnées, « Bercy » mal desservi, aucun autre emplacement ne trouve grâce aux yeux des organisatrices. Pourtant la localisation semble être l'élément principal visant à remédier à ce manque de mixité sociale.

« On s'est dit le Champ de Mars c'est vrai que c'est à l'Ouest de Paris, on nous le reprochait à un moment donné... on a réfléchi, mais bon. ». Edmée de Catuelan, présidente de Famillathlon. Extrait d'entretien du 7 octobre 2014.

Dans le cas d'un événement tel que « La Parisienne », l'utilisation du Champ de Mars a du sens car elle concourt à l'identité de la course et au renforcement de l'image de la ville hôte. Mais pour le « Famillathlon », il semble que l'utilisation du site ne se fasse qu'à la faveur de soutiens politiques au milieu des années 2000. En se recentrant progressivement sur la dimension sportive depuis la labellisation « Sentez-vous Sport » en 2011, il obtient une légitimité et est actuellement moins visé par ce genre de critiques. Cependant, confrontées à cette problématique, les organisatrices avancent tour à tour des arguments qui témoignent de la réflexion qui fut la leur, ou que la mairie leur a imposé. Tout conduit selon elles, à ne surtout pas se déplacer. Elles confirment indirectement que la volonté de mixité inter-générationnelle prend le pas sur la mixité sociale qui n'est en réalité pas un objectif. Enfin, inviter des « jeunes de banlieue » pour les mettre en avant semble indiquer qu'il s'agit au passage d'un bel élément de communication visant à légitimer l'événement auprès des élus. Le « Famillathlon » est un moyen de regrouper les acteurs des 16^e et 8^e arrondissements. Il véhicule un léger impact social en créant du réseau et surtout du dynamisme parmi les acteurs associatifs de ces arrondissements. À cet égard, il est localement ancré, mais ne s'appuie pas sur la création d'une expérience vécue comme le permet « La Parisienne » par le développement d'une célébration participative.

Cette question de la mixité comme support de légitimation d'un projet est observée dans d'autres cas. En effet, nous avons abordé dans la partie 2 relative aux jeux d'acteurs la philosophie sportive du site des berges de Seine. Nous y avons vu que les événements sportifs servent de support au développement et à la communication du dispositif. Le faible coût de leur mise en place et le public qu'ils attirent sont un atout en vue de redéfinir les usages du site. Toutefois ces événements subissant les contraintes matérielles du site (étroitesse de la rive, nuisances sonores pour les riverains) pâtissent d'un manque de volontarisme stratégique. À cet égard, ils revêtent une forme d'anonymat les rapprochant d'une simple « animation » de quartier sur laquelle on va tomber, par hasard. C'est la raison pour laquelle la mixité sociale générée reste tout à fait embryonnaire compte tenu de la

modestie de la plupart des projets. Nous pensons par exemple à l'événement de double dutch pendant lequel nous avons fait une séquence d'observation. L'analyse par le marquage urbain que nous ferons dans le chapitre 8, relatif à l'espace, corroborera d'ailleurs le caractère mineur de ces projets.

Ainsi, nous constatons au sujet du « Famillathlon » une réelle mixité inter-générationnelle par le concept familial fondateur du projet. La mixité sociale quant à elle est soutenue par l'invitation d'associations de tous les quartiers parisiens, voire de la « petite couronne », mais semble représenter avant tout un objectif de communication et de légitimation du projet. De l'aveu même des organisatrices, une étude interne indique la prégnance, dans le public de l'événement, des habitants des arrondissements voisins et des touristes ce qui est confirmé par nos observations *in situ*.

6.2.3.2 La discrimination positive : un mauvais calcul pour la cohésion sociale ?

Si nous continuons à questionner la mixité, la discrimination positive doit être discutée. Car voici une critique parfois émise à l'encontre de « La Parisienne » ou de « Femmes en Sport » : la discrimination positive serait contre-productive. On peut mentionner à ce titre la feuille de route pour l'égalité homme-femme rédigée par Vincent Peillon en 2012¹⁹¹ et qui vise à promouvoir cette mixité. Najat Valaud-Belkacem¹⁹² en 2014 rappelle que cette question est également primordiale dans les milieux populaires. Les enjeux entourant les outils d'insertion comme le sport doivent donc prendre en compte cette mixité dans leur réflexion. Il s'agit de ne plus mettre en lumière qu'une partie de la population, au profit d'événements mixtes.

« C'est bien de décroïsonner. C'est quelque chose vers lequel les élus veulent aller. On a des événements types comme 'La Parisienne' qui sont vraiment des événements de masse, où l'on retrouve effectivement de la convivialité et une sorte de communauté sportive féminine. Je pense que l'on peut aussi s'enrichir et se nourrir de la complémentarité et aller vers une parité et une égalité de l'accès à la fois aux pratiques mais aussi aux équipements. » Odile Marcet, cheffe du bureau des animations, direction Jeunesse et Sport, extrait d'entretien du 30 octobre 2014.

Comme l'indique ce *verbatim*, l'emploi de la discrimination positive par « La Parisienne » n'est pas à mettre en débat. C'est le développement de dispositifs d'accès à la pratique et autres initiatives municipales gratuites qui doivent progressivement comporter plus de mixité. Pour Evelyne Ciriégi, cette question est intéressante mais elle suppose deux approches différentes : l'une sur les enfants, l'autre sur les adultes.

« Pour moi les deux sont nécessaires, je pense qu'il y a un premier temps de femmes et un second temps de mixité. Moi j'avais questionné dans des réunions de femmes. Est-ce que vous préférez les opérations pour les femmes ou les opérations mixtes ? Et bien il y a les deux. Des filles qui disent 'on préfère être qu'avec des filles car au moins on a le ballon, si on tombe, personne ne va se fiche de nous...'. Par contre d'autres 'si je suis avec des hommes

¹⁹¹ <http://www.education.gouv.fr/cid66455/egalite-professionnelle-entre-les-femmes-et-les-hommes-feuille-de-route-du-ministere.html&xtmc=mixite&xtnp=1&xtr=10> (consulté le 28 mars 2014).

¹⁹² http://www.liberation.fr/societe/2014/01/28/la-mixite-femmes-hommes-un-enjeu-oublie-pour-les-classes-populaires_976121 (consulté le 28 mars 2014).

cela me motive car je veux être à l'égal d'un homme, je veux me mesurer ' . Donc il y a deux genres de femmes mais je crois que les deux sont nécessaires. » Evelyne Ciriegi, présidente du comité régional olympique et sportif d'Ile-de-France (CROSIF), présidente de l'association « Sport 7 ». Extrait d'entretien du 27 mars 2015.

Si elles donnent aux enfants et aux adolescents la possibilité de se divertir, de se développer, de se détendre (Dumazedier, 1988), les pratiques culturelles et sportives restent, malgré les processus de démocratisation, des activités socialement stratifiées. Les différences et les discriminations de genre croisent alors la problématique des inégalités socioéconomiques et culturelles (Naves, 2014). C'est pourquoi il s'agit avant tout d'un sujet politique qui traverse la sphère sportive pour occuper une dimension sociétale. Le sport en est, comme pour le reste, le reflet. En effet, la « sexualisation » des pratiques sportives est souvent sous-évaluée, alors qu'elle anticipe et contribue en partie à la segmentation sexuée des rôles sociaux (Louveau, 2004). Le sport, comme l'art, sont des lieux d'apprentissage des normes, notamment corporelles, de la masculinité et de la féminité. Cet apprentissage diffère fortement selon le milieu social : les stéréotypes de genre, et les inégalités qui peuvent en découler, pèsent nettement plus dans les milieux populaires que dans les milieux favorisés (Naves, 2014).

Sans entrer plus en détail dans une revue de littérature liée à l'analyse des genres, nous pouvons constater que le mouvement sportif, ici représenté par la présidente du comité régional olympique, se questionne régulièrement sur la manière de proposer du sport aux femmes. La mixité, qui est principalement abordée par le prisme social et genré par l'intermédiaire de cet événement, se questionne aussi sur l'approche qui peut être réservée aux seniors ou aux personnes en situation de handicap.

Les événements mixtes et ceux reposant sur la discrimination positive n'auraient du sens que dans la mesure où justement, ils coexistent. C'est cette interaction entre les deux types d'offre sportive qui permet de favoriser l'accès à la pratique, et dans un second temps l'épanouissement. Il est évident que des événements comme « La Parisienne » ou « Femmes en Sport » favorisent la première ; probablement moins la seconde, compte tenu du positionnement festif, du peu de fréquentation des coachings et de la non-implication du mouvement sportif.

Un autre enjeu sous-jacent apparaît à l'étude de ces discours et de la littérature : la différence d'approche dans la recherche de la mixité en fonction des publics adultes ou enfants. D'après le rapport du ministère de la Culture sur les « stéréotypes Filles-Garçons » rendus au Premier Ministre en janvier 2014¹⁹³, les activités sportives et de loisirs des enfants et des adolescents sont pour une grande part, non mixte. Par ailleurs, les modalités de pratiques varient beaucoup selon que l'on soit une fille ou un garçon. Par exemple, la compétition sportive est plutôt investie par les garçons. L'adolescence en revanche apparaît comme une période charnière, en termes de structuration des goûts et des dégoûts dans les pratiques de loisirs¹⁹⁴. « La Parisienne » dont le cœur de cible est une femme active ou une

¹⁹³ Marie-Cécile Naves et Sylvie (octobre du département des Etudes de la Prospective et des statistiques) au ministère de la Culture dans un rapport 2014 sur les « Stéréotypes Filles-Garçons » rendus au Premier Ministre en janvier 2014.

¹⁹⁴ op.cité.

mère de famille se place donc dans une démarche tout à fait différente liée à la fête, la santé et le bien-être.

D'ailleurs pour Patrick Aknin, la question de la mixité ne se pose pas vraiment puisque c'est justement le concept de base qui s'est construit sur une discrimination positive. Cependant, cette dernière comporte par essence une forme de différenciation qui peut aller à l'encontre de l'objectif final. Cette différenciation peut même être à terme un danger pour la mixité (Héas, Robene, Bodin, 2008).

« Je pense qu'il y a encore du chemin avant qu'il y ait de la véritable discrimination, la parité est loin d'être là. D'un point de vue politique elle n'y est pas. Moi je vois toutes les provinciales qui viennent courir, c'est une fois tous les 3 ans à peu près la rotation. Les mecs quand ils viennent courir le marathon de Paris et qu'ils viennent de province, s'ils veulent courir l'année d'après ils sont bien là. Non on est encore dans une société bien macho. C'est quand même un mec qui le dit, et cela gêne un peu. J'ai entendu : 'oh c'est un mec qui a créé la Parisienne'. Parler de mixité... ok. On fait notre épreuve. Mais d'autres épreuves, il y en a tellement... alors oui on pourrait refaire exactement le même modèle de La Parisienne on l'appellera : Le Parisien et La Parisienne. Je vais peut-être proposer cela à mesdames Hidalgo et Vallaud-Belkacem. Non ce n'est pas sérieux. » Patrick Aknin, directeur de « La Parisienne ». Extrait d'entretien du 1^{er} avril 2015.

Nous comprenons ici que le positionnement s'établit en réaction à un contexte général. La question de la discrimination ne se pose pas selon le créateur de la course puisque l'égalité n'est pas là. Dès lors, organiser une course féminine n'est en réalité qu'une humble tentative pour compenser un déséquilibre lié à une inégalité sociétale structurelle. L'organisateur reste une entreprise privée commerciale, répondant à une demande non satisfaite et solvable. La question de la mixité s'inscrit en filigrane. Compte tenu du soutien effectif de la ville de Paris et de la fréquentation de l'événement chaque année, il semble que la discrimination positive reste pour quelques éditions encore le concept efficace de « La Parisienne ». C'est un parti pris contestable politiquement et philosophiquement (Héas, Robene, Bodin, 2008), que d'autres événements de notre échantillon théorique ont voulu éviter en incluant le plus possible (« Courir Ensemble » ; « Charléty sur Neige »).

6.2.4 La « mixité sportive »

Le relais bénévole parisien d'Handicap International n'a pas fait le choix de la discrimination positive. C'est le concept contraire que l'association promeut, un temps partagé entre valides et handicapés, hommes et femmes, adultes et enfants. À cet égard, la cohésion sociale, le rassemblement et implicitement la mixité, structurent jusque dans son nom la course « Courir Ensemble ». L'événement vise à mélanger les publics en s'adonnant à une activité de course à pied. Compte tenu de l'omniprésence des organismes de bienfaisance et des événements utilisés pour solliciter des dons pour une cause, de nombreuses organisations à but lucratif recherchent continuellement des moyens d'accroître leurs efforts de collecte de fonds (Woolfe et al., 2013). Dans cette quête, beaucoup ont ajouté des événements sportifs d'endurance à leurs portefeuilles de collecte de fonds (Peloza, Hassay, 2007).

Nous constatons bien une forme d'impact social qui se crée grâce à la course en cherchant à véhiculer cette fois-ci une « mixité sportive » (Marcellini, 2007). La dimension compétitive de l'événement et son inscription dans le Paris Running Tour permettent d'attirer un public sportif valide. La course bénéficie d'un caractère officiel dont le comité régional olympique et sportif d'Ile-de-France et la fédération française d'athlétisme, en étant partenaires, renforcent la portée et la légitimité. En 2015, seuls 7% des inscrits sont des personnes en situation de handicap. Ces derniers sont plongés au sein d'un environnement qui les intègre sans discrimination. Il structure un « temps commun » qui, selon les organisateurs, fait parfois défaut dans la société. En outre, la discrimination positive est bannie de l'événement dans la mesure où ce dernier est organisé pour tout le monde, et pas seulement pour les personnes en situation de handicap. Cette nuance est fondamentale puisque l'événement n'est plus seulement un événement caritatif mais aussi un rendez-vous sportif compétitif important de la saison de « running ».

Parmi les parcours possibles on trouve une « marche solidaire » qui permet la participation des moins sportifs. Dès lors, l'événement peut avoir pour objectif de sensibiliser ces populations aux bienfaits de l'effort physique, que ce soit aux niveaux physiologiques en termes de rééducation ou psychologiques en termes de réinsertion. Les organisateurs insistent d'ailleurs sur les personnes en situation de handicap qui ne pratiquent que peu d'activités physiques.

« La fédération handisport nous aide... on va dire que c'est encore plus une caution que pour l'athlétisme. On essaie d'avoir des parrains. En termes de communication aussi, mais c'est modeste. À la fédération on s'adresse à de vrais sportifs. Donc, ils ne sont pas vraiment intéressés par ce que l'on fait. Ils participent à leurs épreuves, ils ont tout ce qu'il faut. Ils ne s'adressent pas à des personnes non sportives dans les ateliers par exemple. » Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

Dans ce *verbatim*, Alain Tellier souligne même le fait que de manière générale, la fédération française handisport s'adresse peu aux personnes qui ne font pas la démarche d'aller vers de l'activité physique et sportive. Son événement s'inscrit en réponse à ce constat. De manière générale, Higgins et Lauzon (2003) indique que l'utilisation du sport pour recueillir des fonds est considérée comme une stratégie souhaitable du point de vue de l'organisme de bienfaisance car elle permet un échange mutuel de bénéfices valorisés entre l'individu et la cause.

« Dans l'handisport c'est beaucoup de haut niveau... donc nous n'y allons pas vraiment. Eux, ils ont des sportifs, même pas forcément 'haut niveau', mais ils sont dans leurs compétitions officielles. On a de la concurrence indirecte là aussi. » Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

Pour mettre en place un volet compétitif adapté à ces sportifs de haut niveau, le relais parisien d'Handicap International devrait changer tout le concept de l'événement. En effet, pour organiser une compétition sportive pour les personnes en situation de handicap, il faudrait évincer les sportifs valides. Toutefois, cela irait à l'encontre du concept de « Courir Ensemble » puisqu'il cherche à mélanger et non à discriminer positivement. Ce choix d'être ouvert à tous qui était fait en premier lieu pour augmenter la fréquentation (cf. chapitre 3),

est donc payant du point de vue de la mixité. Nous observons également une mixité inter-générationnelle qui débouche sur une atmosphère conviviale et très « bon enfant » sur site (cf. note d'observation). Les goélettes pour handicapés transportées par les amis ou la famille contribuent à la formalisation d'un sentiment d'entraide, de solidarité, de combat et de lien social.

« On a fait en sorte que tout le monde puisse trouver dans cette course ce qu'il est venu chercher. Je trouve que c'est un mélange très intéressant. Cela veut dire que l'on attire un public qui ne se serait pas forcément sensibilisé au monde du handicap, plus focalisé sur la performance. C'est le sens de Courir Ensemble. » Anne Héry, directrice du Plaidoyer et des Relations Institutionnelles, Handicap International, extrait d'entretien du 21 avril 2015.

« Il y a plusieurs façons de vivre la course. Et vraiment... c'est avant tout un événement de solidarité, familial en vue d'être plus ou moins sur un pied d'égalité. C'est vrai qu'il y a la course des 10 km qui est inscrite au Paris Running Tour qui permet d'homologuer les temps. Puis c'est un moment, un dimanche si vous voulez venir vous balader en famille, vous pouvez participer... et vous faites un geste solidaire car vous reversez intégralement votre cotisation aux actions d'Handicap International. » Elodie Billard, directrice de la communication, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

C'est bien le concept de l'événement qui permet de vivre la course de manières très différentes selon les profils et les aspirations. Cette liberté génère une forme d'hétérogénéité parmi les participants. Néanmoins, pour nuancer cet effet de « mixité sportive », il faut rappeler la prégnance croissante de la dimension compétitive, édition après édition. Notons par exemple que sur les 2034 coureurs/marcheurs enregistrés en 2015, 1376 ont couru l'épreuve des 10 kilomètres comptant pour le « Paris Running Tour ». À cet égard, la course est territorialement ancrée dans le calendrier parisien. La dimension compétitive tend à prendre le pas sur le reste de l'événement en termes d'inscriptions. Si l'on décompte la centaine de personnes en situation de handicap, il ne reste environ que 500 marcheurs/coureurs réellement hétérogènes.

Surtout, il ressort de ce constat une impression mitigée sur site puisque, dès la fin de la course, la très grande majorité des participants (l'essentiel des coureurs compétiteurs valides) quitte le site. Pourtant, une cérémonie de remise des prix se tient à proximité de l'arrivée. Bien sûr, les podiums n'attirent pas beaucoup en général, mais sur cet événement, la désertion est frappante. De fait, la plupart des lots ne trouvent pas preneurs puisqu'il n'y a plus qu'une cinquantaine de personnes autour de l'estrade, vingt minutes après l'arrivée des derniers participants. Ce constat très factuel vient questionner la portée sociale de « Courir Ensemble », puisque la course attire du monde grâce à sa compétition, mais ne crée finalement qu'une mixité très éphémère qui ne dure même pas tout le long du dispositif événementiel¹⁹⁵ tant les participants viennent chercher à travers ce projet des choses différentes. Ce constat rejoint l'étude de Woolfe et collaborateurs en 2013, qui cherchent à explorer dans quelle mesure un événement sportif de charité favorise l'attachement à l'organisme de bienfaisance : dans ce cas particulier, l'événement de charité avait eu peu d'effet sur la relation des participants avec l'organisme.

¹⁹⁵ Cette observation est référencée dans la note d'observation de « Courir Ensemble ».

Dernière forme d'impact social induit par l'événementiel sportif en termes de cohésion : la participation dans le cadre d'un « challenge entreprise ». Par exemple, sur « La Parisienne » plus de la moitié des joggeuses sont en groupe d'entreprise et partagent un moment voué à la cohésion interne. Pour ces entreprises aussi diverses que nombreuses (Coallia, Société Générale, Bnp, etc.), le sport représente un réservoir de symboles et de métaphores que les dirigeants aiment à convoquer (Pierre, Tribou, 2013). À cet égard, il constitue « *un potentiel pédagogique dans lequel la firme puise son vocabulaire, ses croyances, ses techniques de formation et de développement* » (Piquet, 1998). D'autres mettent en évidence le rôle de la communication événementielle (Gregory, 1984) en matière de motivation interne et de cohésion sociale (Jallat, Mestressat, 1995 ; Burlot, Pichot, 2004). C'est aussi en insistant sur le sentiment de fierté ressenti par le personnel à la suite d'un événement parrainé par leur entreprise (Botton, Cegarra, 1990) ou par l'attrait exercé sur les jeunes diplômés (Collins, 1991) que l'intérêt pour le sport se formalise.

« Si c'est quelque chose qui est bien monté, médiatisé... cela permet de donner de la visibilité aux entreprises qui sont aussi sensibles aux questions de RSE et du handicap. Que ce soit parce qu'ils ont des règles, ou par simple sensibilité. Oui cela peut être intéressant d'exister sur un événement comme cela. C'est ce que recherchent les entreprises qui viennent nous le savons. » Elodie Billard, directrice de la communication, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

Enfin, beaucoup d'entreprises participent à « Courir Ensemble » pour accompagner un collègue en situation de handicap. Nous pouvons mentionner à cet égard une goélette de France Télévision qui avait suscité des applaudissements nourris¹⁹⁶ en 2015. L'entreprise Bosch était la plus représentée avec à elle seule 111 inscrits. L'événement, en étant adapté à ce type de participation ouvre tout un pan de partenaires potentiels.

En outre, c'est aussi un moyen de récolter des fonds, dans la mesure où ces entreprises versent généralement une somme en aval à Handicap International¹⁹⁷. Pour les entreprises, prendre part à un dispositif de ce type peut nourrir une stratégie de RSE et contribuer à dessiner l'image de l'entreprise. Enfin, « Courir Ensemble » peut aussi revêtir une dimension vectrice de cohésion entre les équipes. On identifie à cet endroit toutes les conditions nécessaires à l'éclosion d'un impact social interne cohésif (Burlot, Pichot, 2004) : un temps déterminé dans l'année et récurrent, un moment convivial en dehors du cadre de l'entreprise. Ce processus identifié sur « Courir Ensemble » permet de faire la transition avec la prochaine dimension relative à la formation de capital humain.

¹⁹⁶ Note d'observation du 10 mai 2015.

¹⁹⁷ Nous reviendrons plus en détail sur ce processus dans le chapitre 7.

6.3 La formation de capital humain

Nous avons vu que l'événementiel sportif permet parfois de rapprocher des catégories sociales, des générations ou des genres différents. Ce qui est observable du côté de la demande l'est aussi du côté de l'offre. Au-delà de la création effective d'emplois qui est mesurée dans certaines études d'impacts économiques, les événements sportifs peuvent également constituer une source de « capital humain » (Taks, 2013). Ce concept se définit comme « *un ensemble d'attributs en termes de connaissances, compétences et attitudes favorisant le développement personnel* » (Lee, Cornwell, Babiak, 2013). En effet, ils offrent la possibilité de renforcer des compétences individuelles et collectives (Nicholson, Hoyer, 2008). Par la même occasion, la communauté locale améliore et démontre le savoir-faire, la capacité de coopération ainsi que l'efficacité d'un territoire (Barget, Gougnet, 2010). Au sein des zones défavorisées, ces mêmes logiques peuvent promouvoir une forme de justice sociale, les compétences acquises par les personnes désavantagées favorisant notamment leur employabilité (Skinner, Zakus, Edwards, 2008). L'événementiel sportif a cet intérêt qu'il mobilise un certain nombre d'acteurs autour d'un projet commun qui est temporellement et spatialement situé. Cette synergie des efforts et des attentions, nécessaires à sa mise en œuvre, peut créer une émulation favorable dans la cohésion des équipes au-delà du projet événementiel. On peut également le voir comme une opportunité de développement personnel et d'épanouissement. Le caractère éphémère de l'événement permet de rompre avec la monotonie du quotidien. Dès lors, participer à un projet de ce type peut être vécu comme une opportunité, voire même une forme de gratification, particulièrement lorsque le quotidien est un travail de l'ombre. Le tableau comparatif ci-dessous présente succinctement les effets identifiés sur chaque cas par le prisme de cette dimension.

Volonté Première	Événement	Capital Humain
Spectacle Compétitif	Roland Garros	<ul style="list-style-type: none"> • Environ 4700 emplois courts proposés chaque année et 200 métiers différents. • Formation, expérience professionnelle au sein d'un événement sportif international qui attirent beaucoup d'étudiants.
Organisation de la pratique	Femmes en Sport	<ul style="list-style-type: none"> • Impliquer les agents dans l'événementiel peut être vu comme une forme de reconnaissance, de mise en lumière. • Diversification du travail quotidien de terrain.
Animation de l'équipement	Charléty sur Neige	<ul style="list-style-type: none"> • Délégation de l'organisation/animation à l'UCPA qui propose des emplois en intérim.
Organisation de la pratique	Course cycliste 14 ^e	<ul style="list-style-type: none"> • Collectif de bénévoles du 14^e arrondissement mobilisé • OFRASS, entreprise de sécurité privée qui vient renforcer le dispositif.
Animation de la vie locale	Berges de Seine	<ul style="list-style-type: none"> • L'équipe de médiateurs est composée de personnes en réinsertion (organisme La Villette) et coordonnée par Artevia contribue au bon fonctionnement du dispositif. • Fédérations par l'intermédiaire d'encadrants licenciés organisent bénévolement des événements sportifs sur de courtes périodes.
Animation de la vie locale	Famillathlon	<ul style="list-style-type: none"> • Bénévoles de l'association Famillathlon à pied d'œuvre pour mobiliser associations sportives, culturelles et centres sociaux.
Caritatif et social	Courir Ensemble	<ul style="list-style-type: none"> • Temps de reconnaissance du travail quotidien pour les bénévoles du relais parisien d'Handicap International
Commercial	LNB All Star Game	<ul style="list-style-type: none"> • Prestataires de Sport Plus Conseil (agence événementielle) qui recrute et prend des stagiaires chaque année pour contribuer à l'organisation du « LNB All Star Game »
Commercial	La Parisienne	<ul style="list-style-type: none"> • 1500 emplois proposés chaque année, avec un comité de pilotage organisationnel de 25 personnes (dont 15 CDI).

Tableau 41 : analyse des événements sportifs par le prisme de la formation de capital humain

6.3.1 L'événementiel sportif comme support de cohésion interne et d'apprentissage

En rencontrant de nombreux acteurs de la direction Jeunesse et Sport de la ville de Paris et plus généralement du sport parisien, nous avons constaté parfois un certain cloisonnement entre les différentes composantes (cf. chapitres 4 et 5). Un projet événementiel porté conjointement comme « Femmes en Sport » est un moyen de créer du dialogue entre la Jeunesse et les Sports, entre la mission de Développement des Pratiques Sportives et la circonscription Ouest. En temps normal, ces composantes suivent leurs propres chemins. C'est donc dans la conduite de ces projets que peuvent se créer des dynamiques internes aux équipes et une synergie pouvant nourrir une réflexion plus riche, des résultats insoupçonnés. Enfin, c'est un moyen de mettre en lumière les équipes qui font un travail de médiation, dans l'ombre, au quotidien.

« L'événement est une vitrine qui met en avant la filière sportive. Chacun travaille sur son territoire, ils ne se voient jamais. Il y a toujours la nécessité de faire connaître la filière, d'aller au contact du public, de valoriser des agents et de créer une dynamique de groupe. Les gens étaient ravis de le faire. Se voir dans la gazette, c'est important pour les agents. » Philippe Saada, Responsable circonscription EST de la Jeunesse, ancien membre de la mission de Développement des Pratiques Sportives à la DJS et à l'initiative des premiers événements sportifs féminins dans le 18^e arrondissement, extrait d'entretien du 19 septembre 2014.

À ces égards, l'événementiel est primordial et « Femmes en Sport » en est un bel exemple. De plus, dans la première partie de l'existence de l'événement, les animations et activités étaient presque exclusivement déléguées. Mais en 2011, la mission de Développement des Pratiques Sportives a mobilisé les opérateurs et éducateurs des activités physiques et sportives pour assurer le fonctionnement et la pérennité du projet. À partir de ce moment, il a réellement été organisé par la « filière sportive » municipale parisienne. Depuis la décentralisation souhaitée par la nouvelle mandature, l'événement est porté par les équipes de chaque arrondissement en collaboration avec les acteurs associatifs de proximité qui répondent à l'appel à projet. Ainsi, l'événementiel sportif, par son caractère éphémère et vecteur de visibilité, devient un moyen de diversifier l'activité quotidienne des agents de terrains municipaux et de leur offrir une forme de reconnaissance si l'on reprend les termes évoqués en entretien.

Toutefois comme souvent, ce mécanisme qui transparaît dans les discours de certains acteurs, semble être en réalité à mesurer. Sans nommer nos interlocuteurs qui souhaitent rester anonymes, nous avons recolté certains témoignages de techniciens de la direction Jeunesse et Sport qui regrettent le manque de moyens humains et matériels pour faire face à la demande sportive d'un arrondissement. Depuis 2015 et la « décentralisation » de l'événement, il est désormais du ressort de chaque référent des sites (9 lieux parisiens en 2016) d'organiser les activités sportives de la journée. Sur les territoires où l'office pour le Mouvement Sportif et les associations de proximité sont actifs, il est relativement aisé de créer une dynamique. Mais en l'absence de ce type de réseau, il devient difficile pour ces agents de pouvoir mettre en place de nouvelles activités, tout en assurant les tâches quotidiennes et les divers créneaux hebdomadaires relatifs à chaque discipline. Pour ces

agents, un événement sportif de ce type va, dès lors, être appréhendé comme un surplus d'activité difficile à assumer.

Mais dans le cas des événements sportifs non municipaux, les opportunités d'emploi sont réelles. Le cas de Roland Garros qui génère 4700 emplois courts à l'occasion de chaque édition est à mentionner. Au contraire de l'événement précédent qui est vu (dans un premier temps au moins) comme un moyen de reconnaître l'implication des agents, ici c'est une bonne opportunité pour garnir un CV. On y trouve environ deux cents métiers parmi lesquels des agents de nettoyage (250), des logisticiens (90), des employés de la restauration (250), des vendeurs en boutiques (200) ou des manageurs (60). « *La FFT contribue, en termes d'emplois directs, au quart des postes générés par le tournoi. Le reste correspond aux ressources mobilisées par nos prestataires* », explique Sandrine Sevarman, directrice des ressources humaines à la fédération. Des chômeurs ou des étudiants sont ainsi sélectionnés et formés. Ces emplois sont payés entre 9,67 € et 12 € de l'heure. Les vendeurs de la boutique ont un chiffre d'affaires à réaliser et des promotions à mettre en avant, s'ils veulent obtenir une prime qui peut aller jusqu'à 200 €. Ces emplois, qui sont généralement de court terme, en CDD ou en intérim, peuvent néanmoins être source de renforcement d'un portefeuille de compétences (Lee, Cornwell, Babiak, 2013) et de ce fait revêtir une importance stratégique dans le contexte local.

Dans une moindre mesure, le « LNB All Star Game » par l'intermédiaire de l'agence événementielle Sport Plus Conseil génère un recrutement en amont et en aval de l'événement. Ces emplois relatifs à l'organisation et au management d'événements sont aussi proposés par « La Parisienne », chaque année sur le même format. L'entreprise recrute à hauteur de 1500 postes sous la direction d'un comité de pilotage élargi à 25 personnes environ (15 sont en CDI annuels). Des stagiaires d'écoles de management du sport et de STAPS sont également accueillis dans ce contexte. Participer à ces projets événementiels de grande envergure permet de développer des compétences individuelles (Nicholson, Hoye, 2008) qui peuvent enrichir la formation pour ceux qui sont encore étudiants ou élargir un portefeuille de compétences en quête d'un emploi pérenne pour ceux qui sont en recherche d'emploi. Il est important de rappeler que ce type d'emploi reste très conjoncturel avec un turn-over important des équipes d'une année sur l'autre.

Dernière forme d'impact social par l'alimentation d'un capital humain, l'initiative de réinsertion développée dans le cadre du dispositif des Berges de Seine.

« C'est un contrat de la mairie de Paris avec « La Villette Emploi » qui s'occupe de réinsertion professionnelle. Du coup on fait venir des médiateurs qui gèrent l'accueil, les renseignements et certaines petites activités qui ne demandent pas de spécificités techniques ». Elodie Filliat, responsable de la programmation sportive dans le projet « Berges de Seine » chez Artevia. Entretien du 7 juillet 2015.

La Villette Emploi est un groupe économique solidaire spécialisé dans le domaine culturel qui ne recrute que des personnes sans emploi et favorise leur insertion par l'activité professionnelle. Parallèlement aux missions de travail, les salariés suivent un accompagnement social pour favoriser leur insertion dans un emploi durable. En faisant appel à cet acteur, la mairie de Paris impose à son délégataire Artevia l'utilisation de ce

capital humain aux postes d'accueil et de médiateurs. Il s'agit d'orienter les passants, de renseigner les spectateurs lors d'animations ou d'événements sportifs. Leur présence n'est donc pas uniquement liée à l'organisation de projets événementiels. Toutefois ces derniers mettent en lumière ces acteurs qui profitent de l'existence de dispositifs de ce type pour acquérir ou réacquérir des compétences en vue d'améliorer ou de pérenniser leur employabilité (Skinner, Zakus, Edwards, 2008).

Nous avons vu que les événements sportifs, quels que soient leur rayonnement et leur statut juridique ont besoin de renforcer leur capital humain en amont, pendant et parfois même en aval de l'événement. Cette nécessaire ressource pour les organisateurs se mue en emplois qui sont par essence fortement conjoncturels. Ils correspondent à une demande de formation et de diversification de compétences qui existe notamment chez les étudiants où les personnes en recherche d'emploi. De manière plus pragmatique c'est un moyen de proposer du travail et donc une ressource pour des personnes en difficulté sur le marché du travail. Toutefois nous n'insistons pas sur cette dimension puisque cet emploi, profondément conjoncturel ne peut être qu'une réponse très partielle et modeste au chômage. Insistons sur l'expérience et les compétences acquises (Nicholson, Hoye, 2008 ; Lee, Cornwell, Babiak, 2013) par les salariés de court terme, stagiaires ou intérimaires sollicités sur ces projets événementiels.

6.3.2 L'événementiel, une aubaine pour les bénévoles ?

Dans la sous-partie précédente nous avons abordé la manière dont les événements sportifs questionnent le capital humain à travers l'emploi (qu'il soit pérenne ou non). Voyons désormais ce que nous pouvons observer dans le cas d'événements sportifs portés par des bénévoles. L'action bénévole telle que définie par Clary et collaborateurs (1998) met en avant six fonctions : la valeur, la compréhension, la socialisation, la carrière, la protection et l'estime. La relation entre ce statut et l'impact social est donc par essence étroite. De plus, l'autonomie, la possibilité d'utiliser des compétences et d'en acquérir de nouvelles, la difficulté de la tâche à réaliser sont autant d'éléments qui favorisent la satisfaction des bénévoles (Chanut-Guieu, 2009). Dans ce contexte, l'organisation d'un événement sportif dans une structure comme Handicap International peut être un moyen de fédérer les équipes, de créer du lien et de l'émulation. De plus, « Courir Ensemble » en étant un moment à part dans l'année, peut être l'occasion de célébrer l'action des bénévoles. C'est en ces termes qu'Alain Tellier, le responsable du relais parisien entrevoit son projet.

« C'est vraiment devenu l'événement du relais ici. C'est quelque chose d'incontournable, chacun y contribue, apporte ses idées. C'est un bon moment. » Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

Malgré l'orientation plus sportive que festive, la course est toujours l'occasion de servir un grand repas à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à l'organisation. Le responsable évoque aussi un temps de bilan avec les partenaires et ceux qui rendent possible la tenue de « Courir Ensemble ». Dans le *verbatim* suivant, il mentionne l'intérêt pour une association caritative de s'appuyer sur des événements culturels ou sportifs.

« À la fin, pour les 120 qui sont là, on fait un grand repas sur place avec tout le monde. Ce n'est pas une grande fête. Mais on se retrouve après, on fait le bilan avec les parrains, les

partenaires... C'est porteur. Chaque année les partenaires me demandent si je repars l'année prochaine... je leur dis 'attendez si vous repartez, je repars, ce n'est pas l'inverse !'. Mais je crois que c'est tout le temps, un concert, une pièce théâtrale, cela mobilise. D'où l'idée de tourner cela autour du sport, c'est une bonne idée au départ. C'est plus facile avec cela. » Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

Durant notre observation du 12 mai 2015 (cf. chapitre 2), nous avons rencontré quelques bénévoles. Il s'avère que cette année-là, il fut justement plus difficile de les mobiliser. Les faits vont donc à l'encontre de ce qu'évoque le principal organisateur.

« À leur sujet, j'apprendrai plus tard qu'il fut difficile de les mobiliser pour la course ce jour. Certains m'ont notamment fait part du peu de considération qu'ils obtenaient en retour. L'événement n'est donc pas un moment où tous les bénévoles se retrouvent au sein d'une fête. C'est un dimanche matin, et beaucoup, au dernier moment ont manqué à l'appel. » Extrait de la note d'observation de « Courir Ensemble » du 12 mai 2015.

Dès lors, il semblerait que ce constat donne un peu de relief aux propos d'Alain Tellier qui parle d'un temps de bilan « *avec les parrains, les partenaires* ». Les bénévoles, tus à demi-mot dans ses propos, ne semblent donc pas en réalité aborder l'événement comme un moment festif immanquable. Il n'y a pas de montée en puissance au printemps jusqu'à l'éventuelle célébration commune des actions de l'association. Il n'y a donc pas de formation de capital humain cohésif en interne (Nicholson, Hoye, 2008 ; Barget, Gouguet, 2010 ; Taks, 2013).

Pour comprendre cette situation, il nous semble pertinent de recentrer le débat plus généralement autour de la problématique de la raréfaction des bénévoles dans les associations sportives. Ce premier constat renvoie aux spécificités des associations françaises provenant de leur fonctionnement sur la base de bénévoles et de salariés (Chanut-Guieu, 2009). Prouteau (1999) et Archambault (2005) avancent à ce sujet l'insuffisante connaissance des comportements bénévoles. La « *professionnalisation de la fonction de bénévole, de par ses exigences, son caractère évolutif, instable et de plus en plus axé sur la performance, vient mettre à mal les fonctions fondamentales reconnues par le bénévole dirigeant, au point d'éteindre sa motivation, de réduire sa satisfaction et d'anéantir sur le long terme ses intentions futures* » (Chanut-Guieu, 2009). En effet, les profils, l'intensité et la durée de l'engagement, les motivations, la quantité et la qualité des prestations varient considérablement en fonction des bénévoles. Ils assument des tâches administratives, techniques, logistiques, d'animation, d'organisation, et s'y investissent de manières régulière ou occasionnelle (Chanut-Guieu, 2009). C'est aussi le cas en ce qui concerne les administrateurs élus et les professionnels du secteur associatif. Comme l'indique Koebel (2000), ils se « *différencient de plus en plus de la masse des pratiquants, qui ne fait pas ou plus partie de l'espace associatif, bien que les uns tirent leur légitimité des autres* ». Si la professionnalisation devient la norme du travail bénévole, les analyses des déterminants de la satisfaction se rapprocheront inévitablement des éléments constitutifs de la motivation au travail des salariés. Justement, Alain Tellier sur ce sujet avance un argument intéressant : l'événementiel sportif peut justement être adapté à une forme d'engagement plus éphémère.

« Le souci, c'est le manque de bénévoles. Il y a une tendance on entend beaucoup cela... les gens s'engagent moins... c'est vrai mais c'est faux aussi. Il y a beaucoup de gens qui sont prêts à donner mais aussi très ponctuellement, pas forcément sur 6 mois ou 1 an. L'événementiel pour cela est bien. Cela nous permet d'avoir beaucoup de jeunes. C'est dynamique, cela bouge, on les met de suite dans l'action. Ils vont nous consacrer trois jours. Cela se rapproche de l'intérim. » Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

Ce constat, qui s'opère dans le contexte du passage d'une approche associative traditionnelle à une approche plus professionnelle, nécessite selon Haddad (2002) un changement de culture qui a de plus en plus de similitudes avec une culture entrepreneuriale. Dès lors, Alain Tellier évoque une nouvelle forme de bénévole, beaucoup plus flexible, qui s'engage à la faveur d'un projet. Bien sûr on peut se questionner sur l'intérêt de s'éloigner d'une culture du bénévolat « traditionnel ». Toutefois, cela reviendrait à se questionner de manière générale sur l'activité associative et sa relation à l'intérêt général. Comme l'indique Juan dès 1999, *« l'association n'a pas pour seule fonction de pallier les insuffisances du marché et de l'État, c'est la raison pour laquelle une redéfinition des critères de l'intérêt général constitue une piste importante de recherche pour la voie associative »*.

L'association sportive et l'engagement associatif révèlent les mêmes processus que l'on retrouve à plus grande échelle dans l'organisation sociale de nos sociétés occidentales (Gasparini, 2000). Ainsi, le sport comme les autres secteurs semble être soumis à cette tendance de professionnalisation des associations (Peter, 2009). Dès lors, Alain Tellier évoque dans cet environnement une forme de bénévolat plus flexible, qui s'engage à la faveur d'un projet. Conformément à cette tendance, les associations humanitaires optent de plus en plus pour de l'événementiel sportif qui correspond à cette volonté de créer une nouvelle dynamique dans l'association pour intéresser des jeunes qui vont s'impliquer immédiatement dans l'opérationnalisation. Cette explication tendrait à justifier le fait que l'événement ne soit pas un réel temps de fête, dans la mesure où un grand nombre de bénévoles est mobilisé très temporairement, sans engagement de durée au sein d'Handicap International. Cette forme de bénévolat flexible, pour perdurer, doit donc être induite par un certain dynamisme en termes de projets et d'événementiels à intervalles réguliers tout au long de l'année.

Des travaux menés par la théorie de l'échange social ont tenté de repérer les effets positifs inhérents à l'expérience du bénévolat dans le cadre d'un événement sportif (Rogalski et al., 2016). Downard et Ralston (2006), indiquent à ce sujet que le capital social est généralement renforcé par une expérience en tant que volontaire. Le bénévolat générerait un enrichissement social et un sentiment de contribution à la collectivité qui s'accompagne d'une expérience de vie positive (Allen, Bartle, 2014 ; Rogalsky et al., 2016). L'événement sportif serait à cet égard un outil efficace de mobilisation des équipes internes. De toute manière, si la tendance à la flexibilité est amorcée, on peut se questionner sur les choix stratégiques qui sont à la portée des décideurs. D'une part, ils peuvent adapter la structure et les projets en vue d'attirer des bénévoles flexibles (de court terme, au projet). D'autre part, ils peuvent opter pour une politique d'incitation à l'engagement de long terme dans la structure par une fidélisation. Néanmoins dans le *verbatim* ci-dessous, la responsable communication France d'Handicap International évoque cette problématique des bénévoles

et explique l'importance de développer une réflexion en vue de les fidéliser, ce qui correspondrait donc plutôt à la deuxième proposition.

« Mais je ne sais pas comment on pourrait leur faire un retour. Je sais qu'il y a un repas à la fin pour les remercier, mais peut-être que c'est une question qui mérite plus de réflexion. Comment leur donner envie de s'engager sur le long terme ? Car c'est quand même un gros événement et sans les bénévoles on ne fait rien... c'est hyper important. » Elodie Billard, directrice de la communication, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

Un dernier élément vient corroborer le constat d'occasion manquée au sujet du capital humain initié par le bénévolat sur « Courir Ensemble ». Il s'agit du peu d'appétence des équipes pour la dimension sportive. Cela est parfaitement dépeint dans le *verbatim* ci-dessous.

« Pour moi c'est un peu un challenge aussi... c'est un milieu qui n'est pas très sportif. Si je caricature, on est bénévole chez Handicap car le type d'action que l'on peut faire n'est pas très physique. On n'est pas comme ceux qui font la banque alimentaire, etc. C'est un peu plus intello ici. On fait de la sensibilisation, dans les écoles... c'est une autre forme moins sportive. Donc, il a fallu convertir tout le monde (rires). Faire accepter, ce n'était pas évident. Au début beaucoup de bénévoles me demandaient : « qu'est-ce que l'on en a à faire des sportifs ? ». C'est un discours, une approche différente qui n'est pas naturelle. » Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

Cette culture, ces habitudes qui ne font pas référence à l'activité physique ont rendu encore plus difficile la concrétisation de l'événement en interne. En poursuivant sa réflexion, le responsable du relais parisien évoque une appropriation au sein du relais.

« Alors que maintenant, c'est même ceux-là qui sont le plus actifs. Le responsable logistique, c'est tout sauf un sportif mais maintenant il connaît aussi bien le truc. Il y a eu pas mal de bénévoles, quand on a voulu leur donner un rôle, ils nous ont demandé de tout leur expliquer car ils ne connaissaient rien au sport. C'est cela aussi de porter un événement. C'est faire en sorte que les gens progressivement se l'approprient. Cela devient le leur, ce n'est pas le vôtre, pas celui d'une seule personne. » Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

Si le relais s'est approprié l'événement, il semble que ce ne soit pas le cas de l'ensemble des équipes de bénévoles d'Handicap International. L'événement est donc la concrétisation d'une action coordonnée du relais parisien, mais en aucun cas un élément fédérateur au sein des équipes bénévoles dans son ensemble.

« Je pense qu'il ne l'est pas autant qu'il le pourrait. Il se fait à Paris, par des bénévoles... notre siège est à Lyon donc il n'est pas aussi connu qu'il le pourrait. Mais il a une belle place quand même. Une très belle place au niveau parisien même. Par contre les bénévoles à Lyon ne la connaissent pas. » Anne Héry, directrice du Plaidoyer et des Relations Institutionnelles, Handicap International, extrait d'entretien du 21 avril 2015.

« Courir Ensemble » n'a pas de rayonnement national alors que c'est le seul événement sportif qu'organise Handicap International. Fort de ces 17 années, il dispose d'une place

importante à Paris¹⁹⁸, mais semble déconnecté des autres relais et du siège lyonnais. L'événement a pourtant déjà fait l'objet d'une tentative de développement sur d'autres sites en France. C'est ainsi à la fois un moyen de générer du dynamisme managérial dans l'équipe du relais et de mobiliser de nouveaux bénévoles. Bien que cette mobilisation soit circonscrite au temps d'organisation de la course, c'est un moyen de sensibiliser les gens, de maintenir des contacts pour les actions futures de l'organisme. En tout état de cause, cela génère une émulation qui, bien que de faible portée, contribue à ancrer l'événement et l'association organisatrice sur le territoire parisien par le soutien d'un événement qui regroupe les attentions et les passions le temps de quelques jours. L'événement peut aussi contribuer à attirer un « pool » de volontaires et constituer ce que Solberg et Preuss (2007) appellent la « structure douce », cette base qui peut être réutilisée pour des événements futurs.

À cet égard et compte tenu du contexte du bénévolat en France, l'événementiel sportif peut être une aubaine pour un nouveau type d'engagement, plus éphémère. Si l'on s'appuie sur l'essor des courses caritatives ces dernières années (Filo, Funk, O'Brien, 2009) il semble que les organisations humanitaires et caritatives aient bien saisi ces opportunités. Toutefois, le cas précis de « Courir Ensemble » illustre la manière dont ces effets sont à nuancer dans un contexte local soumis à une culture d'association *a priori* hermétique à la chose sportive.

6.4 L'impact sur la pratique sportive locale

Les événements sportifs peuvent également encourager la pratique sportive. Concernant les événements participatifs, il s'agit bien évidemment d'une pratique effective. Pour les événements non-participatifs, la logique liant leur accueil à la pratique sportive est plus indirecte et fait l'objet de débats (Djaballah, 2015). Le lien entre les événements sportifs majeurs (Gratton, Taylor, 2000) et le développement de la pratique sportive n'est généralement pas mesurable (Veal, 2003 ; Coalter, 2004 ; Murphy, Bauman 2007). La plupart des études concluent à des effets souvent très faibles et de courte durée (Weed, Coren et Fiore, 2009), d'autres pointent des effets plus durables (Frawley, Cush, 2011). En France, la coupe du monde de rugby 2007 aurait engendré une augmentation des effectifs dans les clubs, notamment dans les régions où le rugby est traditionnellement peu pratiqué (Barget, Gougnet, 2010). Cet impact positif sur le développement des organisations du mouvement sportif se double d'une contribution aux politiques de santé publique, la pratique physique étant utile à la prévention de certaines maladies et au bien-être de la population (Stephoe, Butler, 1996). Une autre dimension à inclure prend racine dans le sentiment de fierté et l'enthousiasme qui est inhérent à l'accueil d'un événement sportif. Il s'agit par exemple de l'admiration du ou de la jeune adolescent(e) face aux exploits des grands joueurs, qui l'incitera à pratiquer (Veal et al., 2012). La littérature anglo-saxonne nomme cela le « *trickle down effect* » ou « la théorie du ruissellement ». Il s'agit de tabler pour les organisateurs sur la relation positive qui peut exister entre le sport d'élite et le sport de masse (Hindson, Gidlow, Peebles, 1994 ; Girginov, Hills, 2008 ; Weed et al., 2009 ; Helen-Hughes, 2013).

Toutefois, les récents travaux, s'ils ne remettent pas en cause le mécanisme inhérent à cet effet, n'hésitent pas à en contester la portée si aucune politique d'accompagnement de la pratique n'y est associée (Girginov, 2012 ; Misener et al., 2015 ; Weed et al., 2015).

¹⁹⁸ Nous renvoyons ici à la situation de synergie constructive présentée et analysée dans le chapitre 3.

Volonté Première	Événement	Développement de la pratique sportive
Spectacle compétitif	Roland Garros	<ul style="list-style-type: none"> • Modèle économique de la fédération basée sur le Tournoi Roland Garros (financement de la discipline). • Rdv incontournable du circuit ATP où les meilleurs joueurs du monde s'affrontent. • Dimension sport-spectacle-compétitif créateur d'émulation pour les plus jeunes.
Organisation de la pratique	Femmes en Sport	<ul style="list-style-type: none"> • Concept du dispositif : incitation à la pratique sportive féminine • Proposition d'activités gratuites pour inciter l'inscription de femmes dans les dispositifs municipaux et les associations sportives de manière générale.
Animation de l'équipement	Charléty sur Neige	<ul style="list-style-type: none"> • Événement de sport-loisir qui n'est pas en lien avec la pratique sportive fédérale.
Organisation de la pratique	Course cycliste 14 ^e	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation de la pratique sportive fédérale. • Course sur format « critérium urbain » qui est rare et prisée dans le calendrier.
Animation de la vie locale	Berges de Seine	<ul style="list-style-type: none"> • Proposition d'activités gratuites de pratiques sportives émergentes majoritairement type « double ducth ». • Espace de visibilité pour les fédérations • Site qui permet de faire écho à un événement sportif international type championnat du monde de basket ou coupe du monde de rugby.
Animation de la vie locale	Famillathlon	<ul style="list-style-type: none"> • Moins un forum des sports, qu'une vitrine de démonstrations pour les associations et fédérations • L'événement est désormais un rendez-vous important pour les comités départementaux au moment de la rentrée et des inscriptions dans les structures associatives sportives.
Caritatif et social	Courir Ensemble	<ul style="list-style-type: none"> • Course inscrite dans une compétition « Paris Running Tour » attire de nombreux joggeurs compétitifs. • Prétexte pour mélanger des publics différents et promouvoir les activités de l'association • Peu de liens avec la pratique fédérale. FFH absente.
Commercial	LNB All Star Game	<ul style="list-style-type: none"> • Événement de gala sportif destiné à apporter visibilité sur la discipline en célébrant les meilleurs joueurs. • Sport spectacle pour créer de l'émulation chez les plus jeunes. Pas d'associations sportives sur site.
Commercial	La Parisienne	<ul style="list-style-type: none"> • Volonté de développer la pratique sportive féminine... • ...phagocytée par la sphère privée marchande. • Événement, qui par son rayonnement médiatique et sa fréquentation fait l'objet d'une « récupération » politique par la ville de Paris. • Lien avec dispositifs municipaux en contrepartie du soutien de la ville.

Tableau 42 : analyse des événements sportifs parisiens par le prisme de l'impact sur la pratique sportive locale

Nous verrons dans une première partie que les événements de sport spectacle génèrent cette forme d'impact social qui peut donner envie de pratiquer un sport. Toutefois, nous constaterons qu'elle ne semble pas suffire à créer un engouement qui conduit à la prise de licence fédérale. Dans une seconde partie, nous évoquerons les événements qui organisent directement l'activité physique et encouragent la pratique effective.

6.4.1 De la lumière et du rêve pour la pratique sportive : la théorie du ruissellement

D'un point de vue méthodologique rappelons qu'il existe des limites importantes liées à cette mesure de la participation sportive (Coalter, Taylor, 2008), particulièrement volatile. Sans une étude quantitative et coûteuse relative à un événement sportif et effectuée auprès d'un échantillon représentatif de ménages sur le potentiel impact du projet, il semble impossible d'appréhender concrètement l'effet. Cependant, même si c'était une option, il est très probable que ce travail très chronophage soit mené par une société d'étude privée ce qui réduirait la crédibilité des résultats (Coalter, Taylor, 2008). La mesure de l'impact des événements sur certains clubs sportifs semble être une option plus viable. Toutefois, si l'événement agit comme catalyseur au sein d'une stratégie de développement plus large comme c'est le cas des événements portés ou soutenus par les fédérations, l'impact isolé de l'événement en question sera très difficile à appréhender (Coalter, Taylor, 2008). C'est la raison pour laquelle nous privilégions toujours l'approche qualitative en vue de comprendre les contextes de nos cas et les mécanismes par lesquels ils peuvent générer du dynamisme sur cette dimension.

6.4.1.1 Le sport-spectacle « entertainment » comme support à la promotion d'une discipline

Le « LNB All Star Game », événement de sport-spectacle à la dimension commerciale assumée vise à mettre en lumière les meilleurs joueurs de basket-ball en France. En proposant ce « show », l'événement promeut la dimension professionnelle de la discipline. Il peut aussi créer des vocations. Difficile à traduire en termes de licences ou d'adhésions, nous ne l'appréhenderons pas de manière quantitative en ces termes (Coalter, Taylor, 2008). Cependant, en étant une vitrine qui met en scène le basket-ball de haut niveau français, il contribue à en être la « locomotive ». Ce projet, bien qu'il ne mobilise pas directement la fédération, est salué par le président de la fédération qui y voit un moyen plus large de contribuer au dynamisme de son sport.

« Avec le LNB ASG, on permet surtout à la jeunesse d'assister à un événement de haut niveau que l'on n'a pas l'habitude de voir tous les jours. C'est vrai que cela a un impact direct puisqu'en général ces gosses vont toucher du doigt le haut niveau... ensuite certains d'entre eux seront plus ou moins conditionnés ou volontaires pour entrer et faire du basket-ball dans les clubs. Cela est important. ». Jean-Pierre Siutat, président de la fédération française de basket-ball, vice-président du CNSOF. Extrait d'entretien du 30 janvier 2015.

Le président de la fédération française de basket-ball insiste sur l'impact du sport de haut niveau et son potentiel rôle déclencheur de prise de licence sur la jeunesse. On observe ici une croyance forte dans la positive relation entre le sport d'élite et le sport de masse. Cela

représente un réel enjeu pour la fédération qui voit par ailleurs son sport être largement pratiqué de manière auto-organisée (Chantelat, Fodimbi, Camy, 1996).

Ici, la dimension motrice du haut niveau est mise en valeur au sein d'un environnement étincelant. Cela évoque une part de rêve, constituée par les images spectaculaires de NBA qui font la renommée internationale de ce sport. À cet égard, l'événement génère un dynamisme dans la discipline à plusieurs niveaux : annonceurs, sponsors, opérateurs et joueurs.

« L'événement est puissant en termes de retombées médias. On arrive à faire les JT 20H de TF1 et France 2 depuis quelques années. Pour du basket-ball français c'est énorme. Ce sont de vrais beaux sujets d'une minute. Là, on touche un public différent, la discipline est vivante, dynamique. C'est bien. » Benjamin Garot, Sport Plus Conseil. Extrait d'entretien du 22 avril 2015.

Il est retransmis à la télévision depuis 2002. C'est la date de la reprise par l'agence événementielle Sport Plus Conseil et Nike. C'est surtout cette année-là que le projet s'installe à Bercy. Canal+ remporte les droits et le diffuse jusqu'en 2014. En 2015, L'Equipe 21 gagne le lot. Pour la première fois, l'événement est diffusé sur une chaîne gratuite¹⁹⁹. Cet intérêt des diffuseurs révèle l'attractivité croissante du championnat français et de la discipline. Les bons résultats sur la scène internationale de l'équipe de France de la génération de Tony Parker n'y sont certainement pas étrangers. Cela se traduit concrètement par une croissance des adhésions.

Année	Nombre licenciés
2011	468 166
2012	491 271
2013	578 207
2014	600 169
2015	641 367
2016	584 834

Tableau 43 : nombre de clubs et licenciés FFBB par année depuis 2011

« L'impact est indéniable, même sur les filles quand elles ont joué la finale des Jeux, cela a eu un impact sur le basket-ball féminin très fort. Il y a aussi cette dynamique avec la génération Parker, on surfe là-dessus c'est certain. Il faut que l'on garde cela. Du coup faire de gros événements en France, cela permet de garder cette dynamique qui est de faire vivre le sport. Cela a eu un impact très positif qui perdure... » Nadine Paris, responsable des événements sportifs à la fédération française de basket-ball et directrice de l'Euro Basket 2015. Extrait d'entretien du 30 janvier 2015.

Pour les joueurs, la sélection au « LNB All Star Game » est une forme de reconnaissance. Il semble que ce n'était plus le cas à la fin des années 1990 lorsque l'événement perdait progressivement son rayonnement. En se jouant à Paris dans une salle de 17000 personnes, il a retrouvé de l'intérêt. Sans qu'il n'y ait une dimension symbolique très forte en comparaison avec le « NBA All Star Game », il y a clairement un moment de fête, de

¹⁹⁹ Cette diffusion s'insère dans le lot de la PRO A vendue par la LNB à Ma Chaîne Sport¹⁹⁹ du groupe Altice (Numericable et SFR).

communion autour de la pratique et surtout de spectacle dont les joueurs semblent vouloir faire partie²⁰⁰. L'ancrage parisien, son prestige en particulier, ne semble ne pas être étranger à ce renouveau.

« Maintenant, c'est un moment important, les joueurs le mettent sur leur CV. C'est une vraie reconnaissance. Même pour le public, l'événement de Bercy a mis du temps à prendre l'adhésion des joueurs, maintenant ils adhèrent totalement et ils veulent participer. Tu leur proposes d'aller à Paris en direct à la télévision... ils sont heureux. Cela vous ne le voyez pas mais côté 'backstage', ils sont dorlotés. Il y a une flotte de chauffeurs qui sont là pour eux, super hôtel, super tenue... ». Benjamin Garot, Sport Plus Conseil. Extrait d'entretien du 22 avril 2015.

Malgré le rendez-vous annuel qu'il est devenu, cet événement sportif commercial révèle aussi l'impossible conciliation des valeurs sportives et du spectacle. En effet pour certains amoureux de basket-ball, le « LNB All Star Game » n'a pas sa place dans la discipline puisque ce n'est pas un vrai match. Ces puristes ne conçoivent pas le sport autrement qu'à travers sa dimension compétitive, le reste relevant d'un enrobage superflu. Pour aller plus loin on peut même parler d'anti-américanisme en ce sens où la LNB cherche à recopier en tout point ce qui est fait aux États-Unis, en dépit de valeurs et de cultures différentes. Un sentiment de protectionnisme de ce qui fait le terreau de la discipline en Europe semble apparaître en s'opposant au « LNB All Star Game » qui devient alors une forme d'aliénation à l'impérialisme américain. D'ailleurs, les termes « à l'américaine » et « show » sont revenus à 17 reprises au cours de l'entretien de 45 minutes avec Benjamin Garot (Sport Plus Conseil). On sent bien cette recherche de rapprochement du standard d'outre-atlantique. Sans que le « All Star Game » ne soit une franchise, on parle bien ici d'un format voisin qui vise à intégrer un spectacle qui ne fait pas nécessairement l'unanimité dans les salles de basket-ball européennes. Cette volonté qui renvoie malgré tout à des valeurs inhérentes à ce sport (Durand, Ravenel, Helleu, 2005) entraîne un double effet. Un effet positif tout d'abord avec l'exigence de qualité que la comparaison avec la version américaine génère. Un effet pervers ensuite avec une nécessaire opposition au « cheap », qui expose l'ensemble au risque de tomber dans l'ostentatoire. Quoi qu'il en soit, le « LNB All Star Game » ne cache pas ses velléités de « show à l'américaine ». Les organisateurs sont convaincus que c'est la stratégie nécessaire au développement de la discipline.

« C'est au moment de Noël, il y en a pas mal qui viennent en famille... le basket-ball en France et en Europe souffre de la comparaison avec la NBA. On voit souvent des images incroyables de match, des shows, des salles fantastiques. Quand on va voir un match en Espagne ou en France on est un peu déçu de ce qui entoure la performance sportive. Des 4 grands sports US, le basket-ball est le seul à s'expatrier vraiment. Du coup, la comparaison est facile et le côté show en souffre ici. Mais cela renvoie à une culture sportive, libérale, clinquante, basée sur le show, le spectacle, l'image. Nous devons développer cela. » Benjamin Garot, Sport Plus Conseil. Extrait d'entretien du 22 avril 2015.

Le « NBA All Star Game » apporte donc une visibilité à la déclinaison française. Cette dernière, en conférant de la reconnaissance à la discipline peut encourager la pratique

²⁰⁰ Cette forme d'impact renvoie à la célébration participative (6.2.1) et n'est pas détaillée plus ici. Elle est mobilisée pour les besoins de l'analyse de l'impact sur la pratique sportive.

sportive conformément à la théorie du ruissellement (Hindson, Gidlow, Peebles, 1994). Toutefois, malgré l'engouement certain qui existe pour cet événement, la croissance des adhésions fédérales trouve plutôt sa source dans la dynamique globale initiée notamment par les bons résultats de la « génération Parker ». Dans ce contexte porteur, l'événement joue chaque année sa partition de mise en valeur clinquante de la ligue professionnelle française sans qu'il ne soit possible d'en appréhender précisément la portée (Coalter, Taylor, 2008).

6.4.1.2 Un modèle économique fédéral construit sur l'événementiel

Le tournoi de Roland Garros qui est l'autre grand événement de sport-spectacle de notre échantillon illustre ces mécanismes à une échelle encore supérieure. En effet sa dimension compétitive lui confère une dimension supplémentaire au regard des exploits sportifs et de la dramaturgie qui peut en ressortir. Mais le principal impact sportif de l'événement, propriété de la fédération, se situe dans le financement de la discipline en France puisque l'essentiel des recettes est reversé aux ligues et clubs. Ainsi, en organisant la pratique, l'événement revêt un caractère central, incontournable sur lequel tout le modèle est construit. Le nouveau modèle économique fédéral prôné par la fédération tend d'ailleurs à renforcer cette tendance pour les années à venir. Les adhésions dans les clubs sont donc autant le fait de l'événement lui-même et l'imaginaire qu'il véhicule, que des moyens qu'il donne aux clubs français. Le rapport de la FFT en 2013 illustre cela en chiffre.

« Seules 5 entités régionales arrivent à créer de la valeur ajoutée, alors que pour l'ensemble des autres entités fédérales, les subventions perçues permettent de financer les emplois nécessaires à leur activité. Il en est de même pour les comités départementaux, où seuls 17 sur les 86 disposent d'une valeur ajoutée annuelle positive. Si nous prenons en compte la création de richesse permise par Roland-Garros et les autres tournois se déroulant sur le sol français, nous obtenons une création de richesse de 80 M€ par an, contre une perte annuelle de 33 M€ si le tournoi de Roland-Garros n'apportait pas de subventions. Sans le tournoi de Roland-Garros, le poids du tennis français serait diminué de 340 M€ de PIB par an, soit 32 % du poids total du tennis français et de 9 500 emplois. De plus, l'activité fédérale qui, en 2012, comptabilise 2 659 emplois encadrant la pratique amateur, elle-même concentrant 12 253 emplois, serait significativement réduite. » Rapport FFT (2013).

L'impact de Roland Garros à cet égard est clair : il permet à la discipline de se trouver dans une situation confortable, unique en France. Le nouveau modèle économique fédéral que nous avons détaillé dans le chapitre 5 s'appuie sur l'événement et vise à contrôler les dépenses des comités et ligues qui, selon le vice-président Hughes Cavallin, « vivaient un peu au-dessus de leurs moyens ». Il semble que le confort économique apporté par l'événement ait entraîné quelques abus. Cependant, comme le rappelle Alain Kronenberger, « tout le monde à la fédération sait bien ce qu'il doit au tournoi ».

D'autre part, l'impact médiatique considérable du tournoi (détaillé dans le chapitre 7) confère au projet un retentissement qui lui permet d'être une source d'admiration et de motivation pour les plus jeunes. Paradoxalement, les chiffres des licenciés et le nombre de clubs sont en baisse depuis 2011.

Année	Nombre licenciés	Nombre clubs
2011	1 102 921	8217
2012	1 121 752	8125
2013	1 103 519	8027
2014	1 085 399	7976
2015	1 052 117	7854

Tableau 44 : nombre de clubs et licenciés par année depuis 2011 (source Statistiques FFT).

Selon les responsables de la fédération que nous avons rencontrés, les raisons de cette baisse importante sont à chercher du côté des modalités de pratique²⁰¹. La prise de licence fédérale n'est plus adaptée à la flexibilité demandée par les pratiquants de tennis auto-organisé qui par ailleurs serait environ 4 millions²⁰². La récurrence de l'événement peut aussi amoindrir cet impact sur la pratique sportive. Bien sûr, cela ne remet pas en cause le mécanisme pouvant conduire à cette forme de capital social (Bullen, Onyx, 1998). L'imaginaire véhiculé par le tournoi est un moteur pour la reconnaissance de la pratique dans le paysage sportif français et international. Toutefois, se concentrer uniquement sur cette croyance dans le sport d'élite pour le développement de la discipline semble être un calcul peu payant.

Misener et collaborateurs ont mené une étude en 2015 sur les présupposés bénéfiques naturels liés à cette théorie du ruissellement. Les résultats démontrent que l'impact présumé de la participation sportive liée aux événements étudiés est inexistant. À l'étude des chiffres des licenciés de tennis il apparaît que cet effet est également non significatif en ce qui concerne notre cas. Nous avons identifié que le débat autour de la prise de licence fédérale dépasse largement le cadre de l'événement, qui plus est Roland Garros qui est un événement récurrent, ancré dans le calendrier sportif et qui, de ce fait, pourrait pâtir d'une certaine forme de banalisation. Il semble d'ailleurs que l'événement, par le prestige et le rayonnement qu'il incarne ait un effet de cannibalisme sur le développement d'événements tennistiques. Les partenaires par exemple sont attirés par Roland Garros qui attire toute la lumière au cours de la saison.

« Par rapport au tennis, c'est le cas. Même si l'on a de très beaux événements comme le tournoi de Marseille, Montpellier va continuer malgré le départ de notre regretté Patrice (Dominguez, ndlr)²⁰³. Mais ce n'est pas évident à développer, peut-être faudra-t-il qu'il soit plus aidé par la région. Donc dans le tennis il y a peut-être un peu moins de place par rapport aux partenaires qui veulent tous être à Roland. » Hughes Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, président de la ligue de tennis de Paris, trésorier du CROSIF, extrait d'entretien du 6 mai 2015.

« Roland Garros a une identité tellement particulière que pour avoir un autre événement d'une telle envergure et avec une telle personnalité je ne suis pas sûre qu'il y ait un autre

²⁰¹ Cf. Chapitre 5.

²⁰² <http://www.tennisaddict.fr/article/182/le-tennis-made-in-france> (consulté le 22 avril 2015).

²⁰³ Patrice Dominguez, une des figures du tennis français, est décédé une semaine avant notre entretien avec Hughes Cavallin du 6 mai 2015.

événement à la hauteur de notre grand chelem. Cela cannibalise. » Nhi Nguyen-Killy, direction opérationnelle des tournois, extrait d'entretien du 17 février 2015.

Autre argument légitimant cet effet pervers, le calendrier inextensible qui pâtit de l'ultra présence de l'événement patrimonial (Chappelet, 2014).

« Le calendrier des tournois empêche le fait que l'on puisse organiser quelque chose qui serait préparatoire à Roland Garros, non loin d'ici pour justement créer un pré Roland Garros ». Eric Lajugie, conseiller en développement à la ligue de tennis de Paris, en charge des relations avec les scolaires et des animations, extrait de l'entretien du 3 octobre 2014.

Alain Kronenberger ajoute enfin que l'événement peut même être un obstacle à la poursuite des dispositifs annuels. Loin d'avoir un effet d'entraînement, ces arguments tendent à faire de Roland Garros plutôt un vecteur d'inertie parmi la diversité des activités quotidiennes organisées dans la discipline.

« Si l'on prend l'exemple du projet comme les « mini-tennis » à proximité du centre national d'entraînement.... Pendant les internationaux, d'une certaine manière c'est un obstacle à leur poursuite puisque c'est à ce moment justement que l'activité doit s'arrêter pour dresser les terrasses. » Alain Kronenberger, coordonnateur national politique sportive des ligues, direction technique nationale, fédération française de tennis, extrait d'entretien du 13 avril 2015.

Enfin, on peut aussi questionner la surface du jeu dans le contexte français. *Quid* des enfants qui voudraient jouer à « être Nadal » en faisant des glissades alors que la majorité des terrains en France sont des « quicks ». Si l'image du tennis français reste la terre battue, la réalité, ce sont des terrains en dur.

Nous ne reviendrons pas ici plus en détail sur les raisons de la baisse des licenciés de tennis (pratique auto-organisée, pratique fédérale inadaptée aux nouvelles attentes), ni sur les solutions envisagées (flexibilité des créneaux, nouveau modèle économique fédéral, autonomie des ligues) pour y remédier. Nous avons déjà analysé la stratégie fédérale de ce cas dans le chapitre 5 lorsqu'il était question d'analyser les difficultés de la fédération et du mouvement sportif en général à concilier à la fois le nécessaire commercial et le culturellement public. Il nous semblait toutefois important d'y revenir ici, car s'il est un événement qui contribue au développement de la pratique sportive parmi notre échantillon, c'est bien Roland Garros qui possède la singularité d'être la base du modèle économique d'une fédération.

Fort de ce constat, l'impact sportif s'observe à plusieurs niveaux. C'est d'abord une histoire et un prestige qui font du tournoi une locomotive pour le sport amateur. Ensuite, c'est l'occasion de déployer une gestion basée sur un modèle économique conférant aux ligues une aisance financière. Ce modèle vertueux fait de Roland Garros un événement à part, qui, bien que cristallisant parfois quelques crispations à l'égard de la brillance de son public parvient à faire redescendre les bénéfices de manière concrète et pérenne dans ses organes déconcentrées. C'est rendu possible à la faveur d'une gouvernance originale qui a la maîtrise du tournoi à tous les niveaux.

6.4.1.3 L'impact sur la pratique sportive des événements non-participatifs.

Kurtzman et Zauhar (2003) ont identifié 4 types de touristes sportifs parmi lesquels se trouvent « l'enthousiaste ». La relation entre ce type de spectateur également fervent supporter pouvant « vénérer » le joueur ou le club (Hall, 1992 ; Gibson, 1998) et le développement de la pratique sportive en aval reste à éclairer. Néanmoins nos cas nous amènent à dessiner deux manières de générer le développement de la pratique sportive dans le cas d'un événement non participatif de grande envergure, y compris au niveau local : d'une part la visibilité et la reconnaissance de la discipline dans le paysage sportif français, d'autre part la dimension idéale générée par le spectacle sportif pouvant susciter un enthousiasme (Walker, Salt, 2012), créateur de vocation, aussi appelée la théorie du ruissellement (Hindson, Gidlow, Peebles, 1994 ; Helen-Hughes, 2013).

Cette théorie allègue que les prestations des athlètes d'élite lors d'événements inspirent les autres à devenir actifs et à participer au sport (Veal, Darcy, 2014). Ce processus domine la politique sportive d'un certain nombre de pays depuis des décennies (Weed et al, 2009). C'est par exemple un des éléments principaux qui confortent le mouvement sportif, le gouvernement français et les élus parisiens dans la candidature des JO 2024. Ce phénomène est déjà une idée promue il y a plus d'un siècle par le père fondateur des Jeux Olympiques modernes, Pierre de Coubertin (Muller, Poyan, 2006).

Dans les deux cas du « LNB All Star Game » et de Roland Garros, ce lieu commun traduisant une relation naturelle entre le sport d'élite et l'adhésion fédérale perçue dans les discours ne se traduit pas de manière évidente. Pour l'un, l'événement s'inscrit dans une dynamique globale vertueuse dans la discipline. Pour l'autre, il occupe une place tellement centrale dans le modèle fédéral qu'il paraît difficile d'isoler son impact (Coalter, Taylor, 2008).

De manière générale, il semble que ces stratégies fédérales méritent d'être renforcées par le développement de politiques sportives d'incitation au niveau des ligues pour avoir un quelconque effet au niveau local. C'est bien d'ailleurs ce qui est envisagé par la fédération française de tennis et recommandé par certains auteurs anglo-saxons (Weed et al., 2009 ; Misener et al., 2015). Faute de quoi l'événement risque de rester une bulle de visibilité déconnectée de la pratique sportive quotidienne. Ceci semble d'autant plus probable qu'il apparaît que l'événement engendre un effet de cannibalisme sur le développement d'autres événements de tennis, par la lumière médiatique qu'il attire et son « omniprésence calendaire ».

Enfin, il est intéressant de noter que les volontés premières « sport outil » ou « sport finalité » importent finalement peu dans l'analyse. On peut néanmoins envisager que les événements à « sport finalité » puissent générer une identification plus forte grâce à la dramaturgie véhiculée par le spectacle compétitif (Charreton, 1985 ; Frawley, Veal, 2009 ; Walker, Salt, 2012).

6.4.2 Les événements qui organisent la pratique effective

Après avoir éclairé la manière dont les événements non-participatifs peuvent contribuer au développement de la pratique sportive, nous abordons désormais le cas plus évident des événements qui l'organisent directement. Il est à noter que ces événements peuvent aussi avoir un effet social de cohésion comme nous l'avons montré dans la partie précédente à travers « Femmes en Sport » ou le « Famillathlon ». À ce sujet, Bessy et collaborateurs (2004, 2005) ont analysé la manière dont un événement participatif contribue à l'intégration sociale des habitants de souche mais aussi des néo-résidents qui cherchent à tisser des liens grâce au bénévolat avec la population locale. Nous nous concentrons toutefois ici sur la participation sportive.

6.4.2.1 L'incitation à la pratique sportive comme concept événementiel

L'impact « sportif » dérivé de l'anglicisme « sport participation » (Taks, 2013) correspond à la volonté première de l'événement sportif « Femmes en Sport ». L'objectif est d'y développer la pratique sportive féminine. Que ce soit la pratique fédérale ou la pratique auto-organisée, il paraît impossible pour les acteurs de savoir si ce sont réellement des événements comme « Femmes en Sport » ou « La Parisienne » qui peuvent y contribuer. De plus, les questionnaires, chronophages et coûteux n'apportent sur cette dimension que peu de garanties scientifiques (Coalter, Taylor, 2008). Ceci ne nous empêche pas de constater que l'impact, même s'il existe, est probablement de faible portée compte tenu du nombre de participantes qui est de l'ordre de 2000 à 3000 femmes selon les éditions, ce qui est peu par rapport au bassin de population parisien. Nous pouvons également évoquer la mobilisation et la participation des associations sportives à un projet commun. Si en 2009 il y avait un réel travail à faire par la direction Jeunesse et Sport pour aller démarcher les associations, nous observons que 5 ans après les organisateurs se trouvent dans une position plus confortable de choix et d'arbitrage. De toutes manières, des conventions sont passées entre les comités, les ligues et la mairie de Paris. Ils sont donc généralement bien présents pour les événements portés par la municipalité. Les trophées « Femmes et Sport » contribuent également indirectement à cela. Avec une dotation en premier prix, ils représentent un levier important pour attirer les associations et initier des projets au niveau local.

En réalité, le jour de l'événement, la ville de Paris communique au travers de stands dédiés à la présentation des différents dispositifs. Si les premières années de l'existence de « Femmes en Sport » l'événement était fréquenté surtout par des pratiquantes par le biais du partenariat avec « La Parisienne », il s'avère que le profil du public a évolué significativement selon les acteurs vers un public beaucoup plus varié. Il est composé, en 2014, en grande partie de non-pratiquantes ou de « sportives du dimanche ». Cette évolution s'est faite dans le respect de la volonté première qui est bien de développer la pratique sportive féminine en mêlant des non-pratiquantes à des pratiquantes. Selon la collecte de données basée sur les entretiens semi-directifs, l'observation participante et l'analyse documentaire, nous identifions donc cet impact réellement à partir de l'année 2013, année durant laquelle l'événement a commencé à réellement se détacher de la tutelle de « La Parisienne » et à se construire sa propre identité. Il existait cependant les années précédentes, mais dans une proportion bien plus relative (« *C'est faible on a que 20 à 30 personnes qui viennent courir*

avec les coaches et les puces. Sur Paris, c'est nul. » Stéphane Heuzé à propos de cet impact en octobre 2013).

Enfin, de ce qui nous a été donné à voir en 2015 dans la dernière version, les animations ne sont plus vraiment à destination des femmes. Tous les gens qui passent sur la place des Fêtes par exemple dans le 19^e arrondissement, en grande majorité un public jeune, en profitent. Il semble qu'en voulant se rapprocher des territoires, l'événement s'éloigne de sa volonté première au profit d'une activité sportive pour tous. Les organisateurs n'ont pas réussi à créer dans la périphérie de l'événement de réelles offres de pratiques municipales dédiées aux femmes surfant sur « Femmes en Sport ». Il en existe, mais, selon les acteurs, elles ne sont pas suffisantes. L'événement reste une vitrine un peu trop déconnectée du quotidien des sportives et des parisiennes. Finalement, l'événement n'aura pas vraiment été plus qu'une vitrine. Il n'a pas permis d'initier une réelle dynamique de création de dispositifs favorisant l'accès à la pratique sportive (Bourbillères, Evrard, Charrier, 2015).

6.4.2.2 L'impact sportif indirect et involontaire de l'entreprise « La Parisienne »

La dimension résolument commerciale de « La Parisienne » traduit une approche du sport féminin phagocytée par la sphère privée marchande. Au-delà de la belle carte postale (impact patrimonial et politique) et du moment festif passé par ces milliers de femmes (impact social), il est difficile d'appréhender l'événement en termes de retombées sportives. On peut quand même constater une augmentation des courses à pied féminines ces dix dernières années. Indirectement, cet événement qui était le premier fait office de figure de proue car il a indéniablement contribué à créer un élan.

« Il y a une très forte augmentation de la proportion des femmes dans ces courses depuis 10 ans. Sur le marathon de Paris, ils sont à presque 25%. Cela n'existait pas avant on était à 5%. On ressent cela. Puis moi rien que le fait de savoir qu'il y a une centaine de courses féminines en France, je me dis que cela contribue d'une manière ou d'une autre. » Patrick Aknin, directeur de « La Parisienne ». Extrait d'entretien du 1^{er} avril 2015.

Avec le village (vendredi, samedi et dimanche), l'événement surfe sur l'actuelle popularité des disciplines telles que la zumba ou la gymnastique suédoise. Leur pratique, généralement au sein de clubs de remise en forme et d'entreprises spécialisées n'est pas accessible à toutes, compte tenu du prix d'adhésion qui peut constituer une barrière à l'entrée. De la même manière, le coût de la course traduit un positionnement commercial qui ne comporte pas d'ouverture vers des publics spécifiques, ce que regrette Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris Bertrand Delanoë, en charge des Sports de 2008 à 2014.

L'impact, s'il semble réel compte tenu de la fréquentation et des cours de coaching vendus à l'année, semble être à nuancer puisque « La Parisienne » n'intéresse « que » les femmes qui ont déjà *a priori* un accès à la pratique sportive tout au long de l'année. De plus, les groupes d'entreprises sont de plus en plus présents. Ces entreprises utilisent « La Parisienne » comme un outil de cohésion en permettant aux employées de passer un moment agréable au cœur de Paris un dimanche matin généralement ensoleillé. Dans cette démarche, la pratique sportive n'est qu'un prétexte. Mais cette tendance est regrettée par Patrick Aknin qui ne souhaite pas devenir un événement uniquement pour les entreprises. Il reconnaît cependant, que ce sont ces dernières qui lui permettent de vivre.

« De plus en plus l'entreprise domine. L'an dernier il y a 39 700 inscrites, il y avait 18 000 individuelles et 22 000 d'entreprises. Il y a un peu plus d'entreprises. Mais on tient à tout prix à garder cette parité car on pourrait grossir les entreprises, on sent qu'il y a la demande pour. Mais on ne le souhaite pas. Il faut que cela reste une course que l'on peut faire comme cela de manière spontanée. Il y a plus de 800 entreprises qui participent. On gagne notre vie là-dessus maintenant. C'est avec le 'challenge entreprise'. » Patrick Aknin, directeur de « La Parisienne ». Extrait d'entretien du 1^{er} avril 2015.

Cela tend à confirmer la dimension sociale de l'événement évoquée précédemment par la perception d'un sentiment d'appartenance qui pourrait résulter de la somme de ces mobilisations participatives. Le concept génère indirectement une émulation sportive qui s'appréhende à travers les dispositifs incitatifs déployés à l'année comme le coaching.

Pour capitaliser sur la course et cette implication importante des entreprises, « La Parisienne » développe des projets afférents tout au long de l'année, en vue de se diversifier. Les coachings en constituent la majeure partie. Il y a également des partenariats avec des offices de tourisme pour proposer des séjours thématiques²⁰⁴. Cependant, ces concepts rencontrent peu de succès et la course représente toujours 95% du chiffre d'affaires annuel. Les grosses entreprises ont des salles de sport et des entraîneurs personnels. L'événement devient l'élément principal dans la stratégie de l'entreprise. Pour continuer de grandir, elle doit rester une fête où le sport n'est qu'un outil pour attirer le plus de participantes possibles. Ce moment de fête qui surpasse la dimension sportive, n'induit pas systématiquement de suivi en aval. La musique très présente sur site, concourt à ce positionnement grand public visant à concerner les femmes, et pas uniquement les sportives.

« Pour une femme qui n'a jamais fait de sport, mettre un dossard et se mettre au départ d'une compétition ce n'est pas gagné. Ce n'est pas simple. Elles ont peur parfois, elles angoissent de tout cela... après cela passe dans le feu de l'action. La musique aide ensuite elles sont prises dans quelque chose qui les dépasse. » Alain, Tellier, directeur de la course « Courir Ensemble » à propos de l'événement « La Parisienne ». Entretien du 21 avril 2015.

L'événement parie donc sur le dynamisme et le gigantisme du dispositif pour encourager des femmes peu habituées à la pratique sportive. Cependant, les coureuses averties ne participent pas forcément à l'événement non plus. C'est notamment le cas de celles que nous avons nommé les « *joggeuses rebelles* » qui courent à proximité du site mais préfèrent slalomer entre les joyeuses coureuses du dimanche plutôt que de participer. La course, n'étant pas conçue pour faire un temps, table sur la séduction du grand public. De fait, elle génère l'exclusion de certaines des plus férues.

Enfin, la fréquentation toujours croissante de la course plaide en faveur d'un impact sur le développement du sport féminin. Cette simple observation rejoint d'ailleurs les travaux de Funk, Toohey et Brunn qui ont publié en 2008 une étude s'intéressant aux déterminants de la participation à une course de plusieurs milliers de personnes en Australie. Ils expliquent que la perception favorable du site d'accueil, son prestige et l'interaction sociale que l'on peut y trouver sont des facteurs déterminants. Cela tend à renforcer une fois de plus l'idée selon laquelle l'ancrage territorial de l'événement correspond bien à un ensemble de

²⁰⁴ Mentionnons à titre d'exemple la thalassothérapie en Ile de Ré.

facteurs relatifs aux caractéristiques de l'événement d'une part, et du territoire d'autre part. Finalement, le simple fait de participer à une expérience serait consitutif d'une forme d'impact social qui lie l'événement à son territoire hôte.

6.4.2.3 Le Famillathlon, un rendez-vous du mouvement sportif

Le « Famillathlon » est le dernier cas que nous avons sélectionné pour éclairer cette dimension. Il génère un impact sportif qui s'appréhende à un double niveau. D'un côté, il permet une mise en lumière des activités sportives. De l'autre, il peut susciter indirectement l'envie de pratiquer et entraîner une prise de licence fédérale.

« Le sport est l'outil qui permet d'aller voir plus loin et de mettre en lumière d'autres associations. » Valérie Allard, responsable des partenariats sportifs au Famillathlon. Extrait d'entretien du 31 octobre 2014.

D'après l'analyse des discours des acteurs rencontrés, le premier impact abordé ici s'est accentué au fil des années. Initialement la créatrice de l'événement ouvertement identifiée politiquement au Front National a suscité la méfiance de la mairie de Paris voyant dans le terme « famille » une connotation politique non compatible avec la « mandature Delanoë »²⁰⁵. Mais l'événement, qui a vu le jour grâce au soutien de Jean-François Lamour alors ministre des Sports en 2006, parvient à obtenir les autorisations pour s'établir sur le Champ de Mars.

Si la dimension familiale était vraiment au centre du dispositif les premières années, progressivement la dimension sportive a pris plus de place. Plusieurs raisons à cela. Tout d'abord l'événement a évolué sous l'impulsion et avec l'aide d'Evelyne Ciriegi, présidente du CROSIF et de Sport 7 (club omnisport du 7^e arrondissement). Elle a logiquement intégré de manière de plus en plus prégnante cette dimension sportive. Evelyne Ciriegi a également permis de défendre l'événement auprès du mouvement olympique, de la mairie ou de la région qui pouvaient être réticents à le soutenir au prime abord. Elle a notamment insisté sur le coup de projecteur que le projet pouvait fournir au mouvement sportif, à moindre coût. Le soutien de la sphère sportive est donc la résultante d'un effet d'opportunité corrélié à un enthousiasme de nature pour les prises d'initiative et une appétence pour les activités physiques et sportives dans le 7^e arrondissement. Pour les organisatrices, qui n'avaient aucune connaissance du mouvement sportif, c'est une aubaine.

La labellisation « Sentez Vous Sport » en 2011 a entériné la dimension sportive de l'événement. Elle a apporté de la crédibilité à l'association, qui, bien que disposant de l'agrément sport depuis la première année, ne mobilisait pas systématiquement les acteurs du mouvement sportif (fédérations, ligues, comités, clubs). De l'aveu du président du comité départemental olympique et sportif de Paris (CDOS 75) Michel Poupart, le mouvement sportif local « *n'avait pas pris au sérieux l'association quand ils ont appris que ces personnes extérieures au monde du sport avaient obtenu l'agrément* ». L'alliage original entre sport et famille est ce qui a permis l'obtention de l'agrément selon les organisatrices.

²⁰⁵ Cf. Chapitre 4.

« Les gens qui ont donné l'agrément sport c'est la direction Jeunesse et Sport et la directrice de l'époque qui trouvait ce maillage top. » Edmée de Catuelan, présidente de Famillathlon. Extrait d'entretien du 7 octobre 2014.

Enfin, le décès de la créatrice de l'événement entraîne une réorganisation de l'organigramme en 2010. Edmée de Catuelan, qui se présente comme apolitique et non militante reprend la présidence. Si le concept « famille » reste central, une ouverture vers plus de sport et de culture a progressivement lieu chaque année. En témoigne l'éviction en 2014 de Frigide Barjot qui présentait l'événement depuis plusieurs éditions, en plein pendant les manifestations contre le mariage pour tous. Sa présence devenait gênante pour la bonne tenue du « Famillathlon ».

« Mon voisin de palier qui était dans la com' à la banque de France nous a refusés à cause d'elle. Le dossier a bloqué mais en même temps... oui Frigide Barjot nous a mis une étiquette. » Valérie Allard, responsable des partenariats sportifs au Famillathlon. Extrait d'entretien du 31 octobre 2014.

Tous ces éléments concourent donc à faire du « Famillathlon » un événement de plus en plus sportif au détriment de la famille entendue dans son sens le plus idéologique (cf. chapitre 4). Les conférences par exemple, qui faisaient partie du concept initialement, sont de plus en plus rares. Elles n'ont pas réuni assez de personnes selon les organisatrices.

« À l'origine, c'était la famille. Et puis cela a pris de l'ampleur et maintenant le problème il est là. En grandissant Les politiques nous ont fait bouger, la mairie, les mouvements sportifs. Moi je trouve qu'on a gagné grâce à ce changement parce que l'on a touché d'autres personnes. Je suis fier de la manière dont nous avons évolué. » Valérie Allard, responsable des partenariats sportifs au Famillathlon. Extrait d'entretien du 31 octobre 2014.

De manière générale l'événement prend de l'ampleur et les soutiens affluent compte tenu de la possibilité pour le mouvement sportif d'obtenir une fenêtre de visibilité sur un site très touristique.

« Oui c'est beaucoup plus grand qu'avant. Les premières éditions il y avait de grandes tentes avec des conférences, je ne sais pas qui venait à ces conférences. Maintenant c'est un peu plus sportif, plus de proximité. Elles se sont réorientées pour le mieux. » Jean-Claude Coucardon, directeur de la mission des Grands Stades et de l'Événementiel, direction Jeunesse et Sport, mairie de Paris. Extrait d'entretien du 27 avril 2015.

Les comités et les ligues semblent l'aborder désormais comme un forum des sports en plein Paris. La nuance résidant dans le fait que l'animation doit être la priorité sur site et non pas l'adhésion. Cette dernière n'est pas recherchée directement bien que des prises de contact puissent s'établir. Il est très difficile d'arriver à appréhender le réel impact sportif : savoir combien de personnes ont réellement pris une licence suite au « Famillathlon » relève de l'impossible comme sur les autres dispositifs gratuits dans l'espace urbain. En outre, nous pouvons considérer que la répétition des manifestations sportives et des démonstrations (avec tous les forums des sports) en septembre peut conduire à la prise de licence fédérale. Dès lors, le « Famillathlon », pour être pertinent d'un point de vue sportif, peut être considéré comme un élément constitutif d'un portefeuille d'événements se déroulant à la

rentrée (« Sentez-vous Sport », « La Parisienne », « Femmes en Sport », « Defestival²⁰⁶ » et les forums des sports dans chaque arrondissement).

Enfin, au-delà de cet impact sur la pratique sportive, qui est par essence difficile à définir (Girginov, Hills, 2008), le « Famillathlon » est avant tout une grande vitrine gratuite pour le mouvement sportif olympique et ses disciplines. La photographie des comités devant la tour Eiffel est belle. À cet égard, des ambassadeurs envoyés par le ministère des Sports sont présents depuis 2014. Evelyne Ciriegi permet à Valérie Allard de contacter Bénédicte Rouby en 2012, conseillère auprès du secrétaire d'État au Sport, Thierry Braillard. Le fait que ce genre de porte s'ouvre à nouveau malgré le changement de couleur politique au niveau national prouve bien que la dimension sportive supplante désormais toutes autres considérations, pour une grande majorité d'élus et de techniciens.

Le « Famillathlon » est donc devenu un événement sportif à défaut de l'être dès le départ, malgré l'obtention immédiate de l'agrément et le soutien du ministère des Sports. À cet égard, le dispositif est maintenant à même, par son positionnement de plus en plus proche d'un « forum des sports », d'induire une dynamique sportive génératrice d'émulation. À l'instar des autres impacts sociétaux, l'encouragement à la pratique sportive, pour porter ses fruits, doit faire l'objet d'actions volontaristes visant à accompagner cette pratique (Girginov, Hills, 2008 ; Weed et al., 2009 ; 2015). Il s'avère que c'est le cas du « Famillathlon » qui voit dans la dimension sportive le moyen de se pérenniser. Une nouvelle fois le lien avec le territoire hôte confère une certaine attractivité au dispositif. La dynamique spatiale des événements sera d'ailleurs abordée dans le chapitre 8.

²⁰⁶ Depuis 2003, le DEFESTIVAL met en lumière la différence, toutes les différences. Plus de 10 000 personnes sont attendues chaque année pour participer à des débats, défilés, concerts, ateliers artistiques...

6.5 Emergence de projets afférents

Dans cette dernière partie relative à la dynamique sociale, nous allons nous attacher à évoquer ce que génèrent les événements sportifs étudiés en termes de projets afférents. La manière dont le projet événementiel peut générer d'autres actions permet de constater l'état de son implantation dans le système sportif local. Cette émulation correspond au potentiel qu'a l'événement à entraîner dans son sillage l'apparition d'autres événements ou projets en tout genre. C'est la raison pour laquelle, compte tenu de notre volonté d'appréhender l'ancrage territorial, le rôle catalyseur de projets d'un événement se doit d'être éclairé. Chalip (2006) parle à ce sujet de la « *création d'événements annexes* » ou « *d'opportunités sociales informelles* ». En réalité, nous verrons rapidement que cela ne s'observe que dans le cas des événements sportifs majeurs (Gratton, Taylor, 2000 ; Wilson, 2006) en faisant référence à ce que l'on trouve dans la littérature sous le concept d'héritage²⁰⁷ (Coalter, 2004 ; O'Brien, Chalip, 2007 ; Charrier, Jourdan, 2007 ; Preuss, 2007 ; Gratton, Preuss, 2008 ; Girginov, Hills, 2009 ; Rowe, 2012 ; Girginov, 2012 ; Chappelet, 2012 ; Thomson, Schlenker, Schulenkorf, 2013). L'étude sur l'impact social de l'Euro 2016 à Paris et en Seine Saint-Denis, coordonnée par Charrier et Jourdan et à laquelle nous prenons part a aussi donné lieu à un recensement extensif des points d'impact des projets intégrés au programme d'accompagnement, ou développés localement (plus de 600 au total en région Ile-de-France).

6.5.1 Les programmes d'accompagnement, l'apanage des grands événements sportifs ?

Cette « émulation » profondément liée au contexte que représentent la mise en réseau, le rayonnement et les moyens du projet contribue à l'impact social de l'événement. Toutefois, cet impact n'est pas observé sur la majorité des événements qui constituent nos cas. Certains événements sont par définition déjà des appels à projets. Ils visent, par leur simple opérationnalisation, à mutualiser des initiatives d'animations sportives voire culturelles (« Famillathlon », « Femmes en Sport », dispositif des « Berges de Seine »). La course cycliste du 14^e arrondissement est un événement à budget limité qui ne s'étend pas au-delà de son modeste dispositif. D'autres ont un cahier des charges plus précis mais, de la même manière, ils ne génèrent pas de projets en dehors de l'événement et de sa temporalité (« Charléty sur Neige », « La Parisienne »). Ils communiquent allègrement pendant l'événement sur des dispositifs portés par la structure organisatrice tout au long de l'année. C'est le cas des autres actions menées par Handicap International ou le coaching proposé par « La Parisienne ». Cette dernière cherche à développer son offre de prestations de services à l'année, mais, de l'aveu même du directeur cela reste une portion congrue des recettes de l'entreprise par rapport à ce que rapporte l'événement. Ces projets qui sont en lien avec le statut juridique du porteur sont des offres commerciales ou des activités caritatives distinctes des événements sportifs qui nous intéressent. Ils ne sauraient être constitutifs d'émulation au sens d'éléments générés par l'événement en amont et en aval par d'autres acteurs. En conséquence, un seul événement est réellement actif sur cette dimension du fait de son rayonnement et de son budget : Roland Garros. Nous parlerons donc essentiellement

²⁰⁷ Traduction de "legacy".

de ce cas dans cette partie. Le tableau comparatif suivant reprend les éléments identifiés par le prisme de cette dimension sur nos événements.

Volonté Première	Evénement	Programme d'accompagnement de l'événement
Spectacle compétitif	Roland Garros	<ul style="list-style-type: none"> • Dans le cadre du programme de RSE et de certification « qualité » de l'événement la fédération propose un programme d'accompagnement complet à destination des clubs et des enfants en particulier. • Système d'appel à projet expérimenté depuis 2015. • Animations autour du recyclage dans le cadre d'une réflexion « écoresponsable ».
Organisation de la pratique	Femmes en Sport	<ul style="list-style-type: none"> • Programme d'animations gratuites de la ville en lien avec l'événement (surtout les premières années car peu effectif en réalité).
Animation de l'équipement	Charléty sur Neige	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de projets en plus.
Organisation de la pratique	Course cycliste 14 ^e	<ul style="list-style-type: none"> • Course en levée de rideau envisagée mais jamais concrétisée. • Pas de projets en plus
Animation de la vie locale	Berges de Seine	<ul style="list-style-type: none"> • Le dispositif des « Berges de Seine » est par définition un appel à projets permanents. • Evénements sportifs organisés temporairement parfois en lien avec un événement sportif majeur (coupe du monde de rugby, Euro 2016).
Animation de la vie locale	Famillathlon	<ul style="list-style-type: none"> • Conférences sur le thème « famille » (surtout les premières années).
Caritatif et social	Courir Ensemble	<ul style="list-style-type: none"> • D'autres projets sont portés par le relais parisien d'Handicap International comme la « pyramide de chaussures » mais rien en lien direct avec l'événement.
Commercial	LNB All Star Game	<ul style="list-style-type: none"> • Des projets portés par la FFBB mais rien en lien direct avec le « LNB All Star Game ».
Commercial	La Parisienne	<ul style="list-style-type: none"> • Séances de coaching afférentes à l'événement (compris dans l'offre commerciale).

Tableau 45 : analyse des événements sportifs par le prisme de l'émergence des projets afférents

La question des programmes d'accompagnement s'observe surtout dans le cas des événements sportifs majeurs (Gratton, Taylor, 2000). Ils font d'ailleurs l'objet d'études comme les travaux de Girginov (2012) et Weed et collaborateurs (2013 ; 2015) sur le programme d'héritage des JO de Londres 2012 ou encore l'étude en cours menée par le laboratoire « Sport Politique et Transformation Sociale » (SPOTS) du laboratoire CIAMS de l'Université Paris Sud, à laquelle nous prenons part sur l'Euro 2016²⁰⁸. Ces programmes incitant le développement de projets sportifs et culturels en marge de l'événement sportif principal sont de plus en plus utilisés comme l'indiquent les travaux sur la coupe du monde de rugby 2007, en particulier à Saint-Denis (Charrier, Jourdan, 2009). Cependant de manière plus générale, beaucoup de travaux pointent le manque de réflexion stratégique autour de l'organisation stricte de l'événement (Rowe, 2012).

Un rapport portant sur l'expérience à retirer des études d'impact d'événements sportifs a été fait pour le gouvernement écossais en 2012²⁰⁹. Il en ressort que beaucoup de projets comportent en amont des objectifs d'héritage social, mais peu sont opérationnalisés en termes de priorité ou de répartition des ressources. Ce manque de planification explicite est pris au sérieux dans le cadre de Roland Garros qui a obtenu à ce titre la norme ISO 20121 correspondant au référentiel international sur les systèmes de management responsable appliqués à l'activité événementielle.

6.5.2 La locomotive Roland Garros

Seul Roland Garros donc, génère l'apparition de projets afférents s'apparentant à un programme d'accompagnement de l'événement international. Toutefois, bien que la fédération française de tennis encourage le développement de ces initiatives à travers la communication d'appel à projets²¹⁰, il n'existe pas de formalisation d'un programme d'accompagnement à proprement parler. L'existence de ces projets est pourtant bien constitutive d'une forme d'émulation autour de l'événement qui s'appréhende en relation avec sa dimension internationale.

La fédération propose généralement le samedi précédent le début du tournoi une « journée des enfants ». Il s'agit d'une journée caritative où les champions du tournoi disputent des matchs d'exhibition sur les différents courts du stade, agrémentés d'animations et d'invités surprises. Depuis 2010, la FFT soutient, à travers les bénéficiaires de cette journée, les clubs affiliés qui mènent des actions dans les domaines social et solidaire (incluant notamment depuis 2013, les actions en faveur de la santé et du bien-être). La journée des enfants rapporte plusieurs dizaines de milliers d'euros comme l'illustre le tableau ci-dessous.

²⁰⁸ Nous aurons l'occasion de revenir en fin de thèse sur cette étude coordonnée par Dominique Charrier et Jean Jourdan à laquelle nous prenons part depuis l'automne 2015 pour le compte de la ville de Paris, la ville de Saint-Denis et le département de Seine-Saint-Denis. Nous travaillons en particulier sur les thématiques de la mobilité urbaine, des jeux d'acteurs ou de l'implication des habitants lors de l'accueil de l'Euro 2016 à Paris et Saint-Denis.

²⁰⁹ Legacy Lessons from Past Large-Scale Services. Research Findings. No. 1/2012.

²¹⁰ <http://www.fft.fr/fft/pole-educatif-social-et-solidaire/pole-educatif-social-et-solidaire> (consulté le 29 mars 2016).

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Montant recette de la journée	387 638 €	454 580 €	472 540 €	450 614 €	479 560 €	420 967 €
Taxe sur les spectacles	-46 145 €	-54 185 €	-56 340 €	-53 709€	-57 182€	0
Frais d'organisation FFT	-170 000 €	-173 400 €	-176 868€	-180 405 €	-184 013 €	-187 693 €
Soit un total à répartir	171 486 €	226 995 €	239 332€	216 500 €	238 265 €	233 274 €
Subvention Fête le Mur	68 594 €	90 798 €	95 733€	115 000 €	100 000 €	100 000 €
Subvention Tennis en Liberté	42 872 €	56 749 €	59 833€	20 000€	20 000€	20 000€
Subvention Actions fédérales : appel à projets	60 020 €	79448€	83 766€	71 500€	118365€	113 274 €

Tableau 46 : les recettes générées par la journée des enfants en marge de Roland Garros de 2010 à 2015

Concrètement, les clubs lauréats se voient attribuer une aide financière à hauteur de 50 % du budget de l'action réalisée (au maximum) et des fonds propres pour le club engagé dans l'action. Ce soutien peut être complété par une médiatisation sur les supports de communication fédéraux. Quatre thématiques sont concernées :

- tennis quartiers (jeunes uniquement)
- tennis handisport (jeunes et/ou adultes)
- tennis adapté (jeunes et/ou adultes)
- tennis sport-santé et bien-être (jeunes et/ou adultes)

Le tableau ci-dessous présente un recensement global des projets afférents à l'événement de 2010 à 2014 : opération « balles jaunes » (recyclage des balles de tennis²¹¹), journée des enfants, actions sociales et solidaires. Bien que la tendance soit croissante, il apparaît que le nombre de clubs actifs reste faible à l'échelle nationale. En effet, seuls 272²¹² clubs font des actions solidaires en 2014 autour de l'événement sur les 7 854 clubs²¹³ affiliés à la fédération. Cela correspond à 3 clubs sur 100. En 2015, 219 clubs ont répondu à l'appel à projet dont plus de la moitié était en lien avec le tennis adapté (15 % le tennis handisport ; 11 % le tennis sport santé bien-être ; 10 % le tennis quartier).

²¹¹ Depuis 2009, l'opération « Balle Jaune », action phare de la fédération française de tennis en matière de développement durable, permet de recycler les balles de tennis usagées pour les transformer en sols sportifs.

²¹² Source : document interne FFT.

²¹³ Source : fft.fr

	2014	2013	2012	2011	2010
Journée des enfants de Roland-Garros					
Nombre de clubs ayant répondu à l'appel à projets	176	129	86	86	75
Bénéfices de la Journée des enfants de Roland-Garros reversés	238 365	216 500	239 332	226 995	171 486
Actions sociales et solidaires					
Nombre total de clubs référencés sur la base fédérale proposant au moins une action sociale ou solidaire	272	238	132	–	–
Nombre d'enfants aidés chaque année Tennis en Liberté, Fête le Mur, Soyez sport, Premiers de cordée, clubs FFT	5 607	8 355	7 639	15 161*	6 943*
Nombre d'adultes aidés chaque année Clubs FFT	1926	1119	–	–	–
Opération Balle Jaune					
Nombre de balles collectées	1 400 000	1 320 000	1 115 000	831 000	610 000
Surface de sols souples réalisés (m2)	562,5	1204	1862	1413	120
Matériel et équipement des clubs					
Nombre de références intégrant des critères de développement durable dans le catalogue de la Centrale du club	plus de 100	18	17	13	7

* chiffre estimatif pour 2010 et 2011

Tableau 47 : recensement des projets à dimension sociale autour de Roland Garros.

En 2015, 194 clubs (soit 89 % des répondants) ont été aidés. Cela touche concrètement 5681 personnes dont 3395 enfants. À l'étude de ces chiffres on constate que de plus en plus de clubs répondent et bénéficient de ce dispositif. Ce renforcement se double d'une nouvelle opération apparue en 2015 qui se nomme « jour de tennis ». Cette action nationale de promotion du tennis qui se déroule pour la première fois le samedi 30 mai 2015 se tient au cœur du tournoi Roland Garros.

« Une journée d'accueil de tous les publics pour les clubs affiliés à la FFT et pratiquer le tennis dans une ambiance conviviale. Un accompagnement fort de la FFT, une campagne de communication nationale, une mise à disposition de supports d'aide à l'organisation et à la promotion de l'événement et des conseils personnalisés. Pourquoi jour du tennis ? Pour recruter de nouveaux licenciés pour profiter de la vitrine de Roland Garros, idéale pour donner l'envie de jouer. Pour fidéliser les licenciés actuels pouvant être investis dans l'organisation et participer à cette journée conviviale. ». Extrait d'appel à projets de la fédération française de tennis aux clubs.

Enfin, le dispositif gratuit « Roland Garros dans la ville » qui se tient au Champ de Mars permet un marquage très symbolique dans l'espace public et conforte la place de l'événement dans l'inconscient collectif parisien. Plus concrètement, c'est le moyen de sortir de l'enceinte du stade pour aller à la rencontre des parisiens, et des touristes. Le rayonnement de l'événement permet à la fédération d'obtenir un soutien inconditionnel des élus. La seule contrepartie est la mise en place de ce dispositif gratuit dressé au pied de la tour Eiffel, avec un terrain en terre battue, des animations partenaires (Longines, Lacoste, BNP Paribas) et un écran géant.

Les projets afférents à l'événement sont nombreux et relativement divers ce qui a permis à la fédération d'obtenir en 2014 la certification ISO 20121. Pourtant, à écouter certains élus

et techniciens de la ville de Paris, il semble qu'il y a toujours une marge de progression pour faire du prestigieux tournoi un réel levier d'actions sociales et solidaires, au-delà du tennis. Le souhait de Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, était par exemple de développer davantage les dispositifs auprès des écoles, de rapprocher le scolaire et le fédéral... ce qui est très difficile à mettre en place. C'est ce que reconnaît Hughes Cavallin dans le *verbatim* suivant. Il évoque notamment la difficulté en termes d'infrastructures et de motivations.

« L'événement, s'il n'est pas relayé par du concret, reste un événement. Trois semaines après on n'en parle plus. Il faut développer le dispositif dans la durée, le faire vivre pendant et surtout après. Cela est compliqué. On peut inciter mais on n'est pas réellement en capacité. La sphère éducative doit prendre le relais. Il y a combien d'écoles à Paris ? On le fait déjà avec une cinquantaine de classes, une dizaine d'écoles... On peut toujours faire plus ». Hughes Cavallin, vice-président de la fédération française de tennis, président de la ligue de tennis de Paris, trésorier du CROSIF, extrait d'entretien du 6 mai 2015.

Selon le vice-président de la fédération, il est difficile d'aller plus loin sur cette dimension par manque de moyens et de temps. La sphère éducative doit venir en soutien encourager, soutenir puis prendre en charge le développement de ces initiatives. Eric Lajugie explique qu'il est quand même de la responsabilité de la ligue de ne pas faire plus redescendre le tournoi dans les clubs et écoles dans Paris et l'Ile-de-France. Selon lui, Roland Garros reste encore trop à un niveau symbolique, une bulle qualifiée d'inaccessible sur laquelle repose tout le modèle mais que les entités déconcentrées ne parviennent pas à s'approprier. À première vue, il semble que l'événement et la fédération, ne peuvent, sans le soutien effectif des organes déconcentrés, imaginer ensemble des initiatives autour de Roland Garros. Faudrait-il encore que cela corresponde à la stratégie fédérale qui motive en premier lieu l'organisation du tournoi (impact économique).

« Franchement c'est complètement déconnecté... mais plus je vous écoute, plus je me dis que c'est de notre faute, nous la ligue et c'est normal que cela reste au niveau de la symbolique. Roland Garros ne peut peut-être pas faire autrement et ce n'est pas leur rôle. Ils s'occupent de leur tournoi, c'est normal. C'est à nous d'inventer la vie qui peut aller avec. Pour l'instant cette vision n'existe pas au niveau fédéral, cela est certain. Peut-être qu'il n'y a pas la volonté de sortir réellement d'Auteuil. Si l'on arrive avec un projet bien réfléchi d'une vingtaine de pages, clés en main, il est probable qu'ils nous expliquent que ce n'est pas ce vers quoi on veut aller. » Eric Lajugie, conseiller en développement à la ligue de tennis de Paris, en charge des relations avec les scolaires et des animations, extrait de l'entretien du 3 octobre 2014.

Pourtant, la ville de Paris serait très intéressée de voir ce genre d'initiatives émerger autour de Roland Garros. Jean Vuillermoz l'explique en présentant ce qui s'est mis en place entre la ligue et la ville de manière générale, en dehors du tournoi. Même son de cloche du côté de la ligue, convaincue de l'intérêt de la ville pour ce type d'initiatives, mais aussi consciente du manque de temps et de moyens.

« La question c'est de savoir comment continuer à démocratiser le tennis. C'est mieux mais il y a encore une image assez aristocratique au niveau de la population. Pour continuer à aller dans ce sens, il faut faire en sorte que le tennis aille dans les quartiers populaires. Alors la ligue de Paris a fait beaucoup de choses. On les a notamment aidés à se développer dans le

nord-est parisien, puisqu'un des centres d'entraînement est maintenant à la porte des Lilas. » Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, extrait d'entretien du 3 avril 2015.

« Eux, ils seraient intéressés par ce genre de choses parce que dès que l'on leur propose une idée, ils sont partants. L'idée est superbe... mais on en a une par jour. Ce ne sont pas les idées qui nous manquent, c'est du temps, des moyens et voilà. Les idées c'est bon. » Eric Lajugie, conseiller en développement à la ligue de tennis de Paris, en charge des relations avec les scolaires et des animations, extrait de l'entretien du 3 octobre 2014.

Au-delà du soutien financier apporté aux actions solidaires menées par les clubs, c'est le projet « Roland Garros dans la ville » qui est le plus visible à l'échelle parisienne et porté concrètement par la FFT. Bien qu'il rencontre du succès, il n'est pas de très grande envergure et se concentre sur le parvis de l'hôtel de la ville puis au Trocadéro (depuis 2 ans). Il n'y a donc pas de volonté, derrière la mise en place du dispositif, de créer du lien dans les quartiers populaires, de l'insertion, de faire des internationaux de France un événement pour tous. Au lieu de cela, on reste sur des espaces stratégiques de Paris, très forts symboliquement. Il y a donc bien une volonté de faire sortir l'événement des portes d'Auteuil, mais la perspective mercatique, sous-tendue par le positionnement « prestige », fixe nécessairement l'image du tournoi dans les sites touristiques et prestigieux.

« Ce que j'aurai souhaité c'est que l'on mette des mini-tennis sur l'ensemble des esplanades des mairies d'arrondissement. Après, le problème c'est qui paye ? Toujours la même chose. Avec Hughes Cavallin, on était totalement d'accord pour réaliser cela. Mais là encore, c'est vrai qu'il faut que la ville s'investisse. Sinon c'est toujours dans le même sens. Roland Garros est un outil de pratique pour la fédération mais en contrepartie on demande qu'il y ait un travail avec les clubs et les scolaires. On se sert de l'événement pour faire locomotive pour faire cela. Mais on ne le fait clairement pas assez. » Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, extrait d'entretien du 3 avril 2015.

Globalement, nous soulignerons qu'il est quand même assez paradoxal de constater qu'il existe de nombreux projets entre la ville et la ligue de tennis de Paris, alors même que l'événement phare semble créer une forme d'inertie. La question de la gouvernance et du porteur de projet se pose ici. Il y a un renvoi de balle mutuel condamnant la plupart des initiatives. Des tentatives ont été faites à plusieurs reprises mais les projets dépendent des moyens, du temps et de l'implication des acteurs qui peuvent les mettre en œuvre. Visiblement, ces conditions ne sont pas réunies dans la capitale.

« Même si un moment j'ai fonctionné avec Philippe Saada... On s'est rencontré et on a eu envie de développer quelque chose ensemble mais normalement cela n'aurait pas dû se faire comme cela et d'ailleurs c'est pour cela que l'on a essayé de mettre en place plein de projets et que 9 sur 10 ne verront jamais le jour. Ce n'est pas passé par les bons canaux, par les bonnes personnes. Les gens ne sont pas impliqués, donc ils ne peuvent pas s'approprier le projet même si on a essayé de le faire on n'a jamais pu. Il n'y en a qu'un qui a marché, c'est le tennis du cœur : faire faire du tennis aux bénéficiaires des restos du cœur. Le reste est tombé à l'eau. » Eric Lajugie, conseiller en développement à la ligue de tennis de Paris, en charge des relations avec les scolaires et des animations, extrait de l'entretien du 3 octobre 2014.

Ce manque de connexions et de volontés dans la mise en place de projets découle de jeux d'acteurs minimalistes voire conflictuels (pour ce qui est de la concession). Ils consacrent la situation d'autonomie revendiquée analysée dans le chapitre 4. Les deux entités que sont la fédération française de tennis et la ville de Paris sont structurées par des canaux hiérarchiques formels. La concrétisation d'un projet est soumise à de nombreuses étapes de validation aux deux niveaux, rendant complexe l'opérationnalisation. En s'établissant sur la dimension « luxe/prestige/histoire », la fédération de tennis ne fixe pas la priorité sur ce type d'initiatives.

En revanche, un programme d'accompagnement à destination des clubs existe et se révèle assez riche. Il s'attèle à promouvoir notamment des actions de tennis adapté et d'insertion qui lui permet d'obtenir la certification ISO 20121. À cet égard, Roland Garros génère bien des externalités sociales par l'émulation qu'il génère dans certains clubs. Ce qui fonctionne moins réside dans la mise œuvre d'un partenariat pérenne débouchant sur des actions avec la ville de Paris. Au final, les seules velléités d'un technicien de la ligue ou de la ville ne suffiront pas à créer les conditions d'émergence de ces projets. Comme le dit de manière très pragmatique Jean-Claude Coucardon : « *pourquoi voulez-vous qu'ils montent en puissance ou qu'ils fassent plus... ils sont déjà complets et gagnent des millions.* »

Synthèse de la dynamique sociale

Pour chercher à comprendre les mécanismes générateurs de dynamique locale, nous nous concentrons sur la relation entre le projet événementiel et son territoire. Il s'avère que les caractéristiques de ces projets tout autant que celles de la ville de Paris semblent régir l'ancrage de l'événement. Cela renvoie à questionner la méta-structure du territoire (Di Méo, 1990) c'est-à-dire l'ensemble des rapports sociaux et spatiaux propre à chaque individu et qui le rattache au monde. Pour éclairer cela, nous avons choisi d'observer la manière dont le projet crée du dynamisme par le prisme de différentes dimensions repérées sur le terrain. La première, particulièrement riche, est la dynamique sociale. En nous appuyant notamment sur les travaux de Taks (2013) qui repère différentes formes d'impact social nous avons mis en lumière plusieurs dimensions : création de réseau d'acteurs, célébration participative et cohésion sociale (mixités), formation de capital humain, impact sur la pratique sportive, émergence de projets afférents.

En choisissant de commencer par analyser la dynamique sociale, nous avons souhaité faire le trait d'union avec la partie 2 relative aux jeux d'acteurs. Le processus de mise en réseau que nous avons éclairé nous a amené à analyser en détail les 9 cas et à repérer des interactions plus ou moins vertueuses en fonction de volontés politiques, stratégiques et surtout de la formation d'un intérêt commun. Ces relations sont constitutives d'une forme d'impact social, puisque le projet événementiel peut être à la base d'un réseau d'acteurs qui va contribuer à la vie locale. C'est la raison pour laquelle nous l'avons intégré dans cette première dimension sans la détailler de nouveau.

Dans un deuxième temps, nous avons évoqué la manière dont l'événement, en créant une synergie des attentions et des enthousiasmes, construit un temps partagé. Nous avons ainsi montré que l'intensité du moment vécu, l'attente et l'excitation peuvent créer une forme de sentiment d'appartenance (ou communautaire) par l'émergence d'un territoire vécu (Di Méo, 2001) basé sur le partage d'une expérience commune, aperçue notamment sur « La Parisienne ». La réflexion autour de Roland Garros a permis de nuancer ce concept qui, n'étant pas traité du côté de la demande, ne peut être mesuré. Toutefois, les avis divergents parmi les organisateurs et les acteurs de la vie sportive parisienne sur la prétendue « fête » de Roland Garros nous ont amené à souligner la prégnance des valeurs du projet et la manière dont elles se donnent à voir.

Dans un troisième temps, le terme de « mixité sociale » a été débattu notamment pour évoquer, dans le cas de certains projets, sa fonction « légitimatrice ». Nous avons ensuite souligné plusieurs formes de mélange des populations : mixité homme/femme, mixité sociale basée sur le quartier de résidence, mixité inter-générationnelle, mixité sportive (entre valides et handicapés). Encore une fois, nous soulignons l'importance des caractéristiques inhérentes au lieu et à l'événement pour expliquer le dynamisme relatif à ces dimensions. Par exemple, une feuille de route gouvernementale²¹⁴ reprise par Anne Hidalgo en début de mandat, invite à éviter les grands événements basés sur une

²¹⁴ <http://www.education.gouv.fr/cid66455/egalite-professionnelle-entre-les-femmes-et-les-hommes-feuille-de-route-du-ministere.html&xtmc=mixite&xtnp=1&xtr=10> (consulté le 28 mars 2014).

discrimination positive. Pourtant, la ville de Paris soutient pleinement « La Parisienne » à la faveur de son rayonnement médiatique.

Dans un quatrième temps, nous avons vu que le capital humain par l'exemple des salariés et des bénévoles est aussi un impact social qui structure le territoire : *a minima* il met en mouvement les individus, au mieux il renforce leur compétence et leur expérience. Le bénévolat peut d'ailleurs permettre d'initier un impact social auprès de la population locale en adhérant à un projet motivant, valorisant et surtout partagé en commun (Chappelet, 2004). Le cas nuancé de « Courir Ensemble » a permis de mettre en débat ces effets prétendument vertueux en soulignant les évolutions de la fonction de bénévole dans l'association.

Dans un cinquième temps, la question de l'impact sur la participation sportive a été traitée. Les événements non-participatifs, suggérant une « théorie du ruissellement » par le potentiel catalyseur du sport d'élite sur le sport de masse révèle des limites évidentes s'il n'y a pas une connexion forte avec le terrain et les organes déconcentrés. À cet égard, l'émergence de volontés stratégiques et de politiques volontaristes pour entretenir l'activité sportive quotidienne s'avère cruciale. Ceci est d'autant plus vrai que Roland Garros par exemple, vecteur de projets afférents semble avoir un effet de cannibalisme sur les projets événementiels de la discipline. Les événements participatifs quant à eux génèrent logiquement une pratique effective qui peut renforcer l'expérience vécue et le désir de revenir sur site (Kaplanidou, Vogt, 2007 ; Chen, Funk, 2010).

Dans un sixième temps enfin, l'émergence de projets afférents, éclairée seulement par Roland Garros, compte tenu de la stratégie volontariste de responsabilité sociétale (appels à projet et soutien financier d'actions solidaires et sociales) ne se traduit pas par un programme d'accompagnement de la pratique au quotidien dans les écoles parisiennes dont l'événement pourrait être le moteur (Misener, Mason 2006), au regret des élus locaux.

Pour conclure cette réflexion autour de la dynamique sociale, rappelons que l'événement sportif vient impacter la dimension idéale du territoire de plusieurs manières. En mélangeant les publics, en créant de la participation sportive, du capital humain ou un temps de célébration collective, il devient le support d'une cohésion vectrice de structuration du territoire par l'alimentation d'un « territoire vécu ». L'ancrage territorial, par cette dimension vient mobiliser le concept d'identité locale (McGabe, 2006) qui constituerait le liant entre l'événement sportif, son impact social et les caractéristiques du territoire. L'identité locale est définie comme « *le sentiment d'appartenir à un groupe ou à une communauté, catégorisés de manière positive et influençant le concept de soi dans un contexte social* » (Lee et al., 2013). Ainsi, plus l'événement va générer de cohésion, plus il va être source de récits, d'expériences et de souvenirs qui forment et diffusent une représentation locale (Farge, 2002). Se déplacer, sortir de son quartier/arrondissement est aussi une transformation de la relation au territoire (Di Méo, 2001 ; Green, Jones, 2005). Le territoire vécu s'enrichit dès lors d'un territoire « expérimenté » ou « exploré ». Certains événements sportifs donnent accès à d'autres espaces et élargissent de ce fait les territoires quotidiens des individus (Gavari-Barbas, 2000 ; Lefebvre, Roullet, 2013). L'intensité et la récurrence de ces processus au niveau local peuvent consacrer au projet événementiel une dimension consubstantielle (Bessy, 2013), par laquelle il devient à la fois le moteur et l'effet du territoire.

Chapitre 7 : La dynamique économique locale

Nous avons vu que la dynamique sociale induite de différentes manières par un événement sportif, impacte le territoire vécu par l'émergence d'une expérience commune. Cette reconnaissance du territoire à travers des attributs idéels peut également être nourrie par une croyance de la population dans les bienfaits économiques d'un projet événementiel. Ce, d'autant plus, lorsque l'impact est réel, les flux générés sur le territoire consacrent l'événement comme partie prenante de la communauté locale. Pour identifier cela, nous entendons le terme « économique » à travers deux indicateurs : le budget et les retombées de l'événement. Appréhendés par estimation de manière qualitative, ils permettent de représenter la manière dont l'événement parvient (ou non) à injecter du dynamisme dans le circuit économique locale (Bourg, Gouguet, 1998, 2012). Le cas échéant l'événement peut devenir le nœud à la base duquel apparaissent des interactions formalisées par des flux économiques entre acteurs. En conséquence, l'événement sportif récurrent qui fait partie du territoire au sens large, devient une ressource pour son développement.

En abordant les différents effets inhérents aux événements sportifs analysés dans cette thèse, l'impact économique est clairement le mieux décrit dans la littérature. Nombreuses sont les études d'impact des événements sportifs à traiter cette dimension, notamment des grands événements sportifs (Burns, Hatch, Mules, 1986 ; Burgan, Mules, 1992 ; Gratton et al., 2000 ; Preuss, 2005 ; Allmers, Meaning, 2009 ; Gouguet, Barget, 2010 ; Maennig, Zimbalist, 2012 ; Charrier, 2012). Cependant, Dwyer et Jago (2006) entre autres, expliquent qu'il « *n'y a pas de cadre méthodologique clair et précis dans la mesure de l'impact économique* ». Crompton (2006) avance même que l'essentiel de ces études sont des instruments de « *manigance politique* »²¹⁵, destinés simplement à légitimer des choix politiques hasardeux. Son constat se base sur une analyse des études d'impact économique aux États Unis dans les années 1990 sur les grands événements et les grands équipements sportifs. Il conclut son étude en affirmant que l'argument pour obtenir des subventions substantielles est de mettre en avant les bénéfices économiques qui pourraient en résulter, en utilisant volontairement certains biais visant à grossir l'estimation soi-disant scientifique de l'impact. En effet, nombreux sont les auteurs qui ont entrepris de répertorier ce type d'erreurs (Baade, Dye, 1990 ; Crompton, 1995 ; Andreff, 2012). Prenant le contrepied, Gratton et contributeurs synthétisent le rapport 2004 du « Sport Industry Research Center » sur 16 études d'impact économique d'événements sportifs et constatent globalement un effet d'entraînement économique réel pour le territoire. D'autres auteurs restent plus réservés : Baade (1996), Porter (1999), Crompton (2006) ou Kasimati (2003).

Le débat continu d'être animé. Plus récemment en France, le Centre de Droit et d'Economie du Sport de Limoges et l'entreprise Kénéo ont mené une étude d'impact *ex ante* et *ex post* de l'Euro 2016. L'étude *ex ante* commandée par l'UEFA et réalisée 2 ans avant la compétition, mérite par exemple de se lire avec ce recul analytique. Elle conclut sur une prévision de plus d'un milliard d'euros de retombées. L'information est reprise largement sur de nombreux sites internet²¹⁶, laissant même penser que l'Euro est à lui seul à même, de

²¹⁵ Plus précisément il emploie le terme « shenanigans ».

²¹⁶ « L'euro 2016 rapporterait 1,2 milliard d'euros à la France », Le Monde.fr, le 29.01.2016, ou encore « L'Euro 2016 devrait redonner des couleurs à l'économie française », Le Figaro.fr le 29.01.2016.

« *redonner des couleurs à l'économie française* »²¹⁷. Peu cherchent à mettre en perspective les éventuelles limites d'une telle estimation²¹⁸. Finalement, en janvier 2017, le rapport final annonce un impact économique à l'échelle de la France de 1,22 milliards d'euros. De nombreux économistes comme Richard Duhautois²¹⁹ restent circonspects face à ce chiffre. Si la littérature est fournie sur ce domaine, il reste difficile d'estimer l'ampleur de ces retombées avec un bon degré de précision. Cela est notamment dû aux différents types d'événements sportifs et aux différentes configurations d'acteurs (Djaballah, Hautbois, Desbordes, 2015). Holger Preuss explique qu'il « *est impossible et même faux d'affirmer l'effet global des différents JO avec un bénéfice ou un déficit [...] le vrai résultat sera obtenu en mesurant les infrastructures, les dimensions sociales, politiques, économiques, sportives d'une ville, d'une région ou d'un pays, ce qui est impossible* » (Preuss, 2006).

Ce constat nous rappelle à quel point il est important de traiter cette thématique avec prudence. Nous prenons également le temps d'exposer ce débat en introduction pour justifier notre démarche. Comme nous y invite Preuss (2006), notre réflexion autour de l'impact économique s'inscrit au sein d'une vision transversale. Dans notre cas il ne s'agit pas d'aborder l'impact économique comme une fin en soi, ni même de faire une étude d'impact économique. Nous cherchons à utiliser les tendances générées par cette dimension pour éclairer la notion d'ancrage territorial. Cette dernière ne peut, à notre sens, se construire sans référence aux flux économiques suscités par le projet événementiel. Dès lors, nous nous questionnons sur les mécanismes qui font de l'impact économique un levier de l'ancrage territorial. Quels sont les mécanismes qui contribuent à ancrer un projet événementiel sur le territoire ? Quelles différences percevons-nous selon les types de projets ?

Il est d'autant plus intéressant de traiter cette dimension qu'elle semble être trop souvent considérée uniquement dans le cas des grands événements sportifs (Dwyer et al., 2005). Or, rien n'indique qu'il ne puisse pas s'agir d'une donnée à part entière nous renseignant sur le dynamisme du projet événementiel, y compris à des échelles inférieures. Tyrell et Johnson (2001) ont comparé les études d'impact économique d'événements sportifs organisés sur le même territoire entre 1985 et 1997. Notons au sujet de cette étude qu'il existe autant de types d'impact et de processus de diffusion sur un territoire que de types d'événements et de configurations locales.

Un regard comparé sur la diversité des événements indique d'ailleurs la nécessité d'opter pour une prise de recul analytique, considérant la nature des retombées par rapport aux statuts juridiques des porteurs de projet. Plus encore que la volonté première, c'est cet indicateur qui induit une catégorisation assez évidente parmi notre échantillon. Nous observons ainsi trois types d'événement de ce point de vue. Ceux qui génèrent des retombées (« Roland Garros, « La Parisienne », « LNB All Star Game ») portés par des acteurs privés marchands ou non marchands, ceux qui s'équilibrent (« Course Cycliste du 14^e », « Courir Ensemble », « Famillathlon ») portés par des associations, et ceux qui coûtent (« Femmes en Sport », « Charléty Sur Neige », « Berges de Seine ») portés par l'acteur public.

²¹⁷ Le Figaro du 29 janvier 2016.

²¹⁸ « L'Euro 2016 a-t-il un intérêt économique ? », Le Point.fr, le 09.02.2016.

²¹⁹ http://www.francetvinfo.fr/sports/foot/euro/le-benefice-economique-de-l-euro-2016-est-forcement-mal-evalue_2010785.html (consulté le 12 janvier 2017).

Nous observons également une relation évidente entre le budget de l'événement et les retombées économiques (« Roland Garros, « La Parisienne », « LNB All Star Game »). En outre, certains événements en s'appuyant sur un impact promotionnel et médiatique (Charrier, Jourdan, 2009) contribuent à forger l'image et l'attractivité du territoire (Hautbois, Desbordes, Pierce 2010 ; Chamard, Liquet, Mengi, 2013 ; Chamard et al., 2014).

Il semble également nécessaire de distinguer les retombées économiques qui peuvent générer des flux sur le territoire, des retombées sous forme de chiffre d'affaires qui servent uniquement au profit des parties prenantes à l'organisation de l'événement. C'est le cas pour le « LNB All Star Game » qui profite à Sport Plus Conseil, à la ligue nationale et à la société de gestion de la salle de Bercy. Néanmoins, le fait de s'inscrire, même de manière très limitée, dans le circuit économique du territoire constitue un élément d'ancrage certain. L'événement peut dès lors être vu comme un nœud qui génère des interactions financières basées sur des prestations. C'est le cas par exemple de « La Parisienne » à l'échelle de la capitale qui crée des emplois et mobilise l'implication financière de certaines entreprises.

De manière générale, on considère dans la littérature que trois catégories de dépenses peuvent être à l'origine d'une injection monétaire liée à un événement sportif (Jeanrenaud, 1999) : les dépenses des visiteurs (spectateurs habitant hors de l'espace local), les investissements en infrastructures sportives et non-sportives, les dépenses d'organisation. Le tableau comparatif ci-dessous présente synthétiquement les événements à la lumière de cette triple dimension qui éclaire donc à la fois les recettes et les dépenses.

Volonté Première	Evénement	Impact économique :
		1- dépenses des visiteurs (estimation recettes billetteries et tourisme) 2- investissement en infrastructures sportives et non sportives 3- dépenses d'organisation
Spectacle Compétitif	Roland Garros	1- 289 millions d'euros de PIB en 2012 dont 277 M€ à l'agglomération parisienne. ²²⁰ 2- 340 millions d'euros pour le projet de modernisation du stade Roland Garros (dont une subvention de 20 millions d'euros de la ville de Paris). 3- 160 millions d'euros (dont 28 Millions de primes aux joueurs).
Organisation de la pratique	Femmes en Sport	3- 30 000 € (budget d'organisation de l'événement mis à disposition par la direction Jeunesse et Sport).
Animation de l'équipement	Charléty sur Neige	3- 200 000 € (budget d'organisation, distribué suite à un appel d'offre sous forme de prestations de service pour une grande part à l'UCPA).
Organisation de la pratique	Course Cycliste 14 ^e	3- 4500 € (budget d'organisation conjoint : le Club du Paris Cycliste Olympique et l'office du mouvement sportif qui obtient des subventions de la mairie du 14 ^e arrondissement).
Animation de la vie locale	Berges de Seine	3- 5000 € (cout d'organisation moyen estimé d'une manifestation sportive sur le site. Si l'on intègre ce coût dans le cout de fonctionnement global du dispositif ce montant est dérisoire puisque le budget d'aménagement est de 40 millions d'euros et celui d'entretien et de fonctionnement correspond à 5 millions d'euros par an supporté par la ville de Paris).
Animation de la vie locale	Famillathlon	3- 80 000 € (budget fonctionnement de l'association).
Caritatif et social	Courir Ensemble	3- 30 000 € (budget organisation de l'événement provenant du fonctionnement du relais bénévole parisien d'Handicap International).
Commercial	LNB All Star Game	1- 2,4 millions d'euros (chiffre d'affaires estimé). 3- 2 millions d'euros (financement par la LNB).
Commercial	La Parisienne	1- 2,2 Millions d'euros (chiffre d'affaires estimé). 3- 1,75 million d'euros (hors frais de fonctionnement de la société et personnel de l'agence).

Tableau 48 : analyse des événements sportifs par le prisme de l'impact économique direct

²²⁰ Le chiffre d'affaires du tournoi se monte à 187,3 millions en 2014, dont 35% provient des droits de retransmission télévisée.

À l'observation de ce tableau on constate une nouvelle fois la disparité qui existe entre les projets événementiels de notre échantillon. Certains génèrent des retombées financières par le chiffre d'affaires, la recette de billetterie ou les droits télévisés. Toutefois, elles ne sont pas toutes redistribuées de la même manière sur le territoire. À l'exception de Roland Garros qui génère un afflux de touristes hors de la « base » venant dépenser dans le circuit économique local (hôtel, restauration), tous les autres événements rémunèrent uniquement les porteurs de projet. Que ce soient « Femmes en Sport », « Charléty sur Neige » ou les événements organisés sur les berges de Seine, tous représentent un coût pour la collectivité. Leur seule organisation suscite l'apparition de flux constitués par des interactions avec les prestataires ou les fournisseurs, indispensables à la concrétisation du projet événementiel. Ces relations peuvent constituer un socle d'ancrage territorial, mais ne sont pas considérées comme génératrices d'impact économique comme ce dernier est entendu dans la littérature (Andreff, 2012).

Dans une première sous-partie (7.1), nous allons présenter les mécanismes qui génèrent l'impact économique direct des événements sportifs les plus actifs sur cette dimension. Les événements qui disposent d'un budget plus important permettent logiquement de générer plus de retombées économiques directes. Nous aborderons également le cas des événements qui représentent un coût pour la collectivité. Que ce soient des recettes ou des dépenses, ces flux économiques n'en restent pas moins des éléments d'ancrage évidents.

Dans une seconde sous-partie (7.2), nous évoquerons les retombées économiques « indirectes » qui peuvent se traduire par un impact à moyen ou long terme (Coalter, Taylor, 2008). Nous verrons à cet égard que des formes d'impact singulières apparaissent. Le gain économique est envisagé de manière différée par le développement territorial et l'attractivité économique générée par le projet événementiel.

7.1 L'impact direct

7.1.1 L'impact économique direct : un ancrage tangible

Peu d'événements dans notre échantillon génèrent un impact économique direct. De la même manière que pour les projets afférents, c'est Roland Garros qui présente le plus d'éléments tangibles à ce niveau. Nous n'irons pas loin dans l'analyse de cette dimension compte tenu de notre volonté de traiter plus en détail les dimensions immatérielles largement moins abordées par ailleurs dans la littérature. De plus, rien dans notre méthodologie ne nous permet de dresser avec précision les contours d'un impact économique. Sans entrer trop dans le détail, nous allons énumérer les tendances et les mécanismes par lesquels elle se matérialise sur Roland Garros et le « LNB All Star Game ».

Selon un cabinet d'étude missionné par la FFT en 2012²²¹, Roland Garros en quelques chiffres c'est :

- Près de 4 700 personnes directement impliquées en 2012 (pour 680 ETP).
- 289 millions d'euros de PIB en 2012 qui ont bénéficié à hauteur de 277 millions d'euros à l'agglomération parisienne.
- Un projet de modernisation qui devrait permettre un gain marginal cumulé de 340 millions d'euros.
- 32% du poids du tennis français.

Il est intéressant de noter que ces chiffres, repris par la fédération pour communiquer sur l'impact de l'événement prévoient un gain économique territorial de presque 300 millions d'euros chaque année. Sans revenir sur la légitimité ou la précision de ces études largement contestée dans la littérature scientifique (Crompton, 1995, 2006 ; Porter, 1999 ; Andreff, 2012), la tenue de l'événement, par la mise en réseau de différents acteurs génère des flux financiers au niveau local. Ainsi, le rayonnement de cet événement invite à considérer cet impact comme significatif d'un point de vue qualitatif. Plus que la valeur du chiffre, nous insistons sur le fait qu'il existe par nature. C'est la raison pour laquelle il semble que ce soit une donnée à prendre en compte dans la définition de la notion d'ancrage territorial. L'événement devient un nœud de connexions qui génèrent des interactions et des flux financiers. À ce titre, il est implanté au niveau local en étant un élément à la fois partie et moteur du territoire, comme nous l'avons illustré avec les projets afférents développés et le nombre de partenaires mobilisés.

L'impact économique réside aussi dans la stratégie de RSE de la fédération sur le tournoi et des gains qui en découlent. Le *verbatim* suivant expose bien cela.

« La dimension économique est largement intégrée dans la dimension environnementale sur les différents gains. Sur la réduction de consommation de ressources, c'est évident. Le tri coûte cher, mais cela fait partie de notre responsabilité... les réductions papiers, d'eau, d'électricité je ne vois pas à qui cela ne profite pas ! Au contraire c'est incroyable, nous avons fait des réductions monstrueuses. » Viviane Fraisse, cheffe de projet du pôle Responsabilité Sociétale, fédération française de tennis, extrait d'entretien du 10 juin 2015.

²²¹ Rapport Interne FFT, pas d'étude économique globale depuis à notre connaissance.

Beaucoup de travaux sur l'impact économique s'appuient sur la théorie de la base, une théorie économique urbaine développée dans les années 1950 (Hoyt, 1954, 1961 ; North, 1955 ; Thiebout, 1956). Selon cette théorie, le développement d'un espace donné dépend de ses activités d'exportation (en termes d'emploi, de population et de richesse en général). Ainsi l'événement sportif peut être considéré comme une activité basique par les déplacements de populations et les dépenses de nature touristique qu'il engendre (Barget, 2001). L'étude d'impact commence donc par le choix d'un espace pertinent d'analyse et l'impact mesuré n'a de sens que par rapport à ce niveau territorial (Barget, Gouguet, 2012). En effet, pour « *mesurer l'impact économique des activités basiques, il faut recenser les flux monétaires entrants et sortants d'un territoire délimité* » (Bourg, Gouguet, 1998). Par exemple, les spectateurs de Roland Garros qui ne sont pas franciliens s'insèrent dans le territoire basique en consommant (repas, hôtels, billets, produits dérivés) et en générant des flux économiques qui n'auraient pas existés sans la tenue du projet événementiel. C'est la raison pour laquelle la dimension géographique est liée à l'espace et au développement local ou régional (Thiebout, 1956).

L'enjeu, par cette méthode, consiste à repérer le secteur « basique » qui est constitué d'activités inductrices générant un circuit spatialisé autour d'une base économique. Ce constat tient du fait que nous questionnions moins ici le sens de ces interactions en termes de jeu d'acteurs ou d'implication pour le contribuable que la réalité intrinsèque de ces flux qui ancrent théoriquement et territorialement le projet événementiel sportif dans la communauté locale.

Le « LNB All Star Game », événement commercial porté par des structures privées (ligue nationale de basket-ball et sport plus conseil) présente un impact économique qui reste logiquement consigné à ses parties prenantes. Pour appréhender ce que génère le projet nous pouvons raisonner à partir du budget (700 000€) et des recettes de billetterie (15 500 spectateurs * 35€ la place en moyenne soit 542 000€). En ajoutant à cela la perception des droits de diffusion et d'autres partenariats nous nous approchons théoriquement du seuil de rentabilité. Il est à noter que les premières places sur cet événement sont à 16€²²² ce qui en fait un des événements les plus accessibles de l'année à Bercy.

Les retombées pour le territoire en revanche nous paraissent dérisoires, et surtout peu pertinentes à traiter puisque l'essentiel des achats se fait dans l'enceinte. Surtout, les bénéfices éventuels sont partagés entre Sport Plus Conseil (opérateur) et la LNB (propriétaire de la marque), les opérateurs privés qui organisent cet événement commercial. C'est le cas exemplaire d'un événement qui s'appuie sur une dimension de « sport outil » (spectacle en l'occurrence) pour faire des bénéfices. Toutefois, ce type de retombées économiques n'est pas constitutif d'ancrage territorial car il est circonscrit aux seules parties prenantes à l'organisation. C'est la raison pour laquelle les flux économiques s'opèrent dans un circuit fermé mobilisant peu d'acteurs. Ce modèle est donc peu enclin à générer des vagues successives d'injection économique sur le territoire hôte (Weinmann, Monnin, 1999).

Dans les années 1990, lorsque la LNB était directement en charge de l'opérationnalisation, l'événement ne pouvait en aucune mesure être un gouffre financier pour la ligue, la contrainte budgétaire était importante. Compte tenu des moyens limités dont elle disposait,

²²² 14€ grâce au partenariat FNAC, si adhérent.

le dispositif était en conséquence bien plus modeste. L'arrivée des opérateurs privés dans le montage organisationnel marque le moment de rupture entre l'événement itinérant qui s'essouffle et le spectacle à guichets fermés que nous connaissons. Mais l'objectif de l'événement a évolué ces dernières années avec l'apparition d'impératifs de rentabilité comme en témoigne le *verbatim* ci-dessous.

« Avant c'était plus un événement type 'promotion'. Désormais, c'est un événement qu'il faut rentabiliser. On ne veut pas perdre d'argent. Puisqu'il faut continuer de grandir, le budget a considérablement augmenté depuis 2002. Les dépenses c'est nous. La salle déjà est un poste important, cela a augmenté. Avec la nouvelle version, on pensait que ce serait pire que cela. Puis toutes les animations bien sûr et l'enrobage. » Benjamin Garot, Sport Plus Conseil. Extrait d'entretien du 22 avril 2015.

Ainsi, il semble que l'événement ait connu une réorientation dans la mesure où les volontés premières ont muté. Nous sommes passés d'un objectif promotionnel à un objectif de rentabilité. Dès lors, l'investissement de Nike²²³ vise à engendrer des retombées médias tout en atteignant un point d'équilibre. Cette évolution est d'autant plus intéressante qu'elle s'accompagne d'une volonté continue de faire croître l'événement. La multiplication par quatre du budget « *entertainment* » en atteste. Autrement dit, si les premières années le financement du « LNB All Star Game » pouvait être perçu comme une dépense promotionnelle pour la marque à la virgule, il s'agit aujourd'hui d'en faire un événement de marque qui dispose d'un modèle économique viable et pérenne. L'événement assume pleinement sa dimension commerciale, c'est un moyen de financer la ligue et les sponsors impliqués.

Du côté des prestataires, « La Parisienne » contribue aussi à générer des flux économiques. Que ce soit les entreprises privées ou les associations, toutes sont rémunérées. Ce montage permet de créer indirectement de l'injection primaire dans la sphère des associations sportives de proximité qui vont participer à la fête en jouant de la musique, en proposant une démonstration ou des massages. C'est le cas par exemple en 2013, alors que le thème était le Japon. Les associations d'arts martiaux parisiennes ont été conviées, ce qui peut permettre de créer de manière indirecte et temporaire une dynamique dans ces disciplines par la visibilité d'une part, les revenus liés aux prestations sur site d'autre part. Néanmoins, l'impact économique reste peu perceptible du point de vue du territoire puisque les bénéfices reviennent à l'organisateur qui assume sa dimension commerciale²²⁴. 100 000€ sont reversés chaque année à la recherche médicale, ce qui ne suffit pas à en faire un événement caritatif, comme c'est parfois dit à tort dans les médias²²⁵.

Nous rappelons qu'il existe de nombreux biais dans la mesure de l'impact économique des grands événements sportifs conduisant généralement à une surestimation (double comptage, effet d'éviction, les reports dans le temps, etc.). Cela est particulièrement bien montré par Crompton (1995, 2006) ou Preuss (2006) qui illustrent les différentes erreurs et soulignent les limites des études « privées » commandées par les porteurs de projet. Par exemple, dans le cas de Roland Garros, un parisien qui va acheter des places pour se rendre

²²³ Notons que le partenariat a cessé en 2015 pour aboutir à une délégation totale du projet à Sport Plus Conseil.

²²⁴ Patrick Aknin, directeur de « La Parisienne ». Extrait d'entretien du 1^{er} avril 2015.

²²⁵ Laurent Delahousse au JT 13h France 2 du 13 septembre 2014. cf. note d'observation Chapitre 2.

au tournoi va générer une dépense au niveau local qui aurait pu être utilisée différemment (une sortie au théâtre ou au restaurant) sans l'existence de l'événement sportif. On parle dans ce cas « *de transfert de dépenses* » (Andreff, 2012). On doit également faire la distinction entre l'injection nette et brute. Par exemple un spectateur non-résident achète un bien sur le territoire qui a été importé en amont de l'extérieur, il s'agit donc d'une opération quasi nulle pour le territoire. Seule la marge bénéficiaire du commerçant résidant sur le territoire représentera une source de richesse supplémentaire (nette). En conséquence nous proposons ici une analyse restreinte à l'identification d'une injection de flux économiques dans le circuit local.

7.1.2 Des opportunités d'emploi

L'emploi, déjà abordé en filigrane dans le chapitre 6 lorsque nous évoquons la formation du capital humain (Lee, Cornwell, Babiak, 2013) s'appréhende aussi d'un point de vue économique. Sans reprendre les données avancées précédemment, notons quelques tendances éclairant l'impact économique lié à la création d'emploi.

L'organisation de « La Parisienne » crée des postes de court terme puisque tous les « bénévoles » (c'est le terme employé par l'organisateur) sont rémunérés. Ils sont 1500 chaque année, avec un comité de pilotage organisationnel de 25 personnes (dont 15 CDI). Cette volonté de rémunération est motivée par le niveau d'exigence qui peut être requis dans la prestation.

Le tournoi de Roland Garros, bien qu'il repose en grande partie sur le bénévolat par respect des valeurs amateurs et de la passion désintéressée, génère environ 4700 emplois chaque année. Si l'on peut identifier des créations d'emplois internes au tournoi, il faut aussi évoquer les emplois créés ou non dans toutes les entreprises qui gravitent autour des Internationaux de France : journalistes pigistes, ambassadeurs des sponsors ou entreprises de BTP déléguées, au gré des travaux et des rénovations. Certaines entreprises impliquées dans l'événement en tant que prestataires sont particulièrement pourvoyeuses d'emplois. C'est le cas d'Adecco, de France Télévisions, d'Eurest ou encore de Sodexo. Les investissements nécessaires au projet de rénovation du stade permettent l'emploi annuel moyen de 900 personnes entre 2014 et 2020 et génèrent 180 millions d'euros de PIB supplémentaire.

Certains auteurs (Baade, Dye, 1990 ; Rosentraub et al., 1994) se sont penchés sur la relation entre les manifestations sportives et l'emploi. L'étude de Rosentraub et collaborateurs est très pertinente à cet égard puisqu'elle porte sur le programme de développement économique d'Indianapolis dont la composante centrale de la stratégie de développement économique dans la fin des années 1980 est le sport et en particulier l'accueil d'événements. C'est un cas très intéressant (et rare) pour observer les effets à long terme du sport. L'étude consiste à observer l'impact des manifestations sportives en comparant l'évolution du niveau d'activité économique d'Indianapolis entre 1977 et 1989 à celui d'un groupe de référence, constitué de neuf villes similaires en termes de taille, de structure économique et de localisation géographique. Si la stratégie d'Indianapolis a permis une croissance des emplois dans le secteur du sport amateur et professionnel largement supérieure à la moyenne, il n'en va pas de même pour l'emploi global. En effet, la croissance des emplois totaux n'y est pas plus forte que dans les villes du groupe de référence. Ce résultat

s'expliquerait par le développement d'emplois concentrés dans le secteur des services, mal payés et peu qualifiés. Cette hypothèse, également émise par Baade et Dye (1990), quelques années avant, semble donc se confirmer dans le cas d'Indianapolis. Pour Rosentraub et collaborateurs, la stratégie d'Indianapolis n'a pas conduit à une croissance des emplois supérieure à celle observée dans les villes du groupe de référence. Bien que les emplois étroitement liés au sport aient augmenté de manière significative, l'importance de ce secteur reste trop faible pour provoquer une croissance à long terme de l'emploi total. D'autres études menées sur les Jeux Olympiques viendront confirmer ce caractère temporaire des hausses d'emploi (Brunet, 1995 ; Weed et al., 2015).

Roland Garros est dans une situation relativement différente puisqu'il s'agit d'un événement à la fréquence de récurrence annuelle. Cependant, bien que les offres d'emploi soient réelles, rien n'indique que l'événement, malgré les millions qu'il génère d'après les études d'impact économique existantes, n'ait les moyens de contribuer à la hausse de l'emploi de manière pérenne. Le projet de modernisation vient offrir des opportunités conjoncturelles dans le secteur du BTP, mais celles-ci semblent bien circonscrites à la temporalité de la rénovation. Pour le reste, il s'agit d'emplois de courte durée sur la période d'organisation et de déroulement du tournoi. D'après les données que nous avons pu récolter sur cette dimension (analyse documentaire et entretiens), il semble que l'emploi dans ce cas est surtout un outil de formation et d'élargissement de compétences pour de nombreux étudiants.

Il ne faut donc pas tomber dans l'écueil consistant à surestimer cet effet largement dilué dans le bassin parisien parmi les milliers d'emplois de très courte durée et d'intérim. Néanmoins, il ne s'agit pas non plus de l'occulter totalement, puisqu'en offrant des opportunités, il contribue directement à approvisionner le territoire sur lequel il s'implante et à créer une relation tangible. Pour pouvoir le mesurer concrètement, il serait nécessaire d'observer le nombre de recrutement par la FFT chaque année sur le moyen terme (5 ans au moins) en identifiant la provenance des recrutés. Ce travail, et seulement celui-ci permettrait d'identifier l'impact en termes d'emploi sur la communauté locale. Dans notre cas, sa simple évocation parmi les nombreux effets de l'événement sportif, nous suffit à le considérer comme un élément constitutif d'une forme d'ancrage territorial.

Ainsi, que ce soient par des dépenses ou par des recettes, on ne peut pas remettre en question la tangibilité des flux économiques, territorialement ancrés et délimités, qui sont générés par certains projets événementiels sportifs. En conséquence, nous sommes prudents quand nous mentionnons les chiffres de Roland Garros, par exemple, que nous ne considérons que d'un point de vue informatif soulignant une tendance. Cette dernière indique la pertinence heuristique de la notion d'impact économique favorisant l'ancrage territorial de l'événement. Les relations entre l'organisateur d'un événement et ses parties prenantes sont à l'origine de son impact économique sur un territoire donné. L'évaluation et l'optimisation de cet impact sont essentielles pour l'organisateur, les collectivités territoriales et les acteurs locaux (Barget, Ferrand, 2012).

7.1.3 La contribution économique de l'événement par ses dépenses d'organisation

La « course cycliste du 14^e arrondissement » et « Charléty sur Neige » sont des événements qui ne génèrent pas d'impact économique au sens des dépenses des spectateurs. Ils n'en ont pas la vocation. Cependant leur montage organisationnel basé sur une budgétisation partagée révèle, selon nous, des enjeux qui méritent d'être abordés. Au niveau du circuit économique local, on parle d'un impact économique basé sur les dépenses d'investissement et d'organisation (Jeanrenaud, 1999).

Le cas de la course cycliste du 14^e arrondissement tout d'abord, montre bien que le seul élément important à retenir sur cette dimension est la recherche de l'équilibre pour un événement sportif associatif de ce type. Il est de plus en plus difficile pour le club organisateur²²⁶ de prendre en charge l'ensemble de l'organisation. Le concours de l'office pour le Mouvement Sportif (OMS) à travers la mairie d'arrondissement du 14^e arrondissement est indispensable pour sa pérennisation. En conséquence, la mise en réseau se traduit par des jeux d'acteurs favorables au maintien de l'événement qui représente l'atout essentiel de sa survie²²⁷.

Les interactions observées lors de cet événement, qualifiées de « synergie pérennante » plus tôt dans cette thèse (cf. chapitre 3), sont induites par une entente financière (60% par le club, 40% par l'OMS environ). Bien que le coût de l'événement soit maîtrisé, la course représente 20% du budget annuel de l'OMS. Lorsque l'on remet en perspective ce budget face au caractère éphémère précédemment explicité, on peut se questionner sur la pertinence de soutenir cette course par rapport à une autre dépense en faveur de l'accès à la pratique sportive dans l'arrondissement. Ce soutien s'explique donc par des stratégies politiques qui concourent à soutenir l'événementiel sportif, au cas par cas, à la faveur de conditions contextuelles et locales favorables. En l'occurrence, elles sont inhérentes à la nature de la discipline et au terreau local, abordés plus en détail dans le chapitre 9 relatif à la dimension patrimoniale.

Dans le cas de « Charléty sur Neige », l'événement est financé par la ville de Paris mais n'est pas porté dans son organisation par la filière sportive. Un appel d'offre public est lancé chaque année par la direction des achats de la mairie. C'est l'offre économiquement la plus avantageuse appréciée en fonction des critères énoncés dans le cahier des charges qui est retenue. Les prestations sont fractionnées en 6 lots qui peuvent être achetés ensemble ou séparément. Les prestations sont financées par le budget de la ville, sur les ressources propres²²⁸. On constate une relative homogénéité quant à l'enveloppe attribuée par la ville pour cet événement chaque année autour de 200 000€²²⁹. La manière dont le marché a été réparti en 2014 est détaillée dans le tableau ci-dessous.

²²⁶ Paris Cycliste Olympique (PCO).

²²⁷ C'est la dernière course de cyclisme dans Paris intra-muros, hors Tour de France.

²²⁸ Extrait de l'avis n°14-149668 publié au BOAMP.

²²⁹ 209 950€ en 2007, 195 965€ en 2013 et 201 418€ en 2014.

Opérateurs	Lot n°1	Lot n°2	Lot n°3	Lot n°4	Lot n°5	Lot n°6	Total
UCPA	x	x	x	x			165252€
Marcel Campion					x		12000€
Prisme Event						x	24166€
							201418€.

Tableau 49 : détail du coût de l'édition 2014/2015 de « Charléty sur Neige » par opérateurs²³⁰

Cet événement est présenté comme un outil devant répondre à la sous-utilisation sportive du stade de 20 000 places en milieu urbain. Les événements sportifs compétitifs, organisés par la sphère privée, dans ce stade comme ailleurs, ne contiennent pas nécessairement d'objectifs sociaux, politiques, sportifs ni même économiques en amont. Pourtant, ils font l'objet de la majorité des études d'impact. Les événements sportifs municipaux, créés sur la base de volontés politiques, sont conçus pour induire des effets *ex post* (corriger une situation, palier à un manque). Curieusement, les études d'impacts sur ce type de dispositifs sont très rares. D'un point de vue économique, l'événement n'est pas rentable comme tout événement municipal gratuit, il représente même un coût. Mais il faut mettre cela en perspective. Dans le cas présent, il s'agit d'un coût visant à faire fonctionner un stade de 20 000 places en dehors de sa vocation sportive. Plutôt qu'être une source de bénéfices pour la ville, l'équipement par l'intermédiaire de ce type de dispositif va *a contrario* nécessiter une dépense supplémentaire.

En retraçant brièvement l'histoire de l'événement²³¹, nous constatons une certaine linéarité dans le concept et la fréquentation. L'événement s'est implanté dans le calendrier en tant que rendez-vous incontournable pour les centres de loisirs. Depuis sa création, il est toujours très fréquenté par les jeunes parisiens. La gouvernance, quant à elle, n'a jamais évolué. Si les deux premières années semblent être des années de réglages, dès 2008, les activités sont plus nombreuses et préfigurent les éditions à venir. En 2014, ce qui nous est donné à voir sur site nous paraît cependant plus modeste que ce qui est décrit au sujet des éditions précédentes. Mais si l'on constate un changement dans les animations, cette fluctuation ne se constate pas à l'étude des coûts de la manifestation. Un entretien avec le porteur de projet nous confirmera que l'organisation se fait désormais dans un contexte de coupes budgétaires, mais que ce projet n'est pas affecté.

L'événement n'a pas été le fer de lance d'une déclinaison d'événements sportifs sur toute l'année (hormis deux événements dont un qui a disparu en 2012), alors que c'était un souhait émis en 2006²³². Le concept de l'événement faisant vivre l'équipement ne fonctionne donc pas dans le temps, hormis pour celui-ci qui comporte par nature une dimension universelle, intemporelle, liée aux fêtes de fin d'année. « Charléty sur Neige » est donc un projet événementiel pour lequel la ville dépense, mais qui ne rapporte pas de retours

²³⁰ Extrait de l'avis n°14-149668 publié au BOAMP

²³¹ cf. Chapitre 2.

²³² Interview de Jean-Claude Coucardon, responsable de la mission des Grands Stades et de l'Événementiel à la DJS de Paris et directeur de Charléty, dans le Parisien en 2006.

tangibles. Cependant, la gestion « *peu dispendieuse du site* » selon les termes de Jean Vuillermoz²³³ permet toujours l'existence de ce type de dispositifs d'intérêt général.

En organisant l'événement, la ville mobilise des prestataires privés et injecte des flux économiques dans le circuit économique local. Cependant, toutes les entreprises ne sont pas domiciliées à Paris, par conséquent le flux économique est certain mais sa spatialisation l'est moins. Un travail précis sur cette dimension de l'impact économique nécessiterait d'éclairer plus particulièrement cet aspect²³⁴. Dans notre cas, rappelons une nouvelle fois qu'il s'agit surtout de traiter la diversité des effets observés que nous considérons potentiellement constitutifs d'ancrage territorial.

7.2 L'impact économique indirect

Après avoir analysé les mécanismes par lesquels l'événement sportif peut contribuer à injecter des flux économiques directs sur le territoire hôte, voyons dans cette partie ceux qui vont induire un effet indirect. Nous ne traiterons pas du calcul du multiplicateur, outil classique des études d'impact visant à repérer les vagues d'injection successives dans l'économie locale à moyen terme (Gouguet, Barget, 2010). Comme l'indique Tyrell et Johnson (2001), il existe autant de types d'impact et de processus de diffusion sur un territoire que de types de manifestations sportives, de disciplines et de contextes géographiques et temporels. Une nouvelle fois, nous privilégierons une approche qualitative d'identification et de compréhension des mécanismes inhérents à l'implantation d'un événement sportif sur un territoire. Ainsi, le tableau comparatif synthétique ci-dessous nous renseigne sur la manière dont nos cas s'établissent sur la dimension du rayonnement médiatique constitutif d'une forme d'impact indirect car différé dans le temps

²³³ Extrait d'entretien du 03/04/15 avec Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014.

²³⁴ Nous renvoyons ici à la théorie de la base (Hoyt, 1954, 1961 ; North, 1955 ; Thiebout, 1956) et à l'identification du circuit des flux économiques.

Volonté Première	Événement	Rayonnement de l'événement : 1- médiatique (média au niveau territorial le plus élevé à communiquer sur l'événement). 2- commentaire d'appréciation
Spectacle compétitif	Roland Garros	1- mondial (150 chaînes TV dans 200 pays) 2- Roland Garros bénéficie d'un engouement très important des médias. Des études internes valorisent l'impact touristique de l'événement, soutenu par les élus de Paris : « <i>Roland Garros nous intéresse beaucoup pour l'attractivité. C'est l'image de Paris, la carte postale. Cela attire concrètement</i> » Pascal Cherki, maire adjoint au sport de la ville de Paris de 2001 à 2008.
Organisation de la pratique	Femmes en Sport	1- la ville (supports médias de la ville) 2- événement qui valorise une politique publique sportive au niveau de la ville de Paris. Effet d'image politique : « <i>dynamisme et incitation à la pratique sportive pour toutes</i> ».
Animation de l'équipement	Charléty sur Neige	1- national (JT 20h) 2- événement qui valorise une politique publique sportive au niveau de la ville de Paris. Effet d'image politique : « <i>on s'occupe des enfants parisiens qui ne partent pas en vacances</i> ».
Organisation de la pratique	Course Cycliste 14 ^e	1- la ville (un entrefilet dans Le Parisien) 2- événement qui organise la discipline, qui a la particularité de la rendre visible dans l'espace public urbain. Effet d'image : « <i>discipline traditionnelle et quartier actif</i> ».
Animation de la vie locale	Berges de Seine	1- région (supports médias de la ville et du grand Paris) 2- événement qui a vocation à redonner de l'espace patrimonial aux parisiens. Effet d'image politique : « <i>carte postale parisienne recherchée par la ville, Artevia et surtout la fédération qui vient organiser son événement</i> ».
Animation de la vie locale	Famillathlon	1- région (communication via CROSIF et les comités sportifs régionaux) 2- événement qui profite de l'image du Champ de Mars, impact médiatique restreint à la région qui en profite pour mettre en lumière le mouvement sportif sur un site patrimonial. Image la ville sportive.
Caritatif et social	Courir Ensemble	1- national (JT national TF1 et/ou France 3) 2- événement qui valorise une cause et profite de l'espace de visibilité pour faire communiquer sur les actions de l'association. La renommée d'Handicap International permet la venue des médias. Effet d'image : « <i>cohésion sociale, mixité sportive</i> ».
Commercial	LNB All Star Game	1- national (retransmission gratuite chaîne TNT) 2- événement qui met en scène l'élite du basket-ball français. Le repositionnement à Paris au début des années 2000 donne une nouvelle dimension au projet qui attire les sponsors et profite du prestige de la capitale. Effet d'image important pour redonner de l'attractivité à la discipline : « <i>la fête grand public du basket-ball de l'année en France doit être Paris</i> ».
Commercial	La Parisienne	1- national (JT 13H et 20H) 2- événement récupéré politiquement dans les discours et la communication pour valoriser l'image dynamique et soucieuse de l'égalité homme/femme de la ville de Paris. Effet d'image : « <i>carte postale de 40 000 femmes faisant la fête en musique au pied de la tour Eiffel : dynamisme, cohésion, Paris</i> ».

Tableau 50 : analyse des événements sportifs par le prisme de l'impact économique indirect

Sans surprise, nos cas sont particulièrement différents sur cette question du rayonnement médiatique. En conséquence, ils vont éclairer de manière singulière la question de l'impact économique indirect et en particulier l'effet d'image par son potentiel générateur de développement territorial (Bouchet, Bouhaouala, 2009 ; Hautbois, Desbordes, 2011). Nous observerons dans une première partie les mécanismes qui déclenchent cet « effet d'image » porteur d'impact touristique. Ensuite, nous aborderons les cas d'événements qui recherchent une forme d'attractivité par un effet d'image : « Courir Ensemble » avec le don différé et le « LNB All Star Game » avec les sponsors.

7.2.1 L'effet d'image et les retombées touristiques

Pour Coalter et Taylor (2008), le principal effet qui s'appréhende à moyen/long terme, concerne « *les notions de notoriété et de positionnement d'image permises par la couverture médiatique associée aux événements sportifs, qu'ils soient de grandes ou de petites tailles* ». Selon Hede (2005), si la couverture médiatique d'un événement sportif concerne prioritairement les épreuves sportives c'est aussi le moyen d'y insérer des images ou des reportages sur le territoire d'accueil, créant si possible une image positive (Chen, Funk, 2010). On peut notamment mentionner le renforcement de l'image attractive de la ville de Paris par les images de la tour Eiffel pendant Roland Garros confortant la destination de prestige qu'est la capitale. C'est en partie cette visibilité qui justifie le soutien des élus face à la possible délocalisation du tournoi. À un degré moindre en raison de la couverture « seulement » nationale de l'événement, « La Parisienne » éclaire le caractère dynamique²³⁵ que l'on reconnaît à la ville²³⁶.

À long terme, cette image territoriale soutenue par les collectivités locales (Hautbois, Desbordes, 2011) peut générer, par son attractivité, un dynamisme économique auquel ses événements sportifs auront indirectement participé. À cet égard, l'événementiel sportif contribue au développement du territoire puisqu'il attire, soit pour participer, soit pour regarder (Hall, 1992 ; Gibson, 1998). Dans les deux cas, l'image du territoire est ressentie et formalisée par des flux économiques générateurs de développement territorial (Chappelet, 2004).

Au sujet de la couverture médiatique, Roland Garros bénéficie d'un engouement très important des chaînes. En 2013, 15 300 heures de couverture TV dédiée (+ 13 % en 2012) dont une majorité, retransmises en direct²³⁷ par plus de 150 chaînes dans quelque 200 pays pour une audience potentielle de 3 milliards de téléspectateurs, en font un des événements sportifs internationaux le plus suivi. Les directs représentent plus de 66 % de la diffusion totale du tournoi (4 917 des 7 400 heures de diffusion), sont en direct, le reste est partagé

²³⁵ Selon une étude du cabinet PwC, Paris se classe au 1^{er} rang mondial pour la qualité de vie et propose l'une des scènes culturelles et artistiques les plus dynamiques de la planète : des événements de renommée mondiale tout au long de l'année, une foule d'événements locaux et de fêtes de quartier, 1^{ère} du classement annuel QS des meilleures villes étudiantes en 2013, 2^e réseau de commerces de proximité le plus dense au monde, etc.

²³⁶ « Paris dispose d'un environnement politique stable, d'infrastructures et de réseaux de communication de premier ordre, de prestations sociales remarquables et d'un excellent système d'éducation. (...) Paris se démarque comme l'une des économies les plus diversifiées. À cet égard c'est une métropole mondiale dynamique ». Global Cities Investment Monitor 2013, KPMG.

²³⁷ Cela représente environ 8h par jour sur les chaînes du service public pendant deux semaines.

entre différés, rediffusions et résumés. Ces chiffres, un peu datés²³⁸, indiquent malgré tout une tendance qui se maintient ces dernières années autour des 2 millions de téléspectateurs en moyenne. En 2013, près de 22 millions de Français au moins ont suivi une heure de Roland Garros sur l'une des chaînes du service public selon Médiamétrie²³⁹.

Ce rayonnement médiatique exceptionnel semble se traduire par un impact touristique notable. D'après l'étude d'impact interne à la fédération de 2013, il est à noter que « *sur les 28 % de spectateurs étrangers, 90 % ont indiqué n'être venus que pour le tournoi Roland-Garros* ». Cela permet donc de faire découvrir la France à des spectateurs étrangers et de faire naître chez certains l'envie d'y revenir (Kaplanidou, Vogt, 2007). Par exemple, « *6 spectateurs étrangers sur 10 venus pour la première fois en Île-de-France et dont l'unique motif était d'assister à Roland-Garros déclarent souhaiter revenir en France* ». Lors de notre observation participante sur site, nous avons constaté la présence de nombreux étrangers en soulignant un public « cosmopolite ». Les élus politiques parisiens en sont bien conscients.

« Roland Garros nous intéresse beaucoup pour l'attractivité. C'est l'image de Paris, la carte postale. Cela attire concrètement. » Pascal Cherki, député PS de la 11^e circonscription de Paris, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2001 à 2008, extrait d'entretien du 26 juin 2015.

« Mais vous savez, si vous interviewez les gens de la FFT, ils vous diront qu'ils ont beaucoup plus de gens qui viennent du monde entier à Paris que de n'importe quel autre tournoi du monde. Pourquoi ? Parce que c'est Paris. » Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, extrait d'entretien du 3 avril 2015.

Il semble donc que la singularité du contexte parisien traduit un dynamisme touristique qui en fait la première destination mondiale de 2013²⁴⁰ à 2015²⁴¹. Si l'année 2016 présente une baisse de fréquentation de 6% que l'on peut imputer aux attentats²⁴², la capitale française reste la ville la plus fréquentée par les congrès internationaux. Les hôtels de la capitale n'attendent donc pas un événement sportif, même d'envergure mondiale, pour assurer leur chiffre d'affaires mensuel (Crompton, 2006 ; Charrier, Jourdan, 2009 ; Andreff, 2012).

Enfin, l'impact médiatique pouvant conduire à l'effet d'image s'observe principalement dans le cas des grands événements sportifs non récurrents et, même dans le cas de Paris, cela semble être un effet tout à fait relatif compte tenu de l'attractivité touristique dont jouit déjà la capitale. De plus, il est resté difficile de mesurer l'impact médiatique et surtout de parvenir à prendre de la distance par rapport aux perceptions délivrées par les médias. Cette

²³⁸ Rapport, Couverture multimédia Roland-Garros (2009).

²³⁹ <http://teamsporteco.fr/2015/05/27/roland-garros-audiences-stables-pour-france-tv-depuis-2011/> Source Médiamétrie.

²⁴⁰ 32,3 millions d'arrivées de touristes dans les hôtels de la région Ile de France, selon le comité régional du Tourisme en 2013.

²⁴¹ Sur les 10 premiers mois de l'année 2015, la fréquentation hôtelière à Paris Île-de-France s'élève à 27,8 millions d'arrivées et 57,3 millions de nuitées. Source : comité régional du Tourisme Paris Ile de France, pré-bilan 2015.

²⁴² L'office estime ainsi que les hôtels du Grand Paris ont perdu cette année 1,3 million de touristes (sur 22,2 millions en 2015). Source : observatoire de l'office du tourisme et des congrès de Paris.

multiplicité d'acteurs et de médias qui se délectent d'anecdotes de toutes parts, fabriquées par les journalistes font le succès médiatique de l'événement mais rendent plus compliquée son analyse (Charrier, Jourdan, 2009).

Dans une moindre mesure, le cas du « LNB All Star Game » qui est à Paris depuis le début des années 2000, bénéficie d'une fréquentation maximale et continue. Il est important pour la ville de Paris de pouvoir accueillir également ce type d'événements sportifs commerciaux. Il s'agit d'un rendez-vous annuel important de la discipline, la ville doit continuer à être une destination pertinente pour les organisateurs qui cherchent un prestige et une visibilité en venant s'y établir.

« C'est plein, cela remplit le POPB donc c'est populaire...c'est bien. On observe cela de l'extérieur, c'est toujours intéressant que ce genre d'événements existe pour une capitale comme la nôtre. Nous devons les attirer. Mais il ne faut pas surestimer leurs potentiels. » Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, extrait d'entretien du 3 avril 2015.

Sport Plus Conseil est autonome sur tous les aspects (cf. chapitre 4) et ne met rien en place au-delà du spectacle valorisant la discipline et ses marques (cf. chapitre 6). Pour la ville, il reste néanmoins important d'attirer ces projets qui alimentent le rayonnement de la capitale en y suscitant une actualité événementielle et sportive diversifiée. C'est ce qui contribue *in fine* à l'image attractive et dynamique de la ville.

Enfin, cet effet d'image peut aussi être bénéfique pour le résident parisien en l'appréhendant en termes de territoire vécu. La reconnaissance extérieure du territoire peut conforter le sentiment d'implication dans la communauté locale. C'est la notion d'identité ici définie comme « *ce dans quoi je me reconnais, et ce dans quoi les autres me reconnaissent* » (Akoun, Ansart, 1999) qui est mobilisée. Nous avons vu dans le chapitre 6 les mécanismes pouvant construire « *ce dans quoi les parisiens se reconnaissent* » en s'appuyant à travers l'événement sur une célébration participative ou de la cohésion sociale. Ici, l'image renvoyée par le dispositif événementiel va teinter la manière dont le territoire se donne à voir. Si l'événement sportif, par les relations et le dynamisme qu'il génère est un moyen de structurer la communauté locale, c'est également un outil pour construire le territoire sur des images et des symboles attractifs (Chamard, Liquet, Mengi, 2013).

Pour conclure ce développement, il semble nécessaire de rappeler que la majorité des événements, compte tenu de leur couverture médiatique limitée, ne s'inscrivent pas dans la définition d'une image territoriale perceptible au niveau national ou international. En revanche, l'organisation par l'acteur public de certains projets renvoie à d'autres objectifs qui portent en eux une teinte politique. Lorsque la direction Jeunesse et Sport organise « Femmes en Sport », elle cherche à montrer une forme de dynamisme sur la question du sport féminin. Le dispositif des « Berges de Seine » quant à lui, s'insère parfaitement dans une communication touristique sur le bon vivre à Paris. Ces volontés premières qui s'exercent sur des échelles inférieures peuvent tout à fait aboutir à une forme d'ancrage territorial qui s'établirait sur la base d'un dynamisme plus « social » ou « spatial », qu'économique. Malgré ce constat des formes singulières d'impact économique indirect, liées à un effet d'image peuvent apparaître.

7.2.2 Courir Ensemble : de la visibilité pour un don différé

Les effets économiques inhérents à un projet événementiel sportif sont parfois difficilement perceptibles. Ils peuvent prendre des formes singulières et décalées dans le temps. C'est par exemple le cas d'Handicap International qui est à la recherche du don différé à travers la vitrine que représente la course « Courir Ensemble ». C'est un moyen de récolter des fonds pour l'association sur le long terme. Selon l'organisateur, l'inscription de 10€ n'est qu'un moyen de ne pas perdre d'argent sur la manifestation. L'association n'en retire rien d'un point de vue financier. Ce qui est espéré, en revanche, est le « don ultérieur », difficilement quantifiable.

« Le don 'après' a toujours été la deuxième partie de l'engagement que nous espérons susciter. » Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

Il y a également des partenariats qui permettent de récolter quelques fonds. Les partenaires fournissent gratuitement Handicap International en produits qui sont revendus sur site par l'association.

« Il y a une société de biscuiterie avec laquelle on a déjà travaillé l'année dernière. Ils vont nous faire une fabrication d'un certain nombre de sablés haut de gamme... Il nous les donne gratuitement. Nous on propose de les vendre aux gens. C'est un petit moyen de récolter de l'argent. Ce n'est pas beaucoup mais l'accumulation aide un peu. Dans ce cas-là, cela servira et on le versera à l'association. Dans les budgets... il y aussi « Boutique Marathon » une société qui va offrir à l'arrivée un tee-shirt. C'est totalement offert par la société. Donc tout cela nous aide. » Alain Tellier, responsable du relais mobilisation bénévole à Paris, Handicap International. Entretien du 21 avril 2015.

L'événement n'est donc en aucun cas un outil de levée de fonds. C'est une vitrine qui fédère des publics différents et véhicule des valeurs positives. Le don ultérieur est encouragé puisque les organisateurs considèrent qu'un individu ayant participé à l'événement sera plus sensibilisé à la cause défendue par l'association, bien qu'il n'existe pas de statistiques attestant cela. Les revenus liés aux inscriptions ne permettent que de payer le coût d'organisation de la manifestation. Enfin, des partenaires fournissent des produits dont les bénéficiaires profitent à Handicap International. Les sommes ne sont pas conséquentes et les gains de court terme à ce niveau ne sont pas une priorité. L'objectif à travers « Courir Ensemble », d'un point de vue financier ou économique, est de contribuer à la pérennisation des actions, sur le long terme, par de la sensibilisation et de la communication. Le lien avec le territoire existe par essence puisque l'événement est la vitrine de l'action locale d'Handicap International.

7.2.3 L'effet d'image, une attractivité pour les sponsors

L'effet d'image évoquée précédemment au niveau territorial s'observe aussi dans les stratégies internes des organisateurs d'événement. À Roland Garros, les recettes sont générées par différents postes regroupés en cinq catégories : droits TV, sponsoring, billetterie, produits dérivés, relations publiques. Concrètement, la démarche « responsable » conduite dans le cadre de la certification ISO 20121 permet d'améliorer le poste « *sponsoring* » des recettes de l'événement. En effet, en s'inscrivant dans une stratégie de ce type, le tournoi alimente une image responsable qui attire encore plus les sponsors. Cela peut permettre aussi d'attirer des groupes ou des organismes différents pour diversifier sa politique partenariale. Selon Viviane Fraisse du pôle Responsabilité Sociétale de la fédération française de tennis, cet effet est méconnu et particulièrement sous-estimé.

« Il y a un mécanisme qui a été soulevé par le responsable du développement durable des JO de Londres : c'est l'impact économique des retombées financières d'une démarche responsable. En particulier l'attrait partenaires pour cette démarche. Eux, ils ont évalué à 75 millions d'euros le 'partenariat responsable' qui est venu car il y avait cette démarche. Nous pouvons dire cela d'Enje avec GDF Suez. C'est évident que s'ils sont venus sur le développement durable ce n'est pas neutre, c'est aussi car ils avaient une démarche. Donc je sais que... c'est un truc qu'il va falloir de plus en plus mesurer dans les événements. Souvent on nous demande si cela ne nous coûte pas trop et, en fait, cette mesure est très intelligente car on n'y pense pas. » Viviane Fraisse, cheffe de projet du pôle Responsabilité Sociétale, fédération française de tennis, extrait d'entretien du 10 juin 2015.

La récurrence de l'événement est aussi une aubaine d'un point de vue économique : directement en termes de recettes et d'injection primaire, sur le territoire et dans l'organisation de la discipline tennis en France ; indirectement à travers l'image et la marque « Roland Garros / Paris » qui contribuent largement au succès de l'ensemble. D'ailleurs, la fédération envisage de capitaliser sur cette marque en développant des « *Roland Garros in the city* » dans certaines grandes villes internationales. C'est aussi un moyen de développer les produits dérivés, qui, en 2013, ne représentent « que » 5% des recettes à hauteur de 6,3 millions d'euros.

« On a commencé sur Paris et puis maintenant on a un développement à l'international sur 'Roland Garros in the city' dans d'autres villes à l'étranger. On le fait déjà en Chine et il y a des projets pour le faire. Cela fait quelques années que nous le faisons en Chine. Cela dure un peu moins longtemps mais on aime cette connexion et on reproduit ce Roland Garros là, à l'étranger et c'est vraiment l'objectif de se développer. » Nhi Nguyen-Killy, direction opérationnelle des tournois, extrait d'entretien du 17 février 2015.

L'autre événement qui vient éclairer la manière dont l'effet d'image peut être source de gain économique est une nouvelle fois le « LNB All Star Game ». Cet impact renvoie à des stratégies mercatiques qui génèrent des flux économiques, certes, mais qui restent circonscrits au circuit interne des parties prenantes à l'organisation de l'événement. Nous avons déjà évoqué le mécanisme par lequel nous considérons que toute création monétaire sur un territoire donné, peut être génératrice d'ancrage territorial. Considérant notre approche sociopolitique des événements sportifs et leur ancrage territorial, nous concentrons l'essentiel de notre analyse sur la place de l'événement dans la société, son rôle

et son potentiel générateur de dynamiques locales. Pourtant, l'évolution de la stratégie perceptible à travers ce cas, bien que limitée à un contexte d'entreprise, mérite d'être renseignée au regard du dynamisme économique traité dans cette partie.

Le « LNB All Star Game », en prenant place à Paris (Bercy) en 2001 a opté pour une nouvelle formule qui s'est avérée payante. Il jouit aussi d'une image médiatique positive comme en témoignent les quelques extraits de presse suivants. Il faut néanmoins nuancer la portée des propos parus dans « L'Equipe » et « Basket Hebdo » puisque ces médias sont partenaires officiels de la LNB.

« Le show produit par Nike avec l'appui de l'agence Sport Plus Conseil va encore une fois faire salle comble au POPB. » Sport Stratégies, le 23 décembre 2013

« Les présidents de ligues européennes viennent souvent deux ou trois jours avant pour connaître l'organisation du All Star Game, rencontrer Pascal Biojout et son équipe de Sport Plus Conseil... Ils aimeraient faire la même chose chez eux. » Basket Hebdo, le 12 décembre 2013.

« Avec la société d'événementiel sportif Sport Plus Conseil, chargée de la production exécutive du All Star Game, Nike s'est attelé à redonner du brillant à une institution ternie. » L'Equipe, le 28 décembre 2002.

« Le All Star Game à la française a fini par tailler sa route avec le show animations-concours-match si bien fagoté par les savoir-faire conjugués de l'agence Sport Plus Conseil, producteur délégué de l'événement, et de l'équipementier Nike. Cette année encore le POPB sera plein » L'Équipe, le 29 décembre 2007.

« Avec l'équipementier Nike, Sport Plus Conseil a fait du All Star Game l'une des références en organisation sportive dans toute l'Europe. » Basket News, le 23 décembre 2010.

« En charge de l'organisation depuis sa création il y a 7 ans, Sport Plus Conseil a su faire du All Star Game un grand événement. Il y a un vrai savoir-faire. » David Cozette et Jacques Monclar en direct sur Sport+, le 30 décembre 2009.

Ces extraits illustrent la manière dont l'événement, en s'implantant à Paris, bénéficie d'une reconnaissance qui lui confère une assise dans le paysage événementiel français. À cet égard, l'attractivité du projet est un moyen de créer de nouveaux partenariats et de séduire de nouveaux sponsors. Ce fut le cas de Nike au début des années 2000 qui, par la suite a renouvelé son implication dans le projet jusqu'en 2015.

Comme l'indiquent Chanavat et collaborateurs (2010), il y a des transferts d'image vertueux qui naissent de la relation entre sponsors et sponsorisés et ce, quelle que soit la nature des entités impliquées (équipe nationale, meilleur joueur, événement). C'est la raison pour laquelle le sponsoring doit être un élément à part entière dans une stratégie de marque plus globale. Produire un événement sportif dans le cas de Nike correspond bien à une stratégie plus large à l'échelle internationale. La marque à la virgule est établie depuis des années dans la discipline par le sponsoring de joueurs à forte renommée : LeBron James, Kobe

Bryant, Tony Parker... Mais étonnement Nike n'avait jamais sponsorisé la NBA avant le contrat historique signé en juin 2015²⁴³.

Nike, en produisant l'événement propose une expérience spectateur renvoyant à des codes inhérents à la discipline telle que pratiquée outre-atlantique. Gwinner et Eaton (1999) ont montré que lorsqu'un événement et une marque sont appariés sur une image le processus de transfert est optimisé. C'est ce que nous observons sur le « LNB All Star Game » avec Nike, qui, sans avoir recours au « *naming* » semble présenter toutes les caractéristiques inhérentes au transfert d'image. Ceci est d'autant plus probable que Meenaghan et Shipley (1999) ont montré que le sponsoring sportif conduit naturellement à des objectifs intéressés contrairement au sponsoring d'événements artistiques ou culturels qui peuvent renvoyer à des aspirations plus philanthropiques. En outre, le positionnement résolument grand public de l'événement est aussi un moyen d'attirer un public qui n'est pas forcément féru de la discipline. Le produit d'appel étant le show, le basket-ball qui est le thème principal peut en bénéficier à travers l'expérience vécue par le spectateur.

« Je pense à l'attente du spectateur. Il est important de soigner justement tous les aspects de l'organisation, l'accueil dans le stade, l'environnement... Cette notion-là, on l'avait beaucoup moins il y a 15-20 ans [...] au niveau du public, on y va beaucoup en famille. » Benjamin Garot, Sport Plus Conseil. Extrait d'entretien du 22 avril 2015.

D'un point de vue marketing, le ciblage sur la « famille grand public » fonctionne puisque l'événement est à guichets fermés depuis un peu plus de dix ans. Cette non-segmentation s'appuie sur une expérience spectateur nourrie par des sons et des images renvoyant aux dimensions émotionnelle, environnementale, sociale et symbolique (Desbordes, Ohl, Tribou, 2001). Aujourd'hui, l'une des priorités des organisateurs d'événements sportifs consiste à développer la qualité de l'expérience vécue dans un stade ou une enceinte de spectacle sportif (Uden, 2005 ; Apostolopoulou, Clark, Galdden, 2006), appelée « *entertainment* » dans les médias et chez les spécialistes. Ce terme revient beaucoup d'ailleurs dans le discours des organisateurs qui expliquent ne concevoir la soirée qu'autour de cette notion. C'est la particularité de ce type d'événement qui utilise le sport comme outil de divertissement à des fins commerciales.

Dans cette partie, nous avons essayé d'illustrer la manière dont l'impact économique à travers ses différents mécanismes génère une forme d'ancrage territorial. Il s'avère que l'effet d'image est un moyen de générer des retombées à moyen terme. Considérant la diversité des projets événementiels et leurs volontés premières, ces flux économiques sont parfois perceptibles et profitables au territoire, d'autres fois ils restent circonscrits à la sphère privée marchande qui les a initiés. Dans ce cas, ils sont déconnectés du territoire car leur fonctionnement en circuit fermé s'affranchit de nombreuses interactions potentiellement vectrices de dynamisme économique au niveau local. C'est ce que nous appelons le bénéfice d'image « hors sol » : il reste circonscrit aux cercles restreints des parties prenantes. À cet égard, il peut être générateur d'impact économique indirect (nouvelles recettes par le renforcement de l'image de l'événement et de la marque) mais ne sera pas ou très peu impactant pour le territoire.

²⁴³ http://www.lesechos.fr/11/06/2015/lesechos.fr/021129845137_basket---nike-rhabille-la-nba.htm (consulté le 24 novembre 2015).

Synthèse de la dynamique économique locale

Nous avons essayé de replacer cette thématique du dynamisme économique dans le débat plus général des études d'impact des événements sportifs. Nous avons vu que cette question, largement traitée par ailleurs, n'est pas forcément intéressante dans notre cas puisqu'il reste très difficile d'estimer l'ampleur de ces retombées avec un bon degré de précision (Dwyer, Jago, 2006). C'est notamment dû aux différents types d'événements sportifs et aux différentes configurations d'acteurs (Djaballah, Hautbois, Desbordes, 2016) qui génèrent autant de types d'impact et de processus de diffusion sur un territoire que de types de manifestations sportives, de disciplines et de contextes géographiques ou temporels (Tyrell, Johnson, 2001). C'est la raison pour laquelle la dimension économique ne doit pas être traitée indépendamment des autres dimensions (Preuss, 2006). C'est d'autant plus vrai si l'on considère l'impact économique de manière comparée entre les événements qui constituent nos neuf études de cas. Ce serait une analyse simpliste qui n'aurait pas de sens au regard de la diversité des statuts juridiques des organisateurs et des volontés premières. La mesure concrète de l'impact économique, sujet à controverses, n'est donc pas développée ici. En revanche, un travail qualitatif considérant les effets de manière heuristique semble être plus éclairant. Il s'agit plutôt de considérer les différents effets qui sont observables dans nos cas et qui renvoient à la notion d'ancrage par le prisme économique.

La dimension économique traitée dans cette partie se développe donc en deux temps. Le premier concerne la notion d'impact économique direct généré par l'événement sportif. Celui-ci ne peut s'établir sans faire référence au territoire hôte. Les effets observés peuvent nous amener à construire une définition plus précise et plus complète de l'ancrage territorial. Ce cas indique que l'injection primaire (inhérente aux droits TV, à la billetterie, aux produits dérivés, aux fournisseurs et prestataires), les dépenses d'investissement conjoncturelles (relatives aux travaux de modernisation) sont des éléments qui alimentent l'ancrage par une injection de flux dans le circuit économique local. Nous avons évoqué la question de l'emploi qui représente un levier important dans le cas de Roland Garros et à un degré moindre de « La Parisienne », pour l'implantation du projet événementiel dans la communauté locale.

La majorité des études d'impact économique des événements utilisent d'ailleurs les préceptes de la théorie de la base (Hoyt, 1954, 1961) qui invite le praticien à définir en premier lieu un cadre géographique favorisant l'identification du circuit économique du territoire hôte (Bourg, Gouguet, 1998 ; 2012). En étant un nœud générant des interactions et des flux, l'événement contribue à dessiner les contours d'un espace directement impacté par son organisation. Ceci est d'autant plus vrai dans le cas d'événements « fabriqués » localement dont Roland Garros fait partie (Bessy, 2014), puisque lorsqu'ils prennent de l'importance, ils attirent de nouveaux acteurs économiques, sportifs ou politiques au sein d'un cadre territorial défini.

Considérant la diversité des projets événementiels, nous avons fait la distinction entre les événements qui rapportent et ceux qui coûtent à la collectivité. Ici, l'exercice même de la formalisation du budget est une manière d'induire des interactions et de mobiliser des flux économiques qui, une nouvelle fois, ne peuvent s'analyser en dehors du prisme territorial.

Ceux-ci constituent déjà un levier d'interactions entre acteurs au niveau local qui vont mobiliser des prestataires et alimenter le circuit économique. Parfois, ces acteurs s'inscrivent en dehors du territoire basique (Thiebaut, 1956). Dans ce cas, l'événement porté par la sphère publique est une dépense à l'échelle du territoire administratif, dont les bénéficiaires s'approprient par ailleurs de manière immatérielle (cf. chapitres 6 et 9).

Dans un deuxième temps, nous avons abordé l'impact économique indirect. Nous n'avons pas abordé le calcul du multiplicateur relatif à la plupart des études d'impact économique et qui est particulièrement décrié (Baade, Dye, 1990 ; Crompton, 1995, 2006 ; Andreff, 2012). Compte tenu de la force des contextes, nous avons porté notre analyse sur les mécanismes identifiés dans nos données et qui nous semblent être porteurs d'ancrage territorial. C'est principalement le cas de l'effet d'image (Coalter, Taylor, 2008) et l'impact touristique (Hinch, Higham, 2001), bien traités dans la littérature sur l'événementiel sportif (Weed et al., 2007 ; Kaplanidou, 2007 ; Charrier, Jourdan, 2009 ; Chen, Funk, 2010 ; Kaplanidou, Gibson, 2010).

Roland Garros attire des touristes à moyen terme (Kaplanidou, 2007 ; Gibson et al., 2012) et alimente une attractivité du territoire déjà très élevée puisque Paris est la première destination touristique mondiale de 2013 à 2015 et la première destination pour les congrès internationaux en 2016. Par ailleurs, la reconnaissance extérieure du territoire peut conforter le sentiment d'appartenance. La notion d'identité ici définie comme « *ce dans quoi je me reconnais, et ce dans quoi les autres me reconnaissent* » (Akoun, Ansart, 1999) conforte l'importance de l'image renvoyée par le dispositif événementiel dans la structuration d'une identité locale. Dès lors, si l'événement sportif, par les relations et le dynamisme qu'il génère est un moyen de structurer en interne la communauté locale, c'est aussi un outil pour construire le territoire par des images et des symboles attractifs (Chamard, Liquet, Mengi, 2013) vis-à-vis de l'extérieur.

Enfin, nous avons abordé les cas où cet effet d'image, qu'il se traduise par une attractivité territoriale ou non, engendre directement des gains économiques pour la structure qui porte le projet. Nous l'avons vu avec l'association Handicap International et la recherche du don différé. Nous l'avons également souligné dans le contexte de l'entreprise par la recherche de partenaires et de croissance. Ce peut être par les stratégies « responsables » de la FFT ou par une agence événementielle comme Sport Plus Conseil, qui attirent l'une comme l'autre de plus en plus de sponsors à la faveur d'une image attractive.

Tous ces éléments confirment qu'il semble nécessaire d'inclure la dimension économique de manière formelle dans notre développement puisqu'il s'agit bien là d'un prisme par lequel l'ancrage territorial de l'événement, la manière dont il mobilise, dont il est vécu, peut être renseigné.

Chapitre 8 : La dynamique spatiale

Après avoir effectué les observations participantes pour les neuf événements, il s'avère que la délimitation spatiale du dispositif est une question qui a rapidement émergé. Elle s'est naturellement située au centre de nos récits d'observation. La manière dont l'événement se donne à voir sur le territoire, ses chartes graphiques, sa symbolique, sont autant d'éléments qui renseignent son ancrage. C'est à la fois la résultante de la volonté du porteur de projet d'être visible et un des éléments pouvant constituer un levier pour l'attractivité du projet événementiel. Celle-ci d'ailleurs ne doit pas être comprise uniquement au sens mercatique du terme en ciblant des spectateurs ou des sponsors. Il peut aussi être attractif pour l'acteur public, qui bien que non impliqué initialement, peut y voir un outil pour alimenter sa politique publique (« La Parisienne ») ou pour animer et faire vivre le quartier (course cycliste du 14^e). En étant un temps à part dans la société, l'événement cherche par essence à se démarquer de toutes les manières possibles : concepts, sons, couleurs.

Ces attributs sont similaires à ce que Veschambre (2005) appelle le « marquage urbain », bien que, selon ses propres termes, cela ne soit « *jamais vraiment défini, dans la littérature géographique et plus largement dans les sciences sociales* ». Les travaux portant sur ce concept le lie généralement à la notion d'appropriation (Brunet *et al.*, 1992). En effet, « *le marquage, par la disposition des objets ou les interventions sur l'espace habité est l'aspect matériel le plus important de l'appropriation* » (Segaud *et al.*, 2002). Au-delà de la question de l'appropriation, nous nous interrogerons sur la manière dont le marquage urbain nous renseigne sur le sens que les acteurs politiques et sportifs donnent à l'événementiel sportif. Comment le marquage urbain de ces projets contribue-t-il à la formalisation d'un espace vécu ? À ce titre, nous montrerons comment l'acteur public, en laissant l'événement sportif investir matériellement l'espace public, parvient à utiliser la dimension symbolique du marquage urbain à des fins politiques d'organisation de l'espace social.

La ville de Paris nous permet de profiter d'un « effet prestige » dont les organisateurs d'événements sportifs sont particulièrement friands. L'important bassin de population génère un éventail très large de situations présentant la diversité des types d'événements sportifs. On y observe également une saturation des équipements sportifs qui s'explique par la densité de population et l'étroitesse du territoire *intra-muros*. Pour répondre à cette contraignante réalité, la politique sportive entamée sous les mandatures de Bertrand Delanoë (2001-2014) puis poursuivie par Anne Hidalgo (depuis 2014) a pour objectif d'encourager le sport dans l'espace urbain.

Il est donc particulièrement intéressant d'analyser les événements qui se déroulent dans cet espace urbain puisqu'ils comportent par essence cette dimension d'ouverture vers l'extérieur liée à la gratuité ou au concept de l'événement. En conséquence, être identifiable dans l'espace devient un enjeu central pour l'organisateur qui ne se donne pourtant pas toujours les moyens pour y parvenir (les événements sportifs organisés sur les « Berges de Seine », « course cycliste du 14^e arrondissement »). D'autres sont plus actifs. C'est par exemple le cas des événements qui se déroulent au Champ de Mars et qui ont ce besoin de revendiquer une identité à travers une sémiotique ou des couleurs (« Famillathlon », « La Parisienne »). Ce constat tient compte des spécificités inhérentes à ce site qui est un haut lieu touristique de la capitale.

Cette thématique s'attache donc à traiter la délimitation spatiale de l'événement : sa dimension formelle et visible. Les empreintes urbaines s'abordent à partir d'une dimension formalisée du territoire basée sur l'emplacement du dispositif. Dans un premier temps, nous présenterons les événements supports à l'analyse et verrons quels attributs matériels ils utilisent pour prendre place dans l'espace urbain. Nous aborderons aussi la question du sens de ces marquages relatifs à des logiques singulières, tributaires des objectifs des porteurs de projet et de leurs moyens. Nous constaterons que l'utilisation de la dimension symbolique du marquage urbain de l'événement sportif par l'acteur public peut aussi bien devenir un outil de valorisation de l'espace public, qu'un objet de nuisance pour les riverains ; un levier pour l'attractivité du territoire, qu'une occasion manquée d'y asseoir son identité. Nous présentons dans le tableau suivant le résumé des principales caractéristiques relatives au marquage urbain.

Volonté Première	Événement	Marquage urbain
Spectacle compétitif	Roland Garros	Le stade Roland Garros d'Auteuil est un site fermé. Barrières et bâches autour de l'enceinte. Peu de choses perceptibles de l'extérieur. Très hermétique. Quelques marquages au sol (des pas) qui semblent datés. Dispositif RG dans la ville, investit une petite partie du Champ de Mars et balle de tennis géante sous la tour Eiffel. Marquage minimal mais très symbolique et visible.
Organisation de la pratique	Femmes en Sport	Banderoles de l'événement, de la mairie de Paris et de la DJS et/ou mairies d'arrondissement selon leurs implications aux abords des sites. Marquage globalement très limité aux bordures des sites (pour les voir il faut déjà être dedans).
Animation de l'équipement	Charléty sur Neige	Affiche sur la façade extérieure du stade. Fléchage à la sortie du RER. Globalement gris et austère de l'extérieur malgré les infrastructures. Dans Charléty, beaucoup de mobiliers liés à la montagne en rapport au concept, invisible de l'extérieur.
Organisation de la pratique	Course cycliste 14 ^e	Un marquage minimal, quelques flyers toujours visibles sur les pare brises, des barrières délimitant le parcours, mais pas de banderoles, ni d'indications concernant la course au-delà de la ligne d'arrivée. Très peu lisible pour les passants/badauds.
Animation de la vie locale	Berges de Seine	Marquage en lien avec la charte du site, mobilier très simple et modeste, strict minimum pour le déroulement de l'événement, moins de dérangement possible. Événements peu perceptibles ailleurs sur le site. Délimitation de la zone avec rubalise et tentes, pas d'affiches thématiques.
Animation de la vie locale	Famillathlon	Statue géante en ballons représentant le logo de l'événement (un petit garçon et une petite fille). Des oriflammes sont placées dans l'axe du Champ de Mars, de part et d'autre de la tour Eiffel. Nombreuses banderoles un peu partout autour de la pelouse présentant les intervenants et sonos pour une large couverture du site (néanmoins circonscrite à la pelouse).
Caritatif et social	Courir Ensemble	Village partenaire avec arche gonflable partenaires (boutique marathon). Parcours délimité avec des affiches, banderoles handicap international (bleue) et barrières à l'arrivée et au départ. Site étendu sur une partie du Bois de Boulogne avec une dilution du marquage de l'association (bleu) dans la verdure du bois.
Commercial	LNB All Star Game	Aucun marquage autour de l'enceinte. Très peu à l'intérieur, avec seulement une boutique au rez-de-chaussée. Dans les travées peu d'éléments permettant d'identifier la nature de l'événement se déroulant dans la salle. Une fois dans les gradins, forte présence des sponsors mais show imperceptible de l'extérieur. Identité visuelle forte uniquement dans la salle. Marquage urbain absent en dehors d'affiches de communication disposées dans certaines stations de métro.
Commercial	La Parisienne	Très coloré, nombreuses oriflammes et banderoles de « La Parisienne » autour de la place de l'école militaire (village partenaire). Sono répartie généreusement autour du site. Nombreuses animations offrant une réelle appropriation de l'espace par l'événement avec des sons, des images et une atmosphère teintée de l'identité de « La Parisienne ». Barrières délimitant le parcours de 6,7km avec des groupes de musique et des joggeuses par milliers qui marquent fortement le site.

Tableau 51 : analyse des événements sportifs par le prisme du marquage urbain

8.1 Le marquage urbain, la dimension visible de l'événement

La nature du marquage urbain est double (Brunet Roger et al., 1992) : il s'agit d'un côté d'une action matérielle, de l'autre, d'une désignation dans l'attribution d'un sens, d'une dimension symbolique. Il s'aborde par une approche formalisée du territoire basée sur l'emplacement du dispositif événementiel. Pour le repérer, nous avons eu recours à l'observation participante qui a donné lieu à des notes d'observation narratives (Smith, Weed, 2007) et à la prise de photographies (Maresca, Meyer, 2013). C'est en partant d'une « *description vécue du quotidien* » (Anadon, 2006) que nous abordons ces dynamiques spatiales. Dans ce développement nous allons présenter plusieurs formes de marquage urbain repérées grâce aux observations. Ensuite, nous verrons que l'exercice de la démarcation dans l'espace public est parfois un défi difficile au regard de certaines contraintes financières ou matérielles.

Nous mobilisons ici des extraits des notes d'observation déjà présentées dans la première partie de cette thèse. Moins qu'une répétition, cette (ré)utilisation sert de support à l'analyse du marquage urbain observé lors de ces séquences d'observation.

8.1.1 Le marquage visuel

Le marquage urbain correspond à la manière dont l'événement se donne à voir dans et/ou autour du site qui l'accueille. Lorsque l'événement se déroule dans un espace dédié, généralement un stade ou une enceinte fermée, le marquage peut être moins visible de l'extérieur. Pour éviter cela, certains événements marquent le lieu y compris à ses abords. Par exemple, autour du stade Roland Garros à Auteuil, on trouve un marquage au sol qui permet toutefois de faire écho à l'événement. Les stations de métro « Michel Ange Molitor » et « Porte d'Auteuil » sont le support de nombreux logos/références à l'événement (formes de pas au sol).



Photo 57 : exemples de marquages au sol sur les trottoirs de la voie publique autour du stade (photo prise le 25/05/14)

Contrairement au site des « Berges de Seine », que nous verrons juste après, ce type de marquage reste très discret aux abords du stade d'Auteuil. Nous écrivions à son propos lors de nos observations les lignes suivantes.

« À l'arrivée à Porte d'Auteuil, il y a du marquage au sol : des formes de pied, un pas jaune ou vert et ocre, une balle de tennis jaune. Dans les escaliers également à la sortie du métro, je distingue des petites balles placées sous chaque marche. Il y a dans le métro des panneaux, affiches et kakémonos indiquant un partenariat entre la fédération et la RATP : 'la ligne 10 vous accueillent à Roland Garros' ; ' la ligne 10 à votre service'. À la sortie du métro, il y a une boutique officielle avec du personnel de sécurité. Un panneau d'information électronique nous souhaite la bienvenue à Roland Garros. Cependant, dès que l'on s'éloigne du site, ne serait-ce que de l'autre côté du boulevard d'Auteuil, il n'y a plus aucune trace de l'événement. Il n'y a également aucune animation autour du site. En marchant vers la station de Métro Molitor, je tombe tout d'un coup sur le marquage de la balle de tennis jaune au sol, dans une zone calme où plus rien ne mentionne qu'il y a un événement sportif international. Je me dis que ce collage a dû se perdre ou qu'il s'agit d'un excédent qui n'avait pas été collé avant. C'est la seule que je verrai en continuant mon tour du site et en m'éloignant du stade, ce qui confirmera mon idée. » Extrait de la note d'observation « aux abords de Roland Garros » du dimanche 25 mai 2014.

Ce marquage semble correspondre à un effort de faire vivre le tournoi même aux abords, ce qui dans la réalité ne s'opère pas vraiment. Le sentiment qui prédomine est vraiment celui de la fermeture totale du dispositif avec un Roland Garros qui se déroule dans l'enceinte du stade mais pas dans le quartier. Cela renvoie aussi aux caractéristiques dudit quartier, clairement résidentiel, composé d'imposantes demeures et de boulevards assez peu vivants faisant office de tampon avec l'atmosphère événementielle qui peut régner à l'intérieur du stade Roland Garros²⁴⁴. Le ballet des véhicules officiels et les centaines de mètres de barrière marquent le lieu. Il est préservé par une enceinte fermée et protégée le plus possible des regards à l'aide de bâches dressées sur les grilles. Tout cela lui confère, de l'extérieur, un caractère résolument hermétique.

D'ailleurs, dans le cas de cet événement, le stade d'Auteuil par des éléments patrimoniaux comme la place des Mousquetaires ou le musée du tennis, représente à lui seul une empreinte durable et visible dans l'arrondissement. Le rayonnement de l'événement permet à la fédération d'obtenir un soutien inconditionnel des élus comme nous l'avons illustré dans la partie sur les jeux d'acteurs. La seule contrepartie est la mise en place du dispositif « Roland Garros dans la ville ». Ce dernier permet de faire sortir le tournoi de l'enceinte du stade pour aller à la rencontre des parisiens. Ce dispositif est particulièrement intéressant à observer par le prisme du marquage urbain puisqu'il met en scène le tournoi dans l'espace public et s'inscrit très symboliquement dans le paysage parisien par l'intermédiaire d'une balle de tennis géante suspendue sous « la dame de fer ». De manière générale, le marquage urbain est très minimal mais particulièrement symbolique en s'établissant sur des éléments patrimoniaux forts de la capitale.

²⁴⁴ Tous les éléments avancés ici sont issus de l'observation participante du lundi 02 juin 2014.

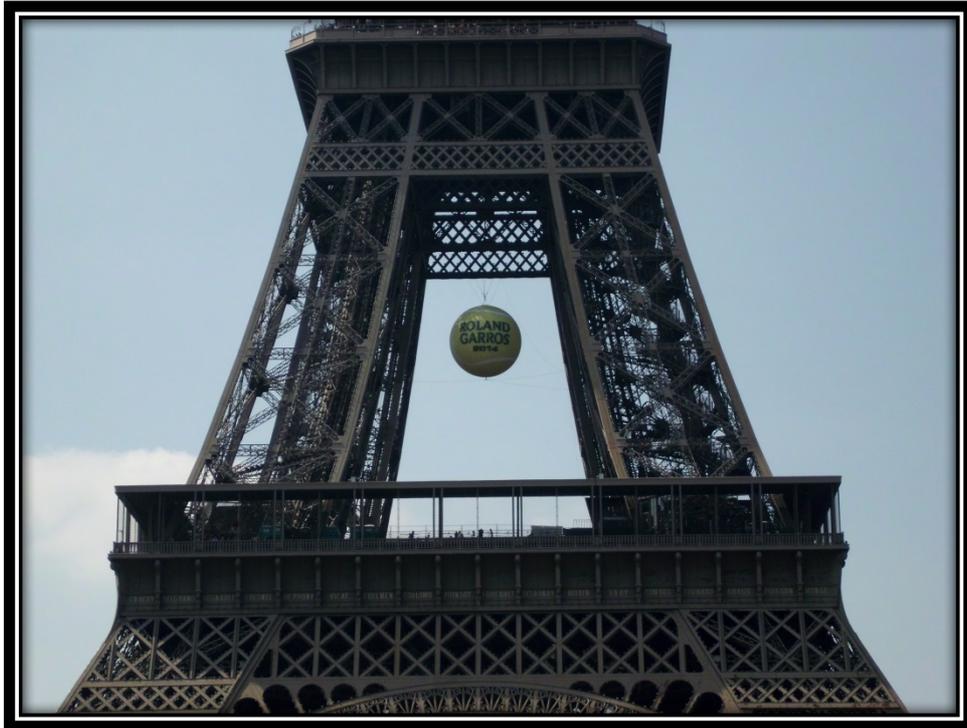


Photo 58 : balle de tennis géante accrochée à la tour Eiffel, liant symboliquement l'image du tournoi et celle de la ville de Paris (photo prise le 31/05/14)



Photo 59 : terrain de tennis en terre battue éphémère sur le Champ de Mars (photo prise le 31/05/14)

Comme « Roland Garros dans la ville, « La Parisienne », organisée autour du Champ de Mars en septembre par la société privée du même nom, bénéficie de la dimension touristique du lieu. Cette course prenant place dans l'espace public présente un marquage urbain prégnant. Il fait partie intégrante de l'expérience promise par les organisateurs. Sur site, il permet concrètement de transformer un lieu touristique mondialement connu en un espace de fête et de bonhomie autour de la pratique sportive féminine. En vertu du positionnement « dynamique » de l'événement, la couleur rose fluo prédomine. Cette dernière remarque renvoie à l'importance de la couleur comme facteur d'identité de l'événement. Ce positionnement renvoie aux stratégies de marque de manière générale et à des considérations mercatiques évidentes de constitution d'image. L'enjeu, en ce qui nous concerne ici, réside dans la manière dont celle-ci peut être déclinée sur le terrain pendant l'événement pour alimenter les empreintes urbaines. D'ailleurs nous verrons un peu plus loin que les événements peu actifs sur le jeu des empreintes urbaines comme la course cycliste du 14^e n'ont pas de teinte personnelle. Ainsi, le « Famillathlon » choisit l'orange, « Courir Ensemble » le bleu, « La Parisienne » s'appuie sur des couleurs fluo de manière générale.

« Le marquage urbain est toujours fluo, très coloré, avec de larges inscriptions mentionnant toujours le nom de la course. Des banderoles de partenaires sont également visibles. Le village est constitué en une multitude de stands, trois scènes dont une principale surplombant une estrade ou esplanade de pratique. [...] je vois pour la première fois des jeunes hommes et femmes, vêtus d'orange fluo. Le fluo sera le fil conducteur du week-end. ».
Extrait de la note d'observation « La Parisienne » du dimanche 14 septembre 2014.



Photo 60 : les couleurs très vives s'inscrivent dans l'ambiance festive générale de l'événement (photo prise le 13/09/14)

La rubalise est marquée du sceau de la course, ce qui témoigne des moyens mis en œuvre et du souci du détail des organisateurs. Les bénévoles de la course arborent tous un tee-shirt fluo qui va également générer une forme de marquage urbain déambulatoire ou marquage « présence » (Veschambre, 2007). De manière générale, « La Parisienne » est très colorée par l'utilisation de nombreuses oriflammes et banderoles disposées autour de la place de l'école militaire (village partenaire) et du parcours. Surtout, ce qui marque l'observateur au sens propre du terme est le nombre de participantes qui s'insèrent dans le gigantisme des installations.

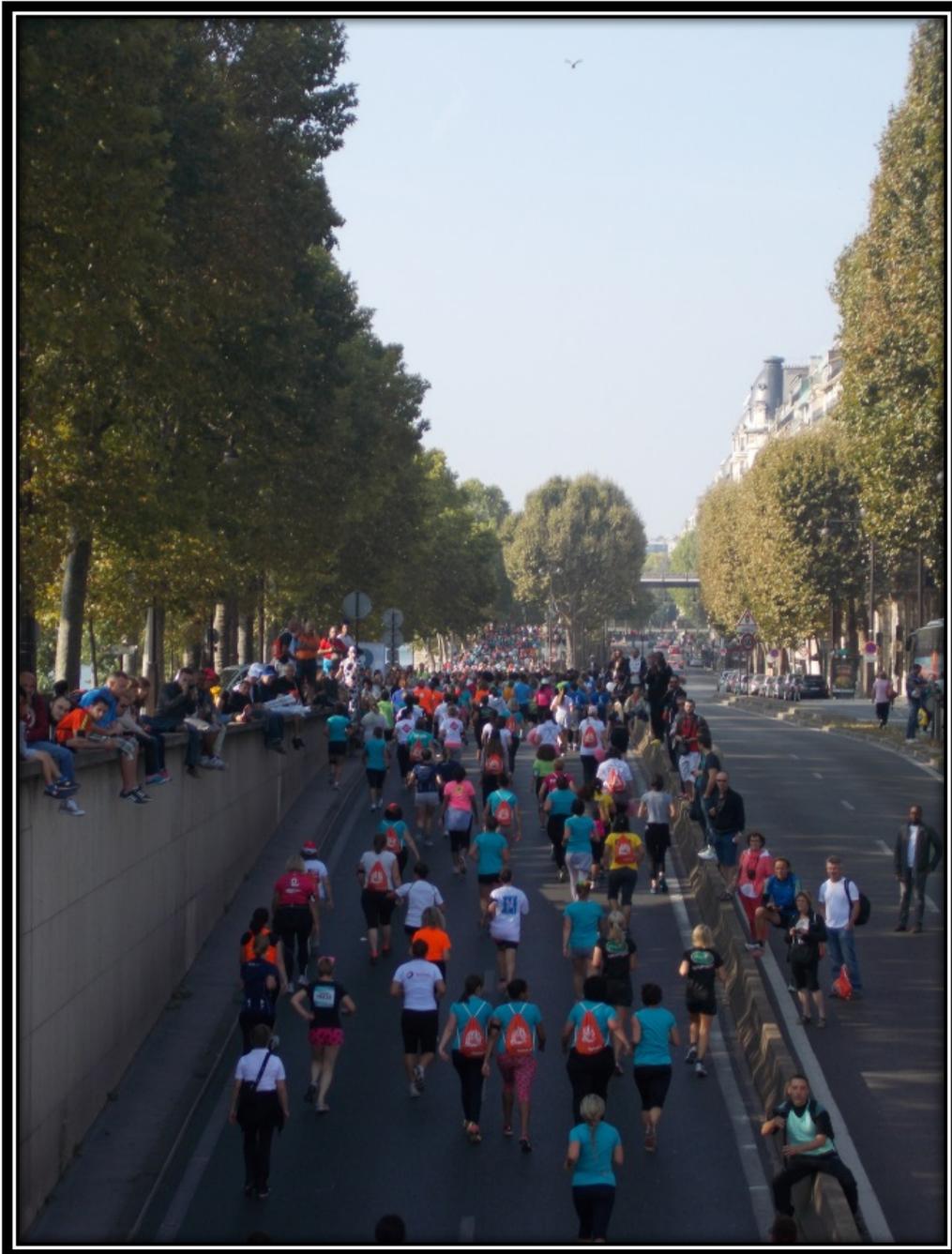


Photo 61 : les groupes d'entreprise et les particuliers se mélangent pendant la course sous le regard de centaines de spectateurs (photo prise le 14/09/14)



Photo 62 : les vagues de départ de milliers de joggeuses au pied de la tour Eiffel pendant les échauffements en musique (photo prise le 14/09/14)

Abordons maintenant les apports du cas singulier des « Berges de Seine » sur cette question du marquage urbain. En premier lieu, ce sont les marquages au sol qui apparaissent être des éléments importants dans la cadre réaménagement piétonnisé de la rive gauche entre le musée d'Orsay et le pont de l'Alma sur 2,3km.

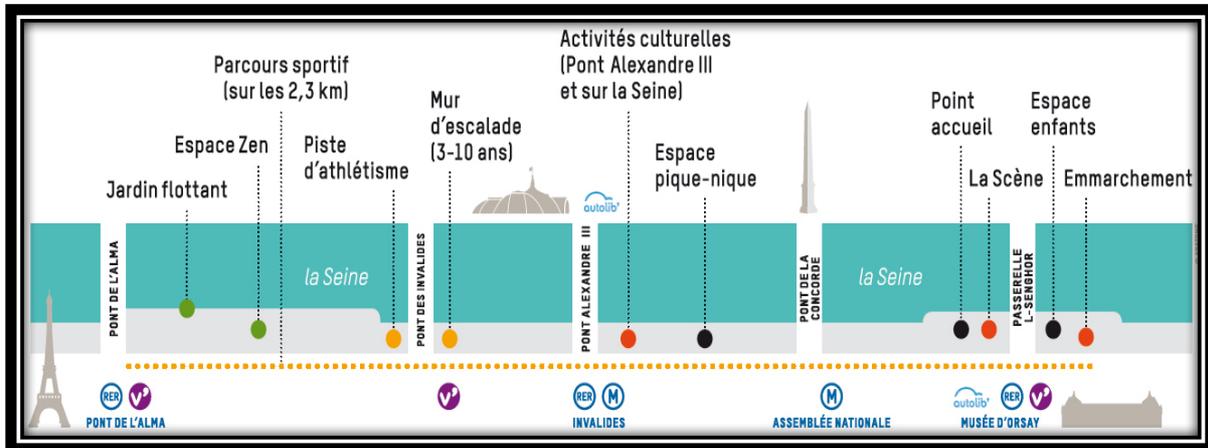


Figure 34 : schéma du dispositif des « Berges de Seine »

Le port de Solférino est l'espace culturel du site. On y trouve un embarquement au pied du musée d'Orsay qui permet de faire des petits concerts sur la Seine. Il permet aussi l'oisiveté et le pique-nique. Il y a ensuite toute une série de marquages au sol, de jeux, de labyrinthes, de cartes du monde et d'animaux qui ont la faveur des plus petits. Cela permet d'avoir de grands espaces sur lesquels des activités sont possibles. Une scène « mikado » (structure en bois très mobile) sur laquelle des spectacles de théâtre ou des événements sportifs peuvent être organisés. Par exemple, un ring de boxe y a été installé en 2014. D'autres mobiliers comme des murs d'ardoise sont installés et invitent à la créativité : les enfants y dessinent à leur gré. C'est un moyen de faire de l'affichage et d'accueillir des artistes de rue ou des expositions. Enfin, le site propose de nombreux agrès sportifs, entre autres : agrès de musculation, mur d'escalade, jeu jokari, parcours de santé, piste de 100 mètres.



Photo 63 : agrès de musculation, mikados et jardins flottants sur le sur le site des Berges de Seine (photo prise le 12/07/15)



Photo 64 : le mur d'escalade et les mobiliers ludo-sportifs sur le site des Berges de Seine (photo prise le 12/07/15)

Ces mobiliers urbains s'intègrent dans les aménagements du site et viennent contribuer à la redéfinition des usages, aux côtés des événements sportifs. Toutefois, ces derniers peuvent aussi laisser des traces comme le montre la photo suivante : un terrain de badminton dessiné au sol, hérité d'un événement sportif.



Photo 65 : marquage au sol (terrain de badminton et piste de 100m) sur les berges aux côtés des jardins flottants (photo prise le 12/07/15)

Dans le cas de l'événement associatif, gratuit et omnisports du « Famillathlon », qui se déroule au Champ de Mars également, le marquage urbain souligne particulièrement l'identité du projet événementiel. Sur le site, on trouve des acteurs venant de sphères très différentes. Au contraire de « La Parisienne » qui se tient sur le même lieu et cherche à nourrir l'expérience vécue par le participant, il s'agit ici de donner corps et cohérence au côtoiement d'un ensemble d'acteurs hétérogènes.



Photo 66 : un drapeau, un peu esseulé ici...indique la présence du Famillathlon sur ce lieu prestigieux (photo prise le 26/09/15)

« On ne sait plus exactement par moment à quel événement nous avons à faire, à quel positionnement, quel est l'objectif, où est la cohérence ? Il y a des chiropracteurs, des associations sportives, des fédérations sportives, des associations familiales, des associations étudiantes, des concerts, des animations relevant d'une fête foraine...Des kakémonos rouges marqués du sceau de Famillathlon disposés avec parcimonie nous rappellent régulièrement la raison de ce rassemblement parfois surprenant. » Extrait de la note d'observation « Famillathlon » du dimanche 21 septembre 2014.

La sémiotique est également un outil pour alimenter l'identité, à travers logos ou symboles. C'est le cas des ballons de baudruche qui ornent le stand d'accueil.



Photo 67 : les ballons de baudruche représentent un petit garçon et une petite fille : la famille (photo prise le 26/09/15)

Nous terminons cette analyse du marquage visuel des événements sportifs de notre échantillon par le cas de « Charléty sur Neige ». L'événement municipal gratuit qui se tient dans le stade du même nom dans le 13^e arrondissement présente un marquage urbain particulièrement révélateur de la volonté première et des contraintes inhérentes à son concept. Malgré sa gratuité, le dispositif est semi ouvert : on ne peut y pénétrer que par une seule entrée qui est peu visible de la route qui le borde. Hormis une grande affiche, visible depuis l'extérieur, sur un pan des gradins du stade, il n'y a rien autour de l'enceinte qui laisse à penser qu'il puisse y avoir un événement (pas de banderoles, de fléchage ni de marquage au sol). Ce cas est atypique car il ne se déroule ni vraiment sur un espace dédié, ni vraiment sur un espace urbain ouvert. Il en résulte une impression de contrôle du dispositif observé de l'extérieur qui correspond tout à fait au positionnement de l'événement et particulièrement à son public composé d'enfants et de jeunes adolescents. En revanche à l'intérieur de l'enceinte, nous sommes face à de nombreux modules destinés à recréer une station de sport d'hiver. Le jardin d'enfant par exemple, constitué de neige artificielle et bordé de sapins contribue à souligner un imaginaire montagnard durant les fêtes de fin d'année : l'essence du concept.



**Photo 68 : l'événement « Charléty sur Neige » peu perceptible de l'extérieur de l'enceinte
(photo prise le 29/12/14)**

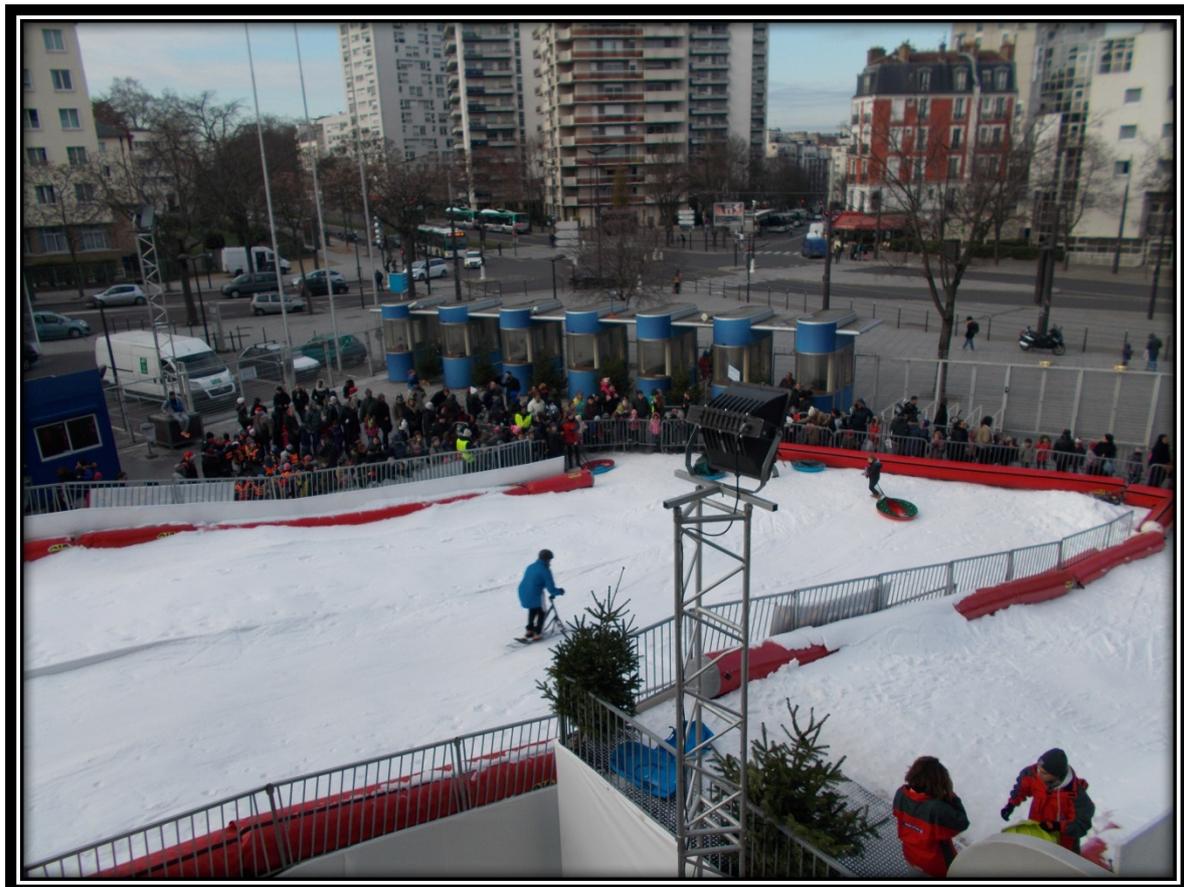


Photo 69 : pistes de luges et sapins garantissent l'univers montagnard du concept (photo prise le 29/12/14)

Dans ce premier point, nous avons vu que le marquage urbain s'illustre avant tout par du marquage visuel. Après avoir présenté les données issues du terrain, il semble que nous pouvons en distinguer plusieurs types : marquage visuel (affiches, au sol), marquage présence (attributs visuels déambulatoires) ou marquage logistique (barrières, tentes impersonnelles). Tous ces éléments contribuent à souligner l'identité de l'événement et son positionnement dans l'espace urbain ou dans l'enceinte hôte.

Le premier, observable aux alentours du stade Roland Garros dans le 16^e arrondissement, s'illustre par des formes inscrites au sol : formes de pas, balles de tennis. Toutefois, cela ne s'opère en réalité qu'avec parcimonie eu égard au caractère fermé, hermétique qui prédomine à Auteuil. Nous en trouvons aussi sur les berges de Seine bien qu'ils ne soient pas nécessairement liés à l'événementiel sportif. Il est aussi constitué des mobiliers comme les sapins sur « Charléty sur Neige » ou les agrès de musculation sur les berges. Ils font partie de l'environnement qui détermine l'expérience du participant. L'usage de la couleur, des formes, des messages et des symboles, renseigne sur le positionnement de l'événement dans l'espace social. « La Parisienne », dynamique dans sa communication et son concept utilise allègrement le fluo quand le « Famillathlon » s'illustre par des symboles représentant la « famille » (ballons de baudruche).

Nous identifions ensuite le « marquage visuel déambulatoire » aussi appelé « marquage présence » (Veschambre 2007). Il est constitué par les bénévoles en uniforme ou même les coureurs participants pendant « La Parisienne » ou « Courir Ensemble ». Ils se déplacent sur le site ouvert et marquent visuellement l'espace par la couleur de l'événement ou par une activité définissant l'usage au moins temporaire du site (en l'occurrence la course à pied).

Enfin, nous souhaitons distinguer tout ce qui relève du marquage « logistique » que nous qualifions d'impersonnel, tels que les tentes ou les barrières. Il renvoie à un imaginaire lié à l'événementiel, qui n'est pas perçu à travers l'identité du projet. Sur la plupart des événements qui se tiennent à Paris et dans lesquels la ville est impliquée, c'est généralement cette dernière qui fournit les éléments. En conséquence, ils sont impersonnels et ne renvoient pas une sémiotique quelconque dépassant le cadre de l'événementiel de manière générale.

Nous avons identifié dans cette partie des éléments de marquage visuel. Toutefois pour être complet sur la question du marquage urbain, l'observation participante révèle une autre forme de marquage qui participe indéniablement à l'ambiance de l'événement : les sons.

8.1.2 Le marquage sonore

Le dernier type de marquage urbain que nous avons repéré est le marquage sonore. Le bruit comme le son, sont des objets géographiques (Montès, 2003). En effet, ils correspondent à une empreinte que nous considérons comme une composante centrale de « l'environnement événementiel » et de son atmosphère. D'ailleurs, c'est souvent le premier contact du public avec l'événement. Nous en avons fait l'expérience lors de nos observations lorsque nous nous rendions sur les différents sites.

« J'arrive sur site après 25 minutes de marche, guidé au bout du quart d'heure, non par les instructions approximatives du pénichier, mais par la sono de l'événement. C'est le marquage sonore qui souligne donc la tenue d'un événement au sens premier, un temps qui rompt la linéarité du quotidien. Très peu d'affiches de l'événement sont visibles jusqu'à ce que l'on soit sur site. ». Extrait de la note d'observation « Courir Ensemble » du dimanche 10 mai 2015.

Sur la course cycliste du 14^e arrondissement, le marquage sonore est assuré par le speaker. Son aisance et son enthousiasme renvoient aux codes inhérents à ce type de course. Contrairement à de nombreux événements sportifs qui s'appuient sur les tubes musicaux du moment, le cyclisme cultive son décalage avec des références à l'histoire de sa discipline. Les organisateurs en développant un marquage sonore caractéristique utilisent des artifices destinés à créer des séquences localisées (bruit des rayons de vélo du peloton, ballon qui rebondit) et des « signaux-événements » (musique, speaker). Ces sons viseront à identifier l'événement en vue de l'inscrire sur le territoire local en le démarquant du fond constitué des états sonores stables de la ville (Torgue, 2005).

« Connaissant bien le quartier, rien de différent par rapport à d'habitude. Je prends la rue Delambre, pour me diriger vers la place Edgar Quinet. J'aperçois la première barrière qui bloque une route. Cette rue débouchant directement sur la place, elle doit être fermée toute la durée de la course. Hormis, une barrière et une femme vêtue d'un tee-shirt bleu, il ne se passe rien de spécial. Cet aspect très logistique et caractéristique des courses hors stade est le seul indice qu'il se trame un événement à proximité. En marchant, si l'on n'est pas spécialement attentif, on ne le remarque même pas. C'est au niveau du n°37 de la rue Delambre que l'on entend distinctement le micro du speaker. Un événement a bien lieu. » Extrait de la note d'observation « Course cycliste du 14^e arrondissement » du mercredi 11 juin 2014.

La dimension sonore est aussi un élément important sur le « Famillathlon » avec une scène principale qui rythme l'ensemble du dispositif relayé par d'imposantes enceintes tout autour de la pelouse du Champ de Mars.

« En arrivant j'entends l'agitation provenant de la scène principale. Des hauts parleurs sont disposés aux quatre coins de la pelouse du Champ de Mars pour diffuser ce qui se trame sur cette scène, ce qui en fait assurément un des éléments moteurs de l'événement. ». Extrait de la note d'observation « Famillathlon » du dimanche 21 septembre 2014.

Avec le « LNB All Star Game », le marquage sonore est aussi un indicateur de la volonté première. C'est avant tout le souhait de s'appuyer sur la culture américaine et l'approche

« *entertainment de NBA* » de la discipline. Dans l'extrait suivant nous analysons de manière critique ce que cet attribut semblait nous révéler.

« Ce qui nous étonne à ce moment est l'omniprésence de la musique américaine et des références au basket-ball américain. Pas un son français ne sera passé dans la soirée. Ce positionnement, confirmé par les mascottes de NBA, les termes employés (cheerleaders, squad, all star, skills challenge), la venue de Ray Castoldi, confère le sentiment d'assister à un spectacle confiné entre pastiche et fantasme. En voulant ressembler en tout point à ce qui se fait outre-atlantique, jusqu'à en mettre en scène certains de ses acteurs, la LNB ne se donne pas les moyens de se créer sa propre identité. » Extrait de la note d'observation « LNB All Star Game » du mercredi 30 décembre 2015.

Au contraire des exemples précédents, Roland Garros par l'analyse de son marquage sonore (Torgue, 2005), révèle un caractère très feutré dans l'enceinte, relatif à un positionnement culturel traditionnel. Le silence prédomine généralement. En cela, nous observons un principe qui éclaire la manière dont l'événement se vit. Il renvoie à une atmosphère cotonneuse qui se prévaut de tout excès de « supportérisme » exacerbé. Ce constat renvoie à la culture tennistique évoquée à plusieurs reprises dans les entretiens ou dans la note d'observation.

« Ce qui m'a étonné est l'absence totale de musique sur le site. C'est également cela qui crée cette atmosphère feutrée. Sans aller jusqu'au 'tac tac boom' des fêtes foraines et de la pêche au canard, il est évident qu'un fond sonore crée une enveloppe chatoyante et contribue à ce côté festif qui m'a semblé faire défaut à plusieurs reprises. » Extrait de la note d'observation « aux abords de Roland Garros » du lundi 02 juin 2014.

« Je pense que c'est culturel. On est coincé. Il faut être habillé en blanc, Il ne faut pas dire de gros mots... Une affiche de Roland Garros, cela se veut être une affiche de maître, une affiche faite comme une œuvre d'art, feutrée ou pas, un art pas si accessible pour le quidam, patrimoniale, historique. » Eric Lajugie, conseiller en développement à la ligue de tennis de Paris, en charge des relations avec les scolaires et des animations, extrait de l'entretien du 3 octobre 2014.

Enfin, terminons cette analyse du marquage sonore par « La Parisienne » qui est très active sur cette dimension. Dans l'espace public, l'étanchéité acoustique et l'alternance chronologique des activités dans le même espace (Torgue, 2005) sont de véritables enjeux pour la cohérence de l'événement. Ici, cela se formalise par des échauffements en musique, des activités de zumba ou de gymnastique suédoise qui corroborent cette atmosphère.

« Il y a beaucoup, beaucoup de musique. Ou plutôt ce que j'appellerai du 'tac tac boom' un peu inaudible que l'on soupçonne provenir de plusieurs endroits et qui, du coup se superpose pour former simplement du bruit rythmé. Ce n'est pas très agréable mais cela occupe indéniablement l'espace sonore. Evidemment, lorsque l'on se rapproche de la ligne de départ on perçoit uniquement la musique motivant la « prochaine vague » de départ. Cette année, c'est 'Surfin USA' des Beach Boys, conformément au thème californien. Il y a également quelques groupes de musiques à différents endroits de la course : musique africaine et gospel notamment. Cela nourrit chaleureusement l'ambiance et enrichit l'expérience promise par l'événement. En effet, compte tenu de son étendue spatiale, il est intéressant de noter que

l'on peut le vivre de différentes manières selon que l'on soit à tel ou tel endroit du site, de la même manière finalement que l'événement se vit différemment selon les participantes. À cet égard il est très riche. » Extrait de la note d'observation « La Parisienne » du dimanche 14 septembre 2014.

C'est un élément très important de son positionnement basé sur la fête, le bien-être et le mouvement. La danse est largement encouragée au moment du départ de chacune des vagues de participantes et dans les animations qui se tiennent dans le village devant l'école militaire. Pendant la course, de nombreux groupes de musique répartis sur tout le parcours, contribuent à la création d'une ambiance festive et chaleureuse. De son côté, le speaker, depuis la ligne d'arrivée, rythme la matinée par son discours sur les partenaires commerciaux. Tout comme les symboles évoqués précédemment qui sont constitués par des objets sur le « Famillathlon » (ballons de baudruche géants qui représentent un petit garçon et une petite fille) ou sur Roland Garros (balle de tennis sous la tour Eiffel), le marquage sonore est un élément révélateur du positionnement de l'événement. La volonté première se perçoit aussi et surtout dans ces détails. Ici, c'est la dimension promotionnelle et commerciale qui transpire.

« Le speaker lui, n'arrête pas. Il passe en revue tous les partenaires, quelques phrases sur chacun d'eux consciencieusement apprises (ou lues). Son flot ininterrompu de promotions en tout genre me rappelle que je suis dans un événement commercial. Toutes les 3 minutes environ il s'intéresse au public, essaie de faire applaudir, encourage et félicite les arrivantes. Mais il repart inlassablement sur les partenaires. Il y a une musique de fond mais ce n'est clairement pas la même ambiance que sur la ligne de départ. La musique est choisie pour s'accorder avec la tessiture du speaker et le mettre en valeur. C'est comme s'il fallait que le speech promotionnel entre progressivement mais sûrement dans l'esprit du public. » Extrait de la note d'observation « La Parisienne » du dimanche 14 septembre 2014.

Les organisateurs d'événements sportifs, en développant un marquage sonore caractéristique oscillent donc dans l'utilisation d'artifices destinés à créer des séquences localisées inhérentes à l'événement sportif (bruit des rayons de vélo du peloton, des balles de tennis qui rebondissent) ou des « signaux-événements » caractéristiques (musique, speaker). Ces sons viseront à identifier l'événement, à l'inscrire sur le territoire local en le démarquant du fond constitué des états sonores stables de la ville. Tout autant que le marquage visuel, le marquage sonore renseigne donc sur la volonté première de l'événement qui s'appréhende par la nature des sons (organiques ou mécaniques), le niveau sonore, la musique, les chants ou encore les messages délivrés par les animateurs/commentateurs. La ville dispose d'un patrimoine sonore multiple, cartographiable et support de politiques urbaines, qui participe à la création de sa symbolique et de son identité (Montès, 2003).

8.1.3 La diversité du marquage urbain comme support de l'identité sociale

Nous avons vu que le marquage urbain comprend selon les événements du marquage au sol, du marquage « affiché » relatif aux attributs matériels (bâches, oriflammes, couleurs et symboles), du marquage « visuel déambulatoire » (bénévoles en uniforme, maillot(s) d'un joueur ou d'une équipe) aussi appelé « marquage présence » (Veschambre, 2007), du marquage « logistique » impersonnel (tentes, barrières) et du marquage sonore (musique, speaker, sons des balles qui rebondissent).

Ces attributs contribuent grandement à souligner la tenue de l'événement sur l'espace urbain. C'est un outil de localisation, de jalonnement au sein de « l'immensité diluante » des espaces parisiens, que ce soit les places (« Famillathlon », « La Parisienne »), les rues (« course cycliste 14^e arrondissement ») ou les bois (« Courir Ensemble »). Dans un espace dédié, ils participent à l'ambiance et renseignent sur la manière de vivre l'événement (Roland Garros, « LNB All Star Game »). Les odeurs sont aussi un élément de marquage urbain que nous avons envisagé. Toutefois, nous l'avons peu constaté sur le terrain. C'est la raison pour laquelle elles ne sont pas plus détaillées dans le tableau récapitulatif.

Marquage au sol	Marquage affiché	Marquage présence	Marquage logistique	Marquage sonore
Élément inscrit au sol, qui contribue à définir l'identité et l'atmosphère de l'événement par l'usage de couleurs, de symboles et d'objets caractéristiques.	Élément affiché qui contribue à définir l'identité et l'atmosphère de l'événement par l'usage de couleurs, de symboles et d'objets caractéristiques.	Attribut visuel perceptible sur un public participant à l'événement et qui déambule dans l'espace public (spectateurs, bénévoles, sécurité)	Les barrières, stands, bâches, etc. Tous les éléments qui constituent le paysage événementiel mais qui ne renvoient pas à un imaginaire relié à l'identité du projet.	Sons constitués par des séquences localisées (bruits caractéristiques de la pratique sportive et des « signaux-événements » (musique, speaker, chant de supporters).

Tableau 52 : synthèse des types de marquage urbain observés sur les événements parisiens étudiés

Les marquages urbains semblent être révélateurs des choix en termes de politiques publiques sportives à Paris. La ville accompagne le développement de grands événements sportifs pour asseoir l'image d'une capitale dynamique et prestigieuse en s'appuyant sur des symboles inhérents au territoire (Lallement, 2010). Par exemple, Roland Garros et « La Parisienne », à travers leurs attributs visuels et sonores, traduisent un positionnement très clair et cohérent : des visuels (sobres et discrets pour l'un, colorés pour l'autre), une sémiotique patrimoniale (Champ de Mars et Tour Eiffel mobilisés), un environnement sonore singulier (silencieux et respectable pour l'un, musical et diversifié pour l'autre) et des logos évocateurs. Ces attributs peuvent traduire une forme de consubstantialité (Bessy, 2013) entre l'événement et le territoire par la création d'une image commune. L'acteur public va alors accompagner le projet événementiel. En lui permettant de s'établir dans

l'espace public, il espère en retirer un bénéfice en termes d'image et de notoriété (Charrier, Jourdan, 2009).

Le cas de Roland Garros est très singulier à cet égard. Il paraît très fermé en raison de son mode d'organisation (nous avons parlé de bulle autonome dans le chapitre 4) et son public assez sélectif : culture tennistique, prix des places, communication « prestige ». Cependant, par son importance médiatique, les flux économiques qu'il génère et sa volonté d'entretenir de bonnes relations avec la ville de Paris, il est obligé de se doter d'un dispositif accessible au grand public (« Roland Garros dans la ville »). Celui-ci matérialise particulièrement bien ce lien fort. La balle de tennis géante accrochée au premier niveau de la structure de la tour Eiffel pendant la quinzaine est un attribut assurant la réussite des images d'hélicoptères et des cartes postales. C'est donc un double objectif ; interne à la ville de Paris pour créer de l'émulation autour de l'événement et externe, à l'international, pour alimenter son rayonnement et garantir « *ce dans quoi les autres, nous reconnaisent* » (Akoun, Ansart, 1999).

Ces attributs qui utilisent des repères signifiants (monuments, places) ou des corps et des signes mouvants (habits, pancartes) « marquent » les esprits et associent par l'événement sportif un lieu à des groupes sociaux (Veschambre, 2005). L'appropriation véhiculée par la configuration matérielle de l'espace conduit également à souligner une forme d'identité. Cavailé (1999) explique que « *notre identité sociale apparaît toujours en premier lieu dans et par l'espace* ». Dès lors, le marquage urbain représente une forme de matérialisation de l'identité, à la fois individuelle et collective (Veschambre, 2000). À cet égard, il devient aussi un indicateur de lecture du politique par la recherche des organisateurs à se démarquer dans l'espace social.

On peut ici avancer le terme de patrimonialisation qui constitue le support d'une appropriation de l'espace (Veschambre, 2000, 2005, 2008). On observe un marquage produit par l'association symbolique entre un édifice « patrimonialisé » et une institution qui se l'approprie par une intervention matérielle. Cette visibilité sociale dans la dimension spatiale (Verret, 1995) traduit une forme de pouvoir (Veschambre, 2007). En 1993, Bourdieu insiste sur l'intérêt de décrypter ce marquage symbolique, en l'inscrivant dans des rapports de force : « *l'espace est un des lieux où le pouvoir s'affirme et s'exerce, et est sans doute sous la forme la plus subtile, celle de la violence symbolique, comme violence inaperçue* » (Bourdieu, 1993). Les cas de Roland Garros et de « La Parisienne », détaillés dans les pages précédentes, révéleraient donc une forme d'hégémonie symbolique dans l'espace social. *A contrario*, certains événements qui peinent à se démarquer illustreraient une situation de domination subie.

8.2 Le difficile exercice de la démarcation dans l'espace urbain

Les stratégies inhérentes à l'organisation d'un événement sportif se traduisent par une signalétique urbaine qui est à la fois un moyen de démarcation dans l'espace public et un outil de lisibilité du positionnement du projet. Pour rappel, l'événement sportif est un fait social constitué d'un lieu où des hommes et des femmes se rassemblent dans une sorte de célébration collective pour assister à un spectacle sportif (Piquet, 1985). Le marquage urbain, qui s'illustre en fonction des caractéristiques locales et des stratégies politiques, joue un rôle dans la manière dont les événements créent cette expérience. En présentant les types de marquage urbain nous avons insisté sur ce lien que nous identifions avec les volontés premières. Nous sommes partis des observations faites sur des événements présentant un dynamisme sur la question du marquage urbain, ou au moins présentant des attributs visuels ou sonores révélateurs. Dans ce point, nous identifions aussi des occasions manquées pour certains projets événementiels qui ne proposent pas ou très peu de marquage urbain. Pourtant, il semble que même dans le cas d'événements moins actifs sur cet aspect, cette question de la mise en valeur visuelle est un moyen de renseigner la stratégie des acteurs et les dynamiques locales.

Les événements s'inscrivant dans le projet des « Berges de Seine » par exemple sont peu entreprenants sur cette dimension : ils présentent essentiellement du « marquage logistique ». Néanmoins, ils profitent de l'ensemble du dispositif qui génère par essence la mobilisation d'un mobilier urbain innovant. Ils participent également de la redéfinition des usages liés à un espace par un renouvellement urbain (Hiller, 2000).

Ensuite, le cas de la course cycliste du 14^e arrondissement, par ses difficultés dans l'exercice de la démarcation dans l'espace urbain, illustre des limites inhérentes à la discipline sportive et au contexte local. Cette course, bien qu'active sur la dimension sonore comme nous l'avons expliqué précédemment, peine à investir matériellement et symboliquement la place Edgar Quinet. Nous allons analyser plus en détail ces deux projets événementiels, qui, par leur manque de marquage urbain, nous renseignent justement sur les conditions nécessaires à son émergence.

Nous avons vu dans la partie précédente que la ville de Paris, en aidant l'événement sportif à investir matériellement l'espace public, réutilise la dimension symbolique du marquage urbain à des fins politiques. C'est notamment le cas lorsque la ville valorise le territoire par l'utilisation d'une sémiotique patrimoniale s'appuyant sur la résonance médiatique du projet événementiel sportif (« La Parisienne », Roland Garros). Il semble que ce soit aussi le cas concernant la redéfinition des usages de l'espace public (Berges de Seine) ou la difficile cohabitation des usages (course cycliste du 14^e arrondissement). À ces égards, le marquage urbain consacre l'ancrage territorial de l'événement sportif, que ce soit matériellement en investissant l'espace public, ou symboliquement en renvoyant à des attributs idéels qui participent à la structuration du territoire vécu.

8.2.1 Un espace public sous contrainte : le dispositif des Berges de Seine

Le site des « Berges de Seine » est le point d'orgue des différentes déclinaisons municipales qui peuvent exister temporairement dans les parcs et jardins parisiens en vue de faire sortir le sport des gymnases. Toujours dans cette optique d'innovation, le projet peut être considéré comme un laboratoire pour un développement ultérieur sur de nombreux espaces publics parisiens. Dans ce cas, les événements sportifs servent d'outil à la redéfinition des usages d'un espace public²⁴⁵ et participent d'un renouvellement urbain (Hiller, 2000).

« *L'idée, c'est d'expérimenter là-bas...et si cela marche, de le déployer sur tout ou partie de la ville.* ». Ludovic Piron-Palissy, directeur adjoint à la mission Berges de Seine, le 14 août 2015.

Mais les berges, et *a fortiori* les événements sportifs qui s'y déroulent, répondent avant tout à un objectif de santé publique. Pouvoir pratiquer l'activité sportive sur cet espace renvoie aussi à un impératif presque vital de proximité à l'eau. Jean-Didier Urbain²⁴⁶ explique ainsi que l'on a mal mesuré l'impact de la densité urbaine sur les comportements ordinaires, notamment ceux relatifs à l'eau. Il insiste sur son potentiel à être un « *détendeur social* », car « *la mer et la plage, des territoires ouverts vers l'infini ne se gagnent pas mais se partagent* ». Il parle même d'un « *impératif besoin de l'être humain de maintenir son lien avec l'élément liquide* » (Urbain, 2015).

Le principe des berges de Seine réside donc aussi dans le respect de ce besoin vital. La pratique de l'activité physique, et plus encore, l'organisation d'événements sportifs orchestre cette connexion retrouvée entre les parisiens et la Seine. L'argumentaire de la mairie de Paris s'appuie sur des éléments de langage forts et engageants sur la durée comme « *l'entrée dans une nouvelle ère* »²⁴⁷. La volonté est de ne pas encourager les voitures dans le centre urbain. Les décideurs insistent sur le fait que ce n'est pas une guerre à la voiture, mais simplement un cadre incitant ses usagers à mieux l'utiliser. Les pics de pollution, de plus en plus récurrents, incitent les décideurs politiques à prendre des mesures radicales. Les événements sportifs s'inscrivent donc en corollaire de cette volonté.

Un effet d'image est aussi véhiculé par la pratique sportive encadrée pour en redéfinir les usages à moyen et long termes. Paris ne bénéficie pas d'un poumon vert en son cœur comme Londres, New York ou Berlin. L'enjeu est donc d'autant plus grand. Les événements sportifs, en redéfinissant les usages du lieu, induisent un effet environnemental positif. Ils font partie d'un programme transversal d'éco-responsabilité en milieu urbain et conduisent à modifier l'espace par l'utilisation d'un marquage urbain innovant.

Initialement, les berges disposaient d'une dimension plus événementielle. Cependant, des nuisances sonores signalées par les riverains ont conduit les programmeurs à respecter la réglementation inhérente aux habitations alentours. L'eau renvoie le son sur l'autre rive, y compris sous les ponts ce qui a gêné les bateaux logements et les ambassades. Artevia, l'entreprise délégataire du site de 2013 à 2016, a dû revoir sa programmation la deuxième

²⁴⁵ Entretien avec Ludovic Piron-Palissy, directeur adjoint à la mission Berges de Seine, le 14 août 2015.

²⁴⁶ Sociologue, linguiste et ethnologue français, spécialiste du tourisme.

²⁴⁷ Entretien avec Armelle Gros secrétaire général de la mairie de Paris, mission Berges de Seine et Promotion Animation Valorisation et Expérimentation ; et Ludovic Piron-Palissy, direction adjoint à la mission Berges de Seine, le 14 août 2015.

année en intégrant cette contrainte. Cela s'est traduit par moins d'événementiel nocturne et plus d'expérimentations urbaines. Armelle Gros²⁴⁸ rappelle que le marché en lui-même ne visait pas à faire de l'événementiel. Le Port Autonome de Paris interdit la musique amplifiée dans ses règlements intérieurs. On est donc sorti d'une programmation qui était à caractère plus festivalier en 2013. Les événements sportifs et culturels ont été impactés par ce réajustement²⁴⁹.

En conséquence, la plupart des dispositifs événementiels se tenant sur les berges sont très modestes. Par exemple, nous avons pu observer celui du « double dutch », restreint et très peu signalé, aux abords d'un site qui fut peu fréquenté le temps de notre observation. Le marquage urbain généré par l'événement réside en un marquage sonore (sur lequel se déroule l'activité) et un marquage logistique minimal (rubalise, barrières, et une seule tente).

« J'arrive auprès de l'événement sportif de la semaine. Mon premier sentiment est la déception. Il ne s'agit simplement que d'un enclos délimité par des barrières et de la rubalise au sein duquel 4 jeunes font pratiquer le « double dutch » à une douzaine de personnes. Juste à côté se tient une tente avec de la documentation sur le dispositif des berges de Seine et sur les championnats du monde de la discipline qui se déroulent la semaine d'après (à la halle Carpentier du 21 au 26 juillet 2015). » Extrait de la note d'observation « un événement sportif organisé sur les Berges de Seine, le 11 juillet 2015 » du dimanche 14 septembre 2014.

Le rendu une fois sur site est très modeste. Lorsque l'on parle de programmation sportive dans les documents de communication, on imagine naturellement des dispositifs plus imposants pour un site disposant de ces moyens. L'événement ici, est simplement un moyen d'agrémenter un concept tablant en premier lieu sur la réappropriation et les pratiques sportives auto-organisées. À cet égard le marquage urbain relatif au projet événementiel sportif est minimaliste.

²⁴⁸ Secrétariat Général de la mairie de Paris, mission Berges de Seine et Promotion Animation Valorisation et Expérimentation, le 14 août 2015.

²⁴⁹ Extrait d'entretien du 11 août 2015, avec Alice Ghys responsable de la programmation chez Artevia.



Photo 70 : événement de double ducth installé sur le site du 11 au 19 juillet 2015

Nous l'avons déjà évoqué dans le chapitre 4, la ville mobilise les événements sportifs pour encourager un renouvellement des usages de l'espace public. C'est un moyen d'agrémenter un concept tablant en premier lieu sur la réappropriation et les pratiques sportives auto-organisées. Il nous semble donc que la modification des usages d'un site, initiée entre autres par le sport et les événements, puisse contribuer à redéfinir le rapport à l'espace (Keerle, 2007). Dans ce cas, le marquage urbain inhérent à l'événementiel sportif transcrit à la fois, un lieu baigné de contraintes matérielles et une volonté politique portée en priorité sur le sport auto-organisé. Le marquage urbain se traduit par des éléments de détente et de verdure favorables à la piétonisation. Ces nouveaux usages visent à renouveler l'image de la ville stressante et polluée en une nouvelle aire urbaine festive (Lefebvre, Roult, 2013). Il devient un outil de légitimation (Gravari-Barbas, Jacquot, 2007) de projets urbains comme le dispositif des « Berges de Seine » (Bourbillères, Charrier, Evrard, 2015) en vue d'une réappropriation de l'espace public (Andres, 2006) par les parisiens.

L'acteur public trouve aussi, à travers l'événementiel sportif, un outil particulièrement pertinent pour alimenter un patrimoine considéré comme une ressource identitaire forte (Greffé, 2011). Cela est d'autant plus vrai à une période où la tendance est à la globalisation et à la banalisation des grandes villes internationales (Tomas, 2004). Par exemple, le marquage urbain permet de mutualiser des images et de raconter une histoire. Dans ce cas, le cœur de Paris, la Seine et les monuments qui la jalonnent sont rendus aux parisiens. C'est le sport qui vient au public sur un site inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO. Au-delà de l'animation de la vie locale, le marquage urbain va donc représenter une ressource pour la communication de l'événement et indirectement pour le développement du territoire.

Au-delà de la dimension patrimoniale du site qui sera développée dans le chapitre 9, c'est la dimension spatiale qui nous invite à l'aborder dans cette partie : celle qui vise à transformer la relation de l'utilisateur à l'espace. En cela le sport conduit à créer un ancrage nouveau basé sur des expériences renouvelées... Toutefois, il faut être précis dans notre analyse et ne pas mélanger l'ancrage territorial des événements sportifs du site et le site justement, en lui-même. Les événements contribuent indéniablement à redéfinir cet espace ne serait-ce qu'à travers l'image qu'ils renvoient (activités physiques au bord de la Seine) en dépit du manque de moyens accordés à ces dispositifs et des contraintes techniques de l'environnement.



Photo 71 : activité de « Taji Bang » le 26 septembre 2015 sur les berges de Seine

8.2.2 La discrète course cycliste du 14^e arrondissement

De la même manière que dans le cas des berges de Seine, l'absence de marquage urbain sur la course cycliste du 14^e arrondissement nous renseigne sur les contraintes qui pèsent sur l'organisation d'une course cycliste à Paris. Pour rappel, cet événement organisé par le mouvement sportif est une course ouverte à l'élite amateur (3 premières catégories) dans le 14^e arrondissement de Paris, au pied de la tour Montparnasse. Elle peine chaque année à obtenir les autorisations administratives et la privatisation de la voie publique fait l'objet de critiques de la part des riverains. En conséquence, l'événement survit à la faveur de la modestie de son dispositif et surtout de son caractère très éphémère. En outre, le budget restreint des organisateurs les oblige à rogner sur les dépenses de promotion de l'événement. Sur site, on trouve du marquage présence (coureurs, les bénévoles), du marquage logistique (barrières, rubalise) et du marquage sonore (speaker, bruit des rayons de vélo). On note très peu de marquage visuel. L'impression place Edgar Quinet traduit un déficit en termes d'affichage. Par exemple, il n'y a pas de panneaux présentant la course aux différentes entrées du site. Il en résulte parfois une incompréhension des passants qui se trouvent confrontés à la fermeture de l'espace public. Dans le meilleur des cas cette incompréhension conduit à de la curiosité, au pire à de l'agacement. C'est au final préjudiciable pour une discipline sportive qui est peu présente en milieu urbain.

Pour certains résidents, le sportif peut se sentir à tort chez lui dans l'espace public. C'est ce que nous avons pu constater à plusieurs reprises lors de notre observation participante du 14 juin 2014²⁵⁰. Nous relatons dans la note détaillée cette anecdote d'un riverain assez âgé qui traverse la voie sans sourciller en plein milieu de la course. Cette dernière dérange certaines personnes dans leur quotidien. Le cas échéant, l'événement aboutit à un effet négatif traduisant un ressentiment préjudiciable à la discipline : au lieu d'animer, il gêne. L'événement nécessite aussi l'enlèvement des voitures de la place et ses alentours. La police communique une semaine auparavant auprès des riverains pour les avertir que la fourrière sera sur le pont le jour J²⁵¹. Mais, chaque année, il y a toujours quelques voitures à enlever au dernier moment pour assurer la sécurité des coureurs. Cette contrainte peut être contre-productive pour le développement de la discipline. Ce sont justement ces arguments qui étaient avancés en 2006 par Pierre Castagnou, maire du 14^e arrondissement de 2001 à 2008²⁵². François Denis avait alors défendu sa course en soulignant la proportionnalité de retours négatifs par rapport aux positifs. Toutefois, la privatisation de la voie publique à des fins sportives continue de questionner.

« J'étais allé le voir, je lui ai dit : « écoutez, vous avez eu des remarques négatives, je vais venir avec des lettres positives et je vous en trouverai plus que des négatives ». François Denis, président de l'office pour le Mouvement Sportif du 14^e arrondissement (OMS14). Extrait d'entretien du 12 décembre 2014.

L'événement peut être vecteur de troubles, d'autant plus que quinze jours avant (à la mi-mai) se déroulent sur la même place, à la Saint-Yves, une « crêpe noise » avec des concerts

²⁵⁰ cf. chapitre 2.

²⁵¹ Pour limiter cela, la course se déroule d'ailleurs le mercredi, jour de marché.

²⁵² Pierre Castagnou est décédé en 2008 pendant sa mandature. Pascal Cherki prend sa succession à la mairie du 14^e arrondissement.

jusqu'à minuit. Ces deux événements à la suite peuvent déranger un arrondissement à la réputation plutôt calme et résidentielle. Selon Amine Bouabbas, c'est justement parce que c'est calme que l'on peut se permettre d'organiser ces événements.

« C'est vrai que les riverains ont en moins d'un mois des événements qui peuvent potentiellement les embêter. Le 14^e pour le coup il y a un côté un peu tranquille, on n'est pas à Oberkampf ou même sur la Butte aux Cailles. On est relativement tranquille donc on peut se permettre de temps en temps d'y faire un peu d'animation. » Amine Bouabbas, adjoint à la maire du 14^e arrondissement en charge de l'Habitat, de la Gestion locative et des Sports. Extrait d'entretien du 23 mars 2015.

Le club de cyclisme a lui-même le sentiment de déranger : *« à 22h il n'y a plus rien mais on embête les gens depuis le matin »* nous confie Raymond Margnoux²⁵³. Ce sentiment nous amène à constater que la privatisation de l'espace public à des fins sportives ne va pas de soi et peut poser problème aussi bien du côté du sportif que du riverain. Organiser un événement perturbe aussi en raison d'impératifs sécuritaires. C'est au final très préjudiciable pour la discipline et son acceptation dans la société. En conséquence, la modification de l'espace urbain est minimale (marquage logistique uniquement, légèrement sonore avec le speaker). Nous serions tentés d'insister sur la dimension négative de cet effet, mais il s'avère que c'est la condition *sine qua non* pour obtenir les autorisations. Cette contrainte pragmatique débouche sur un rayonnement minimal, même sur site, avec peu de musique, très peu d'affichage. La course commence à 19h mais à 22h tout est enlevé et la vie du quartier reprend son cours. C'est cette éphémérité qui permet l'existence de la course, mais qui en limite considérablement la portée malgré la récurrence annuelle, l'ancrage local et l'histoire qu'elle véhicule (cf. chapitre 9).

Quoi qu'il en soit, les effets sont mineurs sur l'espace public et la communauté locale puisque cela modifie peu l'expérience du territoire vécu.

« Arrivé sur la place Edgar Quinet je vois un podium, des barrières des deux côtés du boulevard Edgar Quinet, des bénévoles, et des gens qui traversent la route. À 15 minutes du départ beaucoup de passants circulent sur la place. C'est un lieu très passager à proximité de la Tour Montparnasse à une heure de débauche, ou de début de soirée...surtout par ce beau temps. Les bénévoles sont de deux types : les vestes fluo et les tee-shirts bleus. Je comprendrai ensuite que les tee-shirts bleus sont en réalité des employés d'une entreprise privée (l'OFRASS), engagés pour assurer la sécurité sur la course. Le rôle des bénévoles et des agents de l'OFRASS et de se poster notamment aux passages cloutés et de gérer les flux de passants lors des rares moments où les coureurs ne passent pas (le tour fait 2min environ). Le speaker essaie de mettre de l'ambiance. Il y parvient très difficilement. Lors de ces appels aux applaudissements on ne peut que constater l'anesthésie ambiante. » Extrait de la note d'observation « Course cycliste du 14^e arrondissement » du mercredi 11 juin 2014.

Le manque de communication semble être le principal facteur conduisant au faible rayonnement de l'événement. Bien que ce « ne soit qu'une course » de cyclisme amateur, le fait que ce soit la dernière à Paris pourrait constituer l'élément de communication stratégique pour attirer des spectateurs, et non simplement du 14^e arrondissement. Seul un

²⁵³ Créateur de la course et président d'honneur du club Paris Cycliste Olympique.

entrefilet le jour et le lendemain de la course dans « Le Parisien » mentionne la course dans les médias.

« D'ailleurs si vous avez remarqué le Parisien ne nous met que 3 lignes le jour même. Dans le temps, j'arrivais à avoir un petit papier. Maintenant les journalistes que je connais me disent qu'ils vont essayer mais ce n'est pas eux qui décident. Tous les ans on a un petit truc mais bon. Un entrefilet... Le lendemain, il y a les trois premiers. Terminé. » Raymond Margnoux, président d'Honneur du Paris Cycliste Olympique. Extrait d'entretien du 19 février 2015.

La communication repose donc aujourd'hui sur des relations de longue date avec des personnes de confiance, il n'y a aucune démarche pour chercher de nouveaux relais, ni même pour développer un plan de communication sur d'autres médias. Il y a bien quelques flyers qui sont distribués dès 8 jours avant dans le quartier, sur les pare-brise de voitures.

« On ne fait pas grand car les affiches, les commerçants n'y tiennent pas trop. J'en colle un peu dans le quartier 10 jours avant... mais on nous les enlève. » Raymond Margnoux, président d'Honneur du Paris Cycliste Olympique. Extrait d'entretien du 19 février 2015.

De son côté, l'OMS relaie les informations via son site internet et son réseau associatif. Les élus mentionnent également la course sur leurs réseaux sociaux. Mais ce manque de communication est tout à fait assumé par François Denis, le président de l'OMS 14 qui finance également l'événement. Cela s'inscrit dans une volonté de le maintenir à un niveau très local, sans réel sponsor. L'argument se situant derrière ce positionnement est la volonté de garder la mainmise, une indépendance totale sur l'événement.

« Je ne veux pas. Je ne veux pas car je pense qu'on perd sa liberté, on devient un événement financier. On doit être rentable. Ce n'est pas notre idée du sport. » François Denis, président de l'office pour le Mouvement Sportif du 14^e arrondissement (OMS14). Extrait d'entretien du 12 décembre 2014.

On peut envisager en effet que l'identité forte de la course, qui est au passage son principal atout dans sa quête de pérennité (nous le verrons plus en détail dans le chapitre 9), est le corollaire de cette indépendance totale, tout autant que de son rayonnement restreint. Ce manque de communication, bien qu'assumé par l'OMS, est aussi la conséquence pragmatique d'un manque de moyens du club.

« ...Alors ce n'est pas bien de dire cela (rires) mais un budget communication on n'en a pas. On ne s'en sortirait pas. On fait comme on peut... de l'artisanal. » Raymond Margnoux, président d'Honneur du Paris Cycliste Olympique. Extrait d'entretien du 19 février 2015.

Lorsque les moyens ne sont pas mis, il semble que le marquage urbain ne soit pas un objectif prioritaire pour les organisateurs. Dans le cas des berges de Seine, le manque de moyens résulte d'une volonté stratégique et politique de maintenir l'événementiel sportif dans un rôle de complément du dispositif. Dans le cas de la course cycliste du 14^e arrondissement, le manque de moyens est contraint financièrement et légalement. Mais c'est aussi la résultante du choix politique de garder l'événement dans cette formule modeste, puisque c'est la condition grâce à laquelle il s'agit de la dernière course cycliste dans Paris *intra-muros*. Cette course se rapproche d'ailleurs presque du cyclisme sur piste tant le circuit est

restreint. Elle a l'avantage de minimiser l'impact de la fermeture de l'espace public tout en profitant du flux continu de spectateurs potentiels sortant des stations de métro Edgar Quinet ou Montparnasse.

Le marquage urbain semble donc bien être soumis avant tout à des choix stratégiques pris sur la base de considérations politiques ou stratégiques. À cet égard il se révèle être un outil de lecture des stratégies des organisateurs. Plus précisément, la manière dont l'événement va s'établir dans l'espace public, son potentiel à y imposer ses attributs matériels (marquage visuel, présence) ou immatériels (marquage sonore) semblent être révélateurs du soutien qui lui est accordé par l'acteur public. Cette situation renvoie aussi à une forme de domination subie dans un espace social (Bourdieu, 1993 ; Veschambre, 2000) où le cyclisme peine à se faire une place.

Synthèse de la dynamique spatiale

L'étude du marquage urbain révèle différentes logiques de spatialisation d'événements sportifs. Ce sont les contraintes et les volontés politiques ou stratégiques inhérentes à l'événement qui définissent la manière dont le projet événementiel se donne à voir. Pour repérer cela, nous avons présenté plusieurs types de marquages urbains : au sol, visuel, déambulatoire, logistique et sonore. De manière générale, l'événement sportif génère un rapport à l'espace qui s'appréhende par des sensations et des perceptions qui entremêlent visuel, tactile, gestuel, olfactif, sonore... Ces modalités sensorielles interagissent les unes sur les autres et se hiérarchisent temporairement dans des habitudes permettant d'éviter l'impression d'un chaos perceptif (Torgue, 2005), tout en cherchant à se démarquer du fond sonore de la ville par l'utilisation de « signaux-événements » caractéristiques de l'événement. C'est un véritable levier pour se faire connaître et se démarquer dans l'espace public.

Ce processus est bien illustré par les cas du « Famillathlon », de « Femmes en Sport » ou de « Courir Ensemble ». À cet égard, la charte graphique et les couleurs sont des marqueurs importants qui ne servent pas que dans les supports de communication, mais aussi sur site pour créer une relation concrète et palpable entre le territoire hôte et l'événement. C'est précisément dans cette relation plus ou moins étroite et établie que peut se situer la notion d'ancrage territorial abordée à travers sa dimension formelle. En outre, l'utilisation de symboles peut favoriser l'ancrage de l'événement car c'est un moyen de faire écho au patrimoine et à l'identité du territoire (Merle, 2004). C'est aussi un outil révélateur des volontés premières internes (petit garçon et petite fille en boudin au « Famillathlon ») et des rapports de domination dans l'espace social (balle de tennis très symbolique sous la tour Eiffel avec Roland Garros ; marquage minimal sur la course cycliste).

Nous avons ensuite dessiné les contours de la notion de marquage urbain (Veschambre, 2005) inhérent à l'événementiel sportif parisien. Elle englobe selon nous à la fois le marquage visuel sous ses différentes formes et le marquage sonore. À cet égard, la notion « d'empreintes urbaines »²⁵⁴ semble pertinente dans le cas de l'événementiel sportif dans l'optique d'intégrer l'impact *a posteriori* de l'événement, notamment en termes d'héritage social (Misener, Mason, 2006 ; O'Brien, Chalip, 2007, Girginov, 2012 ; Weed, 2015). Il occupe la ville, il consomme l'espace urbain ; en même temps il produit ses propres lieux, il crée ses repères et laisse des traces (Willems-Braun, 1994 ; Gravari-Barbas, 1999 ; Gravari-Barbas, Veschambre, 2005)

Toutefois, nous constatons aussi le cas d'événements qui sont peu visibles, dilués au sein de l'espace urbain et des états sonores des villes. Ces événements, par contrainte budgétaire ou administrative (« course cycliste du 14^e ») et par manque de volonté stratégique (« Berges de Seine »), ne sont pas vraiment repérables dans l'espace public. En étant peu actifs sur cette question spatiale, ils perdent une occasion d'asseoir leur identité (Cavaillé,

²⁵⁴ Au sens figuré, l'empreinte est une marque durable, profonde et ayant un caractère distinctif. Définition consultée sur le portail CNRTL consulté le 07/01/17.

1999). En réalité, cette absence semble pouvoir constituer un effet négatif comme nous le montre la course cycliste. Nous identifions des occasions manquées constituées par un manque d'outils renforçant l'identité et la démarcation de l'événement dans l'espace public. Pourtant, au-delà des événements sportifs, la prise en compte des relations complexes des sportifs urbains et plus largement de celles des multiples usagers piétons des espaces publics, ouvre des perspectives innovantes. L'intégration plus complète des notions de construction inter sensorielles des perceptions sensibles (son, odeur, vision), de représentations socio-spatiales (Di Méo, 2004), ainsi qu'une grande attention portée aux interactions interindividuelles (Augustin, 2011), peuvent notamment participer au renouvellement de la conception et de l'aménagement des espaces publics (Escaffre, 2005). C'est le cas des événements organisés sur les berges de Seine qui renvoient directement à une politique sportive en faveur de la pratique auto-organisée (Gasparini, Vieille-Marchiset, 2008) et à une nouvelle forme de territorialisation (Aldhuy, 2008). Les événements sportifs, en raison de leurs carences notamment en termes de marquage urbain, ratent alors l'opportunité d'être le levier de ce nouvel ancrage territorial.

Finalement, en raisonnant en termes d'appropriation de l'espace (Ripoll, Veschambre, 2002, 2005) nous pouvons cerner les enjeux de positionnement des différents acteurs (Gavrari-Barbas, Veschambre, 2005). Quelle que soit la taille ou le rayonnement de l'événement, la ville de Paris, en autorisant le déroulement du projet sur l'espace public, se sert de la dimension symbolique inhérente au marquage urbain pour alimenter ses politiques publiques (Bayeux, Dupuis, 1994). Le sport, au niveau local, reste un enjeu symbolique et social car les communes doivent faire des choix stratégiques pressés par des demandes très diversifiées (Haschar-Noé, Bayeux, 1998). Dans ce contexte, l'événement par les effets qu'il génère (Preuss, 2007) peut devenir très attractif pour l'acteur public qui les utilise pour renouveler la politique sportive, les usages d'un espace public ou encore valoriser médiatiquement le territoire. Cette analyse renvoie aux trois figures de rhétorique proposées par Bernard Debarbieux (1995), particulièrement le lieu générique, résumé par Montès (2003) comme étant « *une allégorie du groupe social qui le constitue et le lieu de condensation, tous deux construits et identifiés par une société qui se donne à voir par leur intermédiaire, dont ils racontent l'histoire et ancrent les valeurs* ».

L'événement peut alors jouer sa partition de médiateur territorial (Augustin, 2011) en renforçant le dialogue de cohésion sociale, par l'utilisation d'un espace vécu, qui forme des représentations ancrées localement plus ou moins inscrites dans la durée. Les empreintes urbaines deviennent cet outil par lequel l'événement, ce temps à part dans la société, se matérialise, se formalise et/ou se pérennise. Les attributs matériels soulignent l'intérêt de le percevoir à travers un lieu (Levy, 1991), par l'intermédiaire de représentations symboliques et d'appropriations alimentant l'espace vécu (Di Méo, 1991, 1998). Dès lors, l'événement sportif qui s'établit dans l'espace urbain, devient un enjeu pour l'acteur public qui l'accompagne à la faveur d'un marquage vecteur de sens dans l'espace social.

Chapitre 9 : La dynamique patrimoniale

Nous avons vu dans la partie précédente l'étendue et la densité du lien qui s'opère entre l'événement sportif et le territoire matérialisé par le marquage urbain. Cette entrée nous semble d'autant plus pertinente que nous sommes dans un contexte de ville contemporaine, où événements, culture et fêtes revêtent une importance toute particulière (Gravari-Barbas, 2000 ; Gavrari-Barbas, Veschambre, 2005). Le marquage est vecteur d'attributs matériels qui sont aussi porteurs d'un imaginaire, structurant l'espace en alimentant le territoire vécu. Pour aller plus loin dans cette quête de sens entre caractéristiques de l'événement et du site hôte, nous envisageons l'entrée par le patrimoine comme pertinente. Ce dernier prisme analytique se fait donc par le « lieu » parisien qui accueille l'événement. Cette dimension s'attache à formaliser ce que nous pourrions appeler le terreau qui favorise l'émergence de l'événement.

Ici, nous voulons éclairer le lien essentiel entre le projet événementiel et les caractéristiques singulières du territoire hôte²⁵⁵. Autrement dit, nous cherchons à comprendre, de manière concomitante, ce qui lui permet de prendre forme et l'impact qu'il peut avoir sur son emplacement. Comment épouse-t-il les spécificités du patrimoine urbain ? Comment s'appuie-t-il sur les ressources du lieu ?

D'après la définition de Lévy et Lussault (2013), le patrimoine « *est un ensemble d'attributs, de représentations et de pratiques, fixé sur un objet non contemporain (chose, œuvre, idée, témoignage, bâtiment, site, paysage, pratique) dont est décrétée collectivement l'importance présente* ». Le succès de la Convention du Patrimoine Mondial de l'UNESCO de 1972, a contribué à l'essaimage de la notion du patrimoine dans le monde (Gavrari-Barbas, 2015). À travers cette approche nous constatons l'apparition d'une distinction entre le patrimoine « matériel » et « immatériel ». Si l'on s'appuie sur la définition de l'UNESCO de 2003, le patrimoine matériel correspond au patrimoine culturel mobilier (peintures, sculptures, monnaies, etc.), au patrimoine culturel immobilier (monuments et sites archéologiques) et au patrimoine culturel subaquatique (épaves, ruines et citées enfouies sous les mers). Le patrimoine culturel immatériel quant à lui renvoie aux traditions orales, aux arts du spectacle et aux rituels. Nous engageons notre analyse sur la base de cette définition pour définir le type de patrimoine mobilisé par l'événement. Toutefois, nous préciserons cette notion au fil du développement des cas qui viennent éclairer les spécificités de son approche par l'événementiel sportif. Nous citerons notamment le patrimoine intégré et le patrimoine urbain (Dalmás et al., 2014) plus adaptés à notre objet. Le tableau comparatif ci-dessous présente les éléments identifiés sur chaque événement par ce prisme « patrimonial ».

²⁵⁵ Il ne s'agit en aucun cas de traiter l'effet d'image ou l'image territoriale déjà abordés par ailleurs dans cette thèse. Nous ne souhaitons pas non plus évoquer le marketing public ni la communication territoriale qui peut en être issue. Pour éviter cet écueil nous introduirons à ce sujet la nécessaire nuance entre « image territoriale » et « patrimonialisation » (Vernieres et al., 2012).

Volonté Première	Événement	Dynamique patrimoniale
Spectacle compétitif	Roland Garros	Événement historique fondé en 1925, et événement « patrimonial » selon la définition de Chappelet ²⁵⁶ . La négociation autour de la relocalisation du stade donne lieu à une « mutualisation patrimoniale » entre les serres d'Auteuil et le stade Roland Garros.
Organisation de la pratique	Femmes en Sport	Événement s'appuyant sur les espaces publics et le parc sportif de proximité de la ville. Référence au patrimoine urbain.
Animation de l'équipement	Charléty sur Neige	Événement organisé pour animer un équipement sportif structurant en sous-utilisation sportive, référence au patrimoine matériel.
Organisation de la pratique	Course Cycliste 14 ^e	Événement et valeurs de la discipline, reflet des singularités de l'arrondissement : culture ouvrière et des congrégations religieuses. Mobilisation d'un patrimoine immatériel en cohérence avec le territoire formalisé par le soutien des élus.
Animation de la vie locale	Berges de Seine	Événements prenant part à un dispositif de redéfinition des usages d'un site espace public classé au patrimoine mondial de l'UNESCO. Référence au patrimoine urbain, sport auto-organisé mobilise un patrimoine « cadre de vie ».
Animation de la vie locale	Famillathlon	Événement profitant du site touristique Champ de Mars pour assurer une fréquentation minimale. Lien avec l'ancrage de l'association dans le 16 ^e arrondissement.
Caritatif et social	Courir Ensemble	Événement profitant d'un espace vert pour délivrer son message. Lien avec le patrimoine peu évident.
Commercial	LNB All Star Game	Événement profitant d'une grande salle de la capitale pour se développer et se pérenniser.
Commercial	La Parisienne	Événement profitant du site touristique Champ de Mars pour créer une sémiotique patrimoniale en lien avec le territoire. Référence au nom et au logo (la tour Eiffel).

Tableau 53 : analyse des événements sportifs par le prisme de la dynamique patrimoniale

²⁵⁶ « On peut définir les événements sportifs patrimoniaux comme des manifestations organisées en général pour un sport, dans un même lieu depuis de longues années, et de façon régulière c'est-à-dire sans interruption importante depuis leur fondation » (Chappelet, 2014).

Dans un premier temps, nous évoquerons les cas singuliers des événements qui, dans leur concept, comportent en premier lieu la volonté d'influer sur le patrimoine matériel à travers les infrastructures : « Charléty sur Neige » par l'ouverture d'un équipement structurant (espace dédié), le « LNB All Star Game » avec l'utilisation de l'Accor Hotel Arena (anciennement Palais Omnisport Paris Bercy – espace fermé). Nous parlerons ensuite des événements des berges de Seine, site inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO, qui viendront questionner cette relation au lieu, en convoquant la dimension immatérielle de « prestige » que le parcours revêt. Surtout, ils contribuent à redéfinir les usages du site afin « *d'adapter la Seine à son époque* » (rapport de l'Atelier Parisien d'Urbanisme, 2010). À ce titre nous (re)contextualiserons l'histoire de la Seine puis verrons que l'approche par le patrimoine urbain (Vernieres et al., 2012) est pertinente pour analyser ce cas.

Cette « tension » théorique proposant une approche plus globale du concept de patrimoine, nous amènera à faire la transition vers le second type qualifié de « patrimoine culturel immatériel ». Nous l'éclairerons à travers les événements sportifs qui font référence à certaines valeurs et à des représentations symboliques (Tomas, 2004). Roland Garros, d'abord, illustre l'importance de cette dimension pour les élus politiques qui y voient un enjeu déterminant pour la ville. Pour garder le tournoi à Paris, ils n'hésitent pas à proposer un rapprochement avec les serres d'Auteuil, processus que nous avons qualifié de « mutualisation patrimoniale » (Bourbillères, Djaballah, 2015). Avec la course cycliste du 14^e, nous verrons que le processus d'interrelation entre l'événement et le territoire à travers la notion de patrimoine s'opère aussi à une échelle inférieure : celle de l'arrondissement. Nous montrerons que sauvegarder la course cycliste du 14^e arrondissement dans un environnement de plus en plus contraignant pour ce type d'événement participe de ce construit social (Levy, Lussault, 2013) qu'est le territoire.

9.1 Quand l'événement doit relancer l'équipement

Selon Callède (2007), il est d'usage aujourd'hui d'appréhender l'équipement sportif au sens large à travers les notions d'espaces ou d'aménagements sportifs. À cet égard, l'équipement sportif contribue directement à la fonctionnalité urbaine (Callède, 2007). Cependant, Vigneau (2015) rappelle que « *le sport peut être un facteur d'épanouissement individuel et de cohésion sociale, à condition que l'espace sportif s'y prête* ». Selon lui, ce n'est pas le cas de bon nombre d'équipements sportifs publics qui ont, pendant de nombreuses années, été conçus pour le sport de compétition des jeunes adultes masculins. C'est aussi le cas des équipements construits à l'occasion de grands événements sportifs qui font l'objet d'une nécessaire reconversion, encore trop peu anticipée (Roult, Lefebvre, 2010). Ce constat renvoie aux processus de programmation des grands équipements sportifs structurants et de leur adéquation à la diversification de la demande et des spécificités des territoires (Vigneau, 1995 ; Falcoz, Chifflet, 1998). Il nous semble que les événements sportifs ont aussi une partition à jouer dans la définition de ces usages.

Les événements sportifs peuvent-ils venir alimenter un équipement structurant ? C'est le pari tenté par Pascal Cherki et Jean-Claude Coucardon en 2006. Ici, l'acteur public s'implique dans l'événementiel sportif pour recréer de l'animation au sein d'un stade déserté. « Charléty sur Neige » est un levier pour utiliser un patrimoine matériel qui existe par ailleurs. Cela ne s'inscrit pas dans un objectif de mise en valeur, c'est plus simplement une utilisation par défaut du deuxième plus grand équipement sportif parisien.

9.1.1 Un héritage matériel encombrant

Construit en 1939, le Stade Charléty porte le nom du Recteur de l'université de Paris, Sébastien Charléty, qui a œuvré pour que le Paris Université Club (PUC), privé de son terrain de la Porte Dorée, obtienne un espace à la Porte de Gentilly. Le Stade Charléty est démoli à la fin de l'année 1989 pour être totalement reconstruit de 1991 à 1994. Les architectes (Henri et Bruno Gaudin) ont cherché en premier lieu à l'imbriquer dans le reste de la ville : partout le regard et la lumière traversent les structures du stade.

C'est un dialogue plus qu'une dualité que les architectes ont imaginé. Le projet s'intègre au sein d'un contexte assez difficile, coincé entre le périphérique parisien et le boulevard des Maréchaux, bordé par des pavillons de la Cité universitaire, un cimetière et des habitations à loyer modéré (HLM) en brique rouge descendant vers la Poterne des Peupliers. Ils sont d'ailleurs récompensés pour cet ouvrage en recevant le prix de l'Équerre d'argent²⁵⁷, en 1994.

En 2006, le stade Charléty est une réalisation d'envergure prestigieuse qui s'est avérée plus coûteuse que bénéfique, et dont l'exploitation ou l'entretien est devenu un fardeau financier. C'est ce que l'on nomme un « éléphant blanc »²⁵⁸ (Lefebvre, Roult, 2010). Il est

²⁵⁷ L'Équerre d'argent est un prix attribué chaque année en France depuis 1983 par un jury composé d'architectes, de critiques d'architecture et de promoteurs. C'est un prix qui récompense une équipe composée du maître d'ouvrage et du maître d'œuvre (architecte et ingénieurs) qui a contribué à la construction d'un bâtiment sur le sol français (bâtiment terminé dans l'année).

²⁵⁸ L'expression vient des pays de tradition hindouiste ou bouddhiste. La veille de la naissance de Bouddha, sa mère aurait rêvé d'un éléphant blanc. À partir de cette légende, s'est développée une sacralisation des

alors repris en régie directe par la mairie de Paris pour remédier à sa sous-utilisation. Parmi les objectifs qui sont conférés à la nouvelle équipe dirigeante figure la création d'une déclinaison d'événements sportifs municipaux. « Charléty sur Neige » sera finalement le seul à perdurer avec une fréquentation optimale.

9.1.2 La réponse : l'événementiel ludo-sportif ?

En 2006, Pascal Cherki²⁵⁹ (maire adjoint au sport) et Jean-Claude Coucardon²⁶⁰ (directeur de la MGSE²⁶¹ et du stade) donnent des éléments sur le positionnement de l'événement²⁶². Le premier explique qu'il prend part à un dispositif général sur la ville de Paris visant à offrir aux parisiens qui ne partent pas en vacances des activités gratuites et ludiques. Selon lui, ce type de projet doit comporter de la créativité et de l'originalité²⁶³ : *« cette manifestation s'inscrit dans la continuité des trois patinoires éphémères et de l'opération « Manèges de Noël », nous voulons offrir aux parisiens qui ne partent pas en vacances des activités originales ludiques, sportives, et gratuites ».*

Le second explique qu'il s'agit là d'une action de proximité. L'événement doit être le « pilote » d'une déclinaison d'événements sportifs ou récréatifs grand public à Charléty. Il assure vouloir garder une dimension de proximité en expliquant que la gestion s'appuie sur *« une philosophie différente de celle du stade de France²⁶⁴ : notre but est de faire une action de proximité, inscrite dans le quartier. Si l'opération se déroule bien, elle devrait se décliner sous d'autres formes tout au long de l'année ».*

La volonté première externe est de proposer une animation gratuite pour les enfants. Pierre Zizine²⁶⁵ explique que l'objectif premier est de *« faire plaisir aux enfants tout en amenant avec nos petits moyens et entre guillemets un esprit montagne pour ceux qui n'ont pas la possibilité d'aller à la neige ».* L'analyse des éléments de communication révèle bien ce souhait de créer une expérience unique en proposant une atmosphère et un imaginaire qui sont rares à Paris. Les communiqués de presse que l'on trouve sur les sites internet présentant l'événement font généralement un état exhaustif des activités proposées tout en employant des expressions mélioratives comme *« la station de sports d'hiver la plus spectaculaire et la plus étonnante ! »*²⁶⁶. La volonté d'ouvrir l'équipement aux parisiens est aussi exprimée publiquement comme en témoigne le communiqué de presse suivant : *« Il s'agit de proposer aux jeunes parisiens et à leur famille un espace de loisirs libre d'accès sur le*

éléphants blancs. Ce sont des offrandes prestigieuses que les princes de l'Inde se faisaient entre eux. Pour certains de ces princes, moins nantis que les autres, le cadeau n'était pas sans poser de problèmes. Entre l'obligation de bien traiter l'animal et l'interdiction de le faire travailler, la possession d'un éléphant blanc pouvait devenir dispendieuse.

²⁵⁹ Pascal Cherki, adjoint au maire de Paris chargé des sports dans le Parisien en 2006.

²⁶⁰ Jean-Claude Coucardon, directeur de la mission des Grands Stades et de l'Événementiel, DJS, mairie de Paris, dans « le Parisien » en 2006.

²⁶¹ Mission des Grands Stades et de l'Événementiel, un service de la mairie de Paris.

²⁶² <http://www.leparisien.fr/paris/la-neige-a-charlely-26-12-2006-2007624977.php> (consulté le 2 avril 2015).

²⁶³ Entretien avec Pascal Cherki réalisé le 26 juin 2015.

²⁶⁴ Stade de 80,000 places situé à Saint-Denis, au nord de Paris.

²⁶⁵ Extrait d'entretien du 14 novembre 2014 avec Pierre Zizine du service des Grands Stades et de l'Événementiel, directement en charge de l'organisation de l'événement.

²⁶⁶ http://quefaire.paris.fr/fiche/52287_charlely_sur_neige_une_station_de_ski_en_plein_paris (consulté le 2 avril 2015).

thème de la montagne et des loisirs sportifs d'hiver. Mais c'est également le moyen de découvrir un nouvel espace de loisirs parisien : Le stade Sébastien Charléty»²⁶⁷.

Pour la volonté première interne, l'événement est un moyen d'animer l'équipement. Il prend part à une déclinaison d'événements sportifs grand public : « Charléty fait son cirque », « Charléty sur Roulettes ». Ces événements capitalisant sur le nom du stade construisent leurs identités en relation étroite avec l'équipement hôte. Il s'agit aussi de dynamiser le quartier. Ce choix ambitionne de mettre à mal la situation de sous-utilisation du stade et la réputation dont il souffre. « Charléty sur Neige » présente donc le cas singulier d'un événement sportif organisé en partie pour animer et faire vivre un équipement. Wissem Abderrahmani²⁶⁸ parle même « *d'événements (roulettes, neige, cirque) organisés pour éviter la mort de l'équipement* ».

D'une part, l'événement fait partie d'une déclinaison de projets destinés à ouvrir l'équipement au grand public et à le faire vivre, d'autre part il répond intrinsèquement à une mission de service public, permettant d'organiser le « vivre ensemble »²⁶⁹ en proposant des animations gratuites. Il s'implique dans différentes politiques publiques.

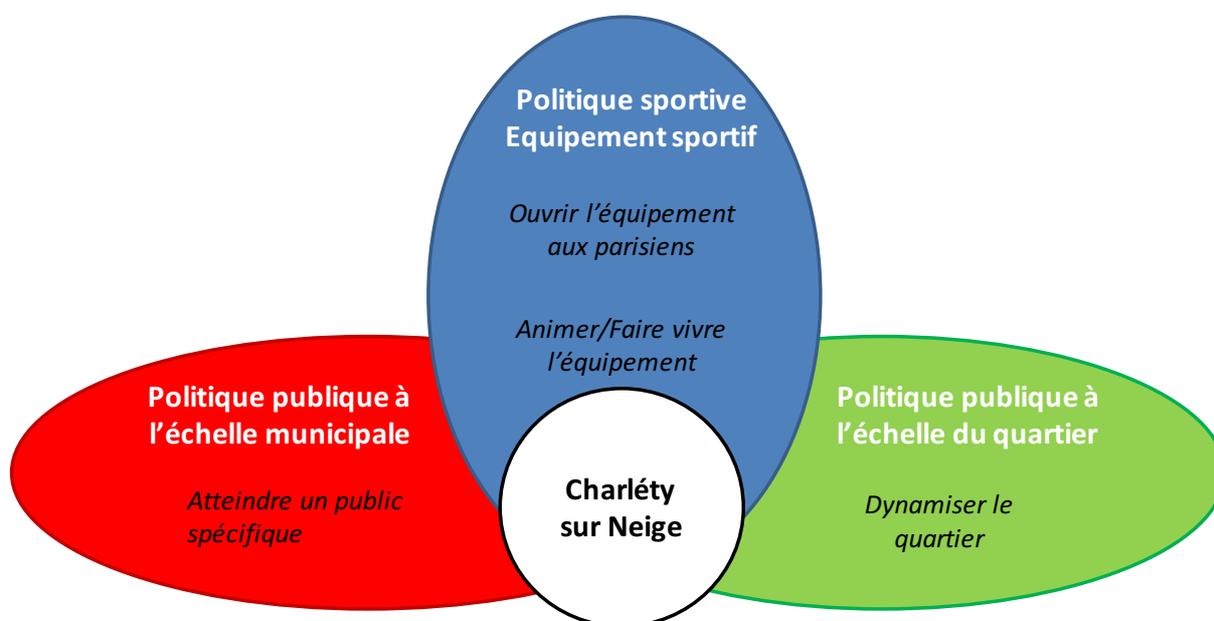


Figure 35 : une offre sportive publique en réponse à divers enjeux de politiques publiques

L'événement s'inscrit dans la politique sportive puisqu'il ouvre et anime un équipement sportif structurant. Il est porté administrativement par la direction Jeunesse et Sport de la mairie de Paris. Outre cette dimension sportive originelle, c'est aussi un enjeu de proximité. Il alimente une politique sportive locale mais aussi une politique de jeunesse en ayant pour objectif de dynamiser le quartier. Enfin, c'est un dispositif à l'échelle municipale : un événement conçu à l'attention d'un public spécifique, les jeunes. Nous suggérons que ces différents niveaux d'échelle et de préoccupations sont les raisons pour lesquelles

²⁶⁷ Communiqué de presse transmis aux mairies d'arrondissement du 13^e et du 14^e arrondissements en 2006.

²⁶⁸ Conseiller à la vie sportive de la circonscription Sud. Extrait d'entretien du 10 septembre 2014.

²⁶⁹ Élément de langage faisant référence à la « cohésion sociale » qui désigne l'état d'une société, d'un groupe ou d'une organisation où la solidarité est forte et les liens sociaux intenses.

l'événement n'est pas remis en cause chaque année malgré un contexte budgétaire de plus en plus strict. En outre, l'événement parvient de cette manière à toucher divers territoires. L'un des éléments du patrimoine matériel de la ville est ainsi mis à disposition des parisiens à travers la mise en place d'un événement comportant des objectifs multidimensionnels.

Augustin (2002) explique que les espaces urbains sont de plus en plus aménagés en territoires de loisirs et de tourisme sportif. Mais si cette tendance a déjà été abordée par le prisme de l'aménagement, c'est beaucoup moins le cas par celui des événements sportifs en prise directe avec le territoire (Bessy, Hillairet, 2002 ; Bessy, 2013). L'événement impacte pourtant les différentes composantes territoriales et la diversité des publics concernés. Dans ces nouvelles configurations événementielles, le territoire est intrinsèquement relié à l'événement car son attractivité est constituée des caractéristiques spécifiques liées au territoire. Le cas de « Charléty sur Neige », est un exemple d'événement consubstantiel d'un équipement sportif puisqu'il est lié jusque dans son appellation au stade et à son implantation parisienne.

En dépit de la dimension sociale indéniable de ce projet événementiel (cf. chapitre 6), ce dernier ne résout en rien la sous-utilisation générale du stade dans sa fonction première. Bien qu'il soit régulièrement occupé, il ne vit pas (ou très peu) dans sa vocation de grand équipement sportif structurant. S'il est plus animé qu'avant sa reprise en régie directe en 2006, il reste, selon de nombreux acteurs, un héritage « encombrant » pour la ville subissant les affres d'une mauvaise conception. Dès lors, ce type d'événementiel sportif ne peut être qu'une « rustine ». « Charléty sur Neige » est donc une réussite par rapport à la volonté première externe. C'est un échec par rapport à la volonté première interne. L'événement n'a pas été le point de départ d'une déclinaison événementielle vertueuse et pérenne ouvrant l'équipement aux parisiens.

Pourtant, les espérances lors de la reconstruction du stade au début des années 1990 étaient très élevées. Nous pouvons par exemple revenir sur un extrait de discours politique de l'époque (au moment de la recherche d'un concessionnaire en 1998), qui se prononce avec enthousiasme en faveur du stade et de son usage sportif compétitif en le qualifiant même d' « *indispensable au sport français* » !

« Nous avons, avec le stade Sébastien-Charléty, fait un investissement qui nous donne aujourd'hui un stade sans équivalent dans notre pays. Il est indispensable au sport international français. Il est indispensable aux clubs parisiens. Il est indispensable au 13^e arrondissement, dans lequel il se situe. Je crois, monsieur le Maire, que ce que nous devons souhaiter c'est que cette délibération permette de désigner l'année prochaine un délégataire de service public, un concessionnaire, qui remplisse tous ses objectifs pour la plus grande réussite du sport français, et pour le bien-être des parisiens. » (Applaudissements sur les bancs des groupes 'Rassemblement pour Paris' et 'Paris-Libertés'). Jacques Toubon, adjoint, maire du 13^e arrondissement, lors du débat au conseil municipal du 13^e arrondissement de novembre 1998²⁷⁰.

²⁷⁰ 31 - 1998, JS 154 - Approbation du principe de la passation d'une délégation de service public pour la gestion du stade Sébastien-Charléty (13e) conformément aux dispositions de la loi n° 93-122 du 29 janvier 1993 dite " Loi Sapin " codifiée au code général des collectivités territoriales dans ses articles L. 1411-1 à L. 1411-18.

Force est de constater, 18 ans après, que la réalité est différente. Il était construit pour l'athlétisme mais n'a jamais été utilisé de manière pérenne pour cet usage, aucun club n'étant assez grand pour s'y installer durablement²⁷¹. Le football et le rugby ne devaient pas prendre place dans cette enceinte : « *Ce n'est pas un stade fait pour le rugby et pour le foot cela n'aurait de sens que si on avait une équipe de Ligue 2, et encore...* »²⁷². Pourtant aujourd'hui, c'est le seul usage sportif régulier du stade avec le Paris FC et le PSG féminin²⁷³. Le Stade Français Rugby lui, s'y est installé en 2012 pendant la construction du Stade Jean Bouin. On constate donc un écart entre la programmation initiale de l'équipement et son utilisation réelle qui semble se faire par défaut. Le site s'inscrit aussi dans les nouveaux usages liés aux « *festivités urbaines* » (Lefebvre, Roullet, 2013) visant à ouvrir le stade dans un objectif de revitalisation (retransmission de matchs de l'équipe de France de football par exemple). Toutefois, cela reste des temps exceptionnels qui ne semblent pas avoir d'effets pérennes sur les perceptions du stade par les acteurs du mouvement sportif interrogés pour cette étude. Ainsi, le cas de « Charléty sur Neige », est l'exemple d'un événement consubstantiel d'un équipement sportif. Mais il apparaît que l'événement et l'équipement, bien que fusionnés par ce projet, ne bénéficient pas autant à l'un qu'à l'autre.

D'un côté, l'équipement a besoin de ce type d'événement sportif pour vivre. En raison de la situation singulière dans laquelle se trouve le stade, ce type d'événement revêt un caractère salvateur à deux égards. D'une part, il permet de faire connaître l'équipement et de l'ouvrir au grand public. D'autre part, il est un moyen de lui conférer une nouvelle image et de l'inscrire dans une nouvelle dynamique répondant aux attentes des parisiens. En considérant le succès de l'événement et son ancrage dans le calendrier parisien, l'équipement souffrirait de ne plus être son hôte.

De l'autre côté, si l'événement a construit son identité en capitalisant sur le nom du stade qui l'accueille, il ne nous semble pas impossible de l'imaginer ailleurs. En effet, compte tenu de son concept relativement universel, il est crédible de l'envisager sur un autre site. C'est encore plus le cas depuis la perte de l'ancrage de quartier et la dimension plus municipale conférée à l'événement en 2008 par Jean Vuillermoz. Cette réorientation qui s'appuie sur le dispositif en place et donc sur l'équipement, tend à placer le concept au-dessus d'une considération logistique ou d'une dynamisation de vie de quartier. En conséquence, cela détache indirectement l'événement de l'équipement qui l'accueille.

Finalement, c'est sur un événement sportif récréatif et ludique que l'on s'appuie en partie pour animer le deuxième plus grand équipement sportif parisien. On ne fait pas appel au mouvement sportif ni à la filière sportive municipale. C'est une dépense pour la collectivité qui se résigne dès lors à le faire vivre en dehors de sa vocation sportive. Pourtant, le siège du CNOSF est mitoyen au stade. Il serait crédible d'imaginer que cet endroit puisse être un haut lieu du sport français, ou *a minima* un « monument du sport local » (Merle, 2004) pour faire un lien facile avec la notion de patrimoine matériel (Veschambre, 2000). Ce n'est pas le cas.

²⁷¹ Extrait d'entretien avec Jean Vuillermoz, adjoint du maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014.

²⁷² Pascal Cherki, adjoint au maire de Paris en charge des Sports en 2006 dans une interview accordée au quotidien d'Ile-de-France « Le Parisien » le 01/03/2006.

²⁷³ En 2016, la plus grosse affluence au stade est atteinte lors du match de football féminin PSG-Barcelone avec environ 7000 personnes (estimation car beaucoup d'invitations). Le Paris FC, accueille en moyenne sur la saison 3000 spectateurs.

9.1.3 Le vrai remède : la programmation

D'un côté, le mouvement sportif ne comprend pas pourquoi le stade n'opte pas pour une gestion plus « classique » tournée davantage vers le sport. De l'autre côté, l'acteur public, dans le contexte restrictif actuel, est dans la nécessité d'effectuer une gestion rationnelle. Dès lors, les événements municipaux d'intérêt général qui sont encore mis en place comme « Charléty sur Neige » échappent au mouvement sportif qui ne propose plus de solutions adaptées à ces nouveaux impératifs. Ils vont cristalliser ce sentiment d'exclusion et nourrir l'incompréhension des observateurs extérieurs. En réalité, les gestionnaires ne suivent rien d'autre que le principe éculé de la nécessité qui fait loi.

Falcoz et Chifflet expliquaient déjà en 1998 que « *les équipements sportifs sont passés du stade de la rareté à une abondance de lieux de pratique, d'une conception unitaire à une polyvalence, d'une fonctionnalité unique à une multifonctionnalité (compétitive, scolaire, commerciale, ludique, hygiénique...) et d'une unité de construction à une diversité tant économique que conceptuelle ou sociale* ». Cette analyse est renforcée par Callède (2007) qui évoque une phase « stratégique » dans la programmation actuelle des équipements sportifs. Néanmoins, le poids financier des équipements incite les communes à se tourner vers la mise en place de partenariats (syndicats, partenariats public-privé, intercommunalité) et vers une logique plus contractuelle de court terme basée sur la rentabilité (Quiot, 2014). Paradoxalement, c'est donc l'analyse d'un événement constituant une dépense pour la ville, qui nous amène à éclairer la gestion de plus en plus rationnelle d'un équipement. L'événement, pérenne à la faveur des bienfaits sociaux évoqués, occupe une place centrale dans cette gestion annuelle en devenant un élément stratégique de communication.

Peut-être ce cas illustre-t-il finalement les prémices d'un changement du côté de l'acteur public qui doit désormais faire sans le mouvement sportif puisque ce dernier ne propose plus de solutions durables. Il semble qu'il y ait un décalage entre l'évolution de l'acteur public et l'évolution du sport financé de plus en plus par le secteur privé et le mouvement sportif. En effet, nous assistons à une déconcentration du sport (cf. chapitre 5) ainsi qu'à une révolution culturelle le faisant sortir du champ exclusif de la sphère publique (Charrier, 2014). Celle-ci s'observe aussi à travers l'événementiel et l'organisation de courses hors stades qui sont de plus en plus portés par des entreprises privées²⁷⁴. Désormais, le sport se pratique aussi massivement de manière auto-organisée (Gasparini, Vieille-Marchiset, 2008). Dans ce contexte évolutif et malgré une diversification constante, l'acteur public cherche à rentabiliser sa gestion de l'équipement. Le mouvement sportif, de son côté, peine à trouver sa place parmi les nouvelles offres sportives. Le fossé se creuse et le manque de communication, l'incompréhension révélée lors de cette étude en est l'un des maux.

Ce stade surdimensionné pose la question de la programmation et de l'adéquation aux besoins sociaux identifiés sur le territoire. En suivant une gestion contrainte tournée de plus en plus vers le non-sportif, permettant la privatisation de l'espace par des entreprises, la gestion du site s'éloigne des préceptes liés à l'intérêt général qui régit l'action publique. Selon Vigneau (2015), « *si les politiques publiques adoptent une visée sociale et que l'on*

²⁷⁴ Prenons les exemples parisiens : les 10km de « Nike » ou des journaux nationaux « L'Equipe » et le « Figaro » avec le « Cross du Figaro New Balance », « We Own The Night » (Nike), « La Parisienne », « Go Sport Running Tour », etc.

parvient à adapter des outils d'analyse, alors l'offre d'équipements peut répondre à la grande diversification de la demande, accueillir chacun et inclure tous ». Peut-être est-ce ce temps d'analyse approfondie qui a manqué pendant la planification du nouveau stade Charléty en 1990. Quoi qu'il en soit, le prétendu engouement autour de l'athlétisme généré par la construction d'une nouvelle enceinte s'est révélé être un bien mauvais calcul.

L'événement sportif est bien un carrefour, un point de congruence qui permet d'aborder toutes les questions managériales du sport, à tous les niveaux. Ce travail sur les impacts d'un événement porté entièrement par la municipalité ne traduit donc pas un épiphénomène. Il dresse les contours d'une nouvelle gestion liée à de nouveaux enjeux que le mouvement sportif ne doit pas occulter s'il ne veut pas se retrouver de plus en plus mis à l'écart. Auquel cas, la situation singulière observée à Charléty risque de se généraliser. Et ce n'est pas avec un événement récréatif, aussi réussi soit-il, que l'on pourra inverser la tendance.

9.2 Quand l'équipement relance l'événement

Contrairement à l'événement précédent qui aurait tendance à animer l'équipement (nous avons vu que ceci est plus nuancé dans l'analyse), le cas de cet événement de basket-ball est inverse. En effet, une réelle césure existe dans l'histoire du « LNB All Star Game » avant et après 2001 : avant, l'événement est itinérant partout en France, après, il est sédentaire au Palais Omnisport de Paris Bercy. La plus grande salle française, une période de vacances familiale, ce sont les deux choix ambitieux de Sport Plus Conseil pour redonner des couleurs à l'événement qui s'essouffait à la fin des années 2000.

« Avant, c'était Chalons-sur-Saône, Limoges, Tours. Il a été repris des US dans les années 1987, 1988... le 'LNB All Star Game' était itinérant. Il fonctionnait bien au début puis il s'est essouffé au fur et à mesure pendant les années 1995/2000, les joueurs ne venaient même plus... les « all star » français étaient ceux de Chalons qui n'étaient pas partis en vacances. Donc ce n'était même plus un événement c'était devenu un truc de rien du tout. » Benjamin Garot, Sport Plus Conseil. Extrait d'entretien du 22 avril 2015.

« Tout le monde riait au nez de Pascal Biojout (directeur de Sport plus conseil, nldr), personne n'y croyait. Cela a fonctionné grâce à Nike aussi car il fallait avoir une base financière pour ce genre de pari... Nike et Sport Plus Conseil après beaucoup de tractations ont eu l'accord pour organiser le premier à Bercy. » Benjamin Garot, Sport Plus Conseil. Extrait d'entretien du 22 avril 2015.

La dimension divertissante devait rester au centre du positionnement. En effet pour que le « LNB All Star Game » fonctionne, Biojout voulait avant tout attirer des spectateurs au-delà de la simple communauté que représentent les joueurs ou amateurs de basket-ball. Il veut en faire un vrai spectacle, un show dans lequel toute la famille pourrait se retrouver. C'est aussi par ce positionnement grand public qu'il souhaite dynamiser la discipline à travers l'événementiel sportif. Dans la déclaration ci-dessous, il l'explique.

« Le vrai problème, c'est sur le grand public sportif qui lit et regarde toutes les disciplines et qui n'est pas forcément passionné de basket-ball. Ce mec-là, il ne va pas regarder un match ! Et c'est là où on n'est pas bon, c'est qu'on n'arrive pas à capter le "grand public". Il faut ratisser au-delà de nos fans. Que ce ne soit pas parfait, sûrement, mais tout ce qui fait qu'on

va parler du basket-ball en dehors, pour moi est positif. » Pascal Biojout, directeur de Sport Plus Conseil dans Le Populaire, 2012.

Convaincue par ce message et par le projet de Biojout pour relancer le « LNB All Star Game », la LNB donne en 2002 son accord à la reprise de l'événement par Nike et Sport Plus Conseil. Selon les acteurs, un grand scepticisme règne à cette époque autour de sa potentielle réussite à Bercy, alors qu'il ne remplissait plus les petites salles de province. Le pari est osé, mais avec ce positionnement, l'entreprise obtient le marché. La LNB devient le maître d'ouvrage et cède les droits à Nike qui produit l'événement, Sport Plus Conseil est le maître d'œuvre (ou producteur délégué). Conformément à cette politique de divertissement grand public, le concours de dunk est inséré en 2003. De 2003 à 2009, il était même ouvert aux dunkers professionnels, non nécessairement licenciés dans des clubs FFBB. On trouve aussi de nombreuses autres animations, telles que le spectateur tiré au sort ayant la possibilité d'effectuer un shoot du milieu du terrain pour remporter la somme de 100 000 €. La LNB parvient, avec cette nouvelle version, à intéresser les diffuseurs et signe un premier contrat de quatre ans avec le groupe Canal +. Placé fin décembre, l'événement mobilise la première année 10 000 personnes, ce qui est vécu comme une réussite. Cependant, il n'y a que 5000 places vendues, le reste étant des invitations visant à remplir la salle de manière artificielle comme beaucoup d'événements le font. Cette première édition, bien que ne remplissant pas la salle aux deux tiers est financièrement difficile, mais elle permet de capitaliser pour les années suivantes en termes de communication et d'image.

Dès 2003, l'événement se déroule à guichets fermés. C'est le cas tous les ans depuis avec une politique d'invitation de plus en plus faible.

« On en donne 2000 sur 15 000 c'est très peu. Depuis cela tourne à fond à guichets fermés de plus en plus tôt. Avant c'était peut-être la veille, ou l'avant-veille. Maintenant on est sur des guichets fermés un mois avant l'événement. » Benjamin Garot, Sport Plus Conseil. Extrait d'entretien du 22 avril 2015.

Certains témoignages de personnalités de la discipline invitent à souligner le rayonnement retrouvé du projet événementiel.

« Il y avait un témoignage qui m'avait marqué d'Alain Digbeu, ancien grand joueur, vice-champion olympique à Sydney, qui a joué dans les plus grands championnats européens : Espagne, Grèce. Il a vécu tous ces « all star games ». En fin de carrière il était revenu à Strasbourg et avait participé au « LNB All Star Game ». Il avait dit : 'c'est incroyable je n'ai jamais vu une mécanique comme cela'. On a beaucoup de témoignages qui rejoignent cela. Bartomeu, le patron de l'Euroligue avait halluciné et nous avait fait de bonnes déclarations. » Benjamin Garot, Sport Plus Conseil. Extrait d'entretien du 22 avril 2015.

Paris apparaît alors comme une évidence pour relancer l'événement vitrine du basketball français. Mais n'est-ce pas aussi là le signe d'un ancrage par défaut ? En réalité, il n'y a qu'une salle en France capable d'accueillir un événement cherchant à regrouper plus de 10

000 personnes²⁷⁵. Jean Pierre Siutat évoque cette pénurie d'équipements en France avec un certain dépit.

« Les salles... ce n'est pas une saturation c'est qu'il n'y en pas. Il n'y a pas d'équipements. Moi j'arrive de Lituanie, en 2011 ils ont organisé l'Euro Basket dans des salles neuves. Depuis 2011, ils ont construit 12 nouvelles arénas. Bon...où est-ce que l'on est nous ? Nous sommes sous-équipés. C'est dramatique. Nous allons faire l'Euro Basket qui est la plus grande compétition de basket en Europe et de très loin. Si on avait voulu l'organiser en France seul comme on voulait le faire et on avait prévu de le faire... on n'a pas les moyens et derrière on n'a pas les équipements. Puis ceux que l'on a proposé c'est Montpellier, c'est une vraie Aréna. Nantes, c'est un hall. Je dirais même aménagé cela reste un hall. Et derrière un stade de foot. Même si c'est un stade de foot particulier. Il n'y a pas d'arénas en France. Bercy est fermé il n'y a rien. Regardez Lyon, regardez Marseille... on a des stades de 5000 places à tout casser... Je ne dis pas qu'il faut des stades de 10 000 places partout. Mais au moins deux ou trois de plus. » Jean-Pierre Siutat, président de la fédération française de basket-ball, vice-président du CNSOF. Extrait d'entretien du 30 janvier 2015.

Le prestige de la salle de Bercy devient donc un atout pour l'événement qui s'y installe tout simplement car c'est le seul équipement français adapté à son ambition d'accueillir des milliers de personnes. Le standing du lieu a joué un rôle crucial dans la croissance rapide et l'installation pérenne du « LNB All Star Game » dans le paysage événementiel français. C'est donc une combinaison d'éléments qui contribue à servir l'attractivité du projet. D'une part, la salle prestigieuse (propriété de la ville) tout autant que le symbole de célébrer la discipline dans la capitale. D'autre part, les caractéristiques socio démographiques des parisiens de la grande couronne et l'effet de taille qui permettent à l'événement d'être à la fois composé d'un public familial et spécialiste (cf. chapitre 6). L'ensemble de ces éléments peuvent être finalement considérés comme les composants, constitutifs du terreau grâce auquel l'événement va se développer sur le territoire.

²⁷⁵ Cette affirmation est vraie au début des années 2000, désormais il y a le stade Pierre Mauroy qui peut se transformer en une salle de 28 000 places.

9.3 Le patrimoine urbain comme terrain de jeux

Nous avons vu le cas d'événements sportifs s'établissant au sein d'équipements structurants. Dans le premier cas, c'est plutôt l'événement qui a vocation à alimenter la structure, dans le second, la ligue nationale de basket-ball profite de l'aura de la salle de Bercy pour se pérenniser et se développer. Le patrimoine traité dans ces deux premiers cas correspond à un patrimoine matériel immobilier. C'est aussi le cas de l'exemple suivant des berges de Seine. Ce site inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO s'établit le long de la Seine sur 2,3km entre les ponts de Solferino et de l'Alma. Il prend part à un plan de sauvegarde et de mise en valeur du 7^e arrondissement²⁷⁶.

Il correspond aussi au centre historique parisien marqué par son ancrage dans un contexte territorial et spatialement délimité. Il a été le noyau d'un établissement humain qui a, au moins dans une phase historique, joué un rôle de coordination politique, économique et culturelle (Vernieres et al., 2012).

9.3.1 Les aménagements de la Seine : un miroir fidèle des évolutions sociétales parisiennes²⁷⁷

Les premiers aménagements du fleuve sont effectués sous Napoléon au XIX^e siècle. Il impose un plan d'aménagement visant à réguler l'activité tout en développant le commerce²⁷⁸. L'évolution des contextes sociaux, culturels et industriels aux XIX^e et XX^e siècles confirme l'éloignement progressif des parisiens vis-à-vis d'un espace qui se technicise avant de connaître un cycle nouveau de valorisation touristique et esthétique (APUR, 2010). Ce qui en découle est une plus forte « *présence imaginaire* » alors que l'on constatait une relative « *indifférence des parisiens à l'égard des berges* » (Bakouche, 2000).

Au regard de l'histoire, il s'avère que la Seine est un miroir fidèle de la capitale qu'elle traverse. Si sa place est centrale à Paris d'un point de vue topographique, il n'en est pas de même d'un point de vue économique. Hormis les expositions universelles (1855, 1867, 1878, 1889, 1925 ou 1937) la Seine est à peine regardée par les parisiens. Pour remédier à cela des cérémonies audacieuses et plus ou moins temporaires ont été pensées (Bacha, 2005). À cette époque la Seine est apprivoisée par ces événements flamboyants qui lui donnent un rôle qui est encore plus que jamais d'actualité.

²⁷⁶ En France il y a une centaine de plans de sauvegarde et de mise en valeur constitués par des règlements d'architecture très contraignants. L'architecte des bâtiments de France a un droit de regard à l'intérieur du bâti.

²⁷⁷ Cette partie est construite à partir d'extraits du livre de l'Atelier parisien d'urbanisme (APUR) : « Paris, métropole sur Seine » sorti en 2010. Il replace cette évolution de l'occupation des berges dans l'histoire des liens qui unissent Paris et son fleuve. Il met en scène le projet de réaménagement des voies sur berges, dévoilé par Bertrand Delanoë en avril 2010.

²⁷⁸ En effet, il n'apprécie pas trop le désordre qu'il pouvait voir depuis son Palais des Tuileries. Il construit ainsi des ponts, aménage deux km de quais, organise le service des voies navigables et met en place une « police des ports ». Ainsi durant ce siècle la Seine va se désobstruer et par là même se désurbaniser avec des rives droites et gauches qui s'industrialisent. Elles seront ensuite rapidement desservies par une infrastructure ferroviaire venant naturellement remettre en cause l'utilisation systématique et abusive du fleuve sur-sollicité. Elle devient ainsi une banale voie d'eau bordée de port, comme si l'on devait traverser un « désert en plein Paris » (Atelier Parisien d'Urbanisme, 2010).

Le problème esthétique de la Seine comme de la ville entière, est d'ajuster trois ordres d'intérêts : la vie traditionnelle, la majesté du décor et les besoins modernes de l'industrie. Il y a le Paris-usine, le Paris-musée et le Paris-salon : la Seine les dessert tous les trois. Il n'y a pas un demi-kilomètre qui ne présente un problème esthétique résume ainsi Albert Guérard (2010). Au cours du XX^e siècle, deux autres métamorphoses de l'espace séquanais grand parisien s'amorcent : la colonisation du fleuve et de ses berges par le système automobile, suivie par la reconquête sur cette même automobile jugée trop envahissante depuis sa massification (APUR, 2010).

Cette automobile a ainsi permis de rapprocher la Seine de Paris (Texier, 2005 ; Flonneau, 2003, 2005) mais l'en a aussi considérablement éloigné dans un second temps (APUR, 2010). La logique d'auto-mobilisation du fleuve (de 1930 à 1970) n'a pas fait l'objet d'un plan d'ensemble ni d'un schéma directeur mais plutôt d'ajustements par tronçons décidés de façon progressive. Les berges se sont préparées à accueillir des véhicules à partir de 1937 (passage souterrain de l'avenue de New York, puis aménagements rive gauche). C'est Georges Pompidou qui accélère la création de la voie express en 1964. Mais ce projet ne fait pas l'unanimité. Certains y voient une « auto-routisation » d'un patrimoine culturel, d'autres « *des voies sur berges, qui sans abîmer le paysage, procurent aux 23 millions de gens qui l'empruntent sur une année, une des plus belles satisfactions qu'un homme puisse avoir au point de vue esthétique* » (Pompidou, 1971).

Au début des années 1970, les tensions se cristallisent avec la réalisation de la voie express rive gauche. L'idée selon laquelle il est « intolérable » que des voitures arrivent au pied de Notre Dame fait de plus en plus d'adeptes. Ce fut le début d'une réelle action contestataire qui passionnait les parisiens, comme en témoigne l'existence des nombreuses pétitions (Flonneau, Prost, 2005). Surtout l'intérêt médiatique et la force emblématique du site, invitaient les politiciens à s'y intéresser au plus près (trois présidents de la République prirent position sur le dossier !). Ceux-ci (Mitterrand et Giscard en particulier en 1974) ont bien compris l'enjeu plus large et nouveau à l'époque, de la protection de l'environnement (Lascoumes, 1999 ; Flonneau, 2002).

La valeur du site menacé permet la convergence des oppositions. L'automobile entre alors dans une phase de stigmatisation inédite. Suite à l'abandon du projet de voie rapide rive gauche, le regard porté sur l'espace fluvial parisien change. Cette évolution se traduit d'abord de 1978 à 2000 par un important programme de restauration et d'embellissement suivi d'une ouverture progressive du site aux promeneurs (APUR, 2010).

L'abandon du projet rive gauche en 1974 inaugure une nouvelle approche totalement différente qui met en avant la vocation de lieu de promenade. Des travaux de restauration (ponts, illuminations, rives et ports) sont menés de 1980 à 2000 pour réaménager le cœur de Paris dans l'optique de s'y promener. L'objectif directeur est de rendre accessible la Seine, renforcer la vocation transport du fleuve et diversifier les usages. Il faut désormais rendre les quais attrayants.

Pour ce qui est du transport fluvial, l'objectif jusqu'aux années 2000 est de limiter les ports de logistique fluviale au profit d'aménagements de promenades (6 millions de passagers annuels). Il s'agit d'imaginer un espace partagé dans le temps avec une activité industrielle diurne et des promenades de nuit. Mais, parallèlement au travail mené sur l'accessibilité aux

berges, les projets cherchent avant tout à rendre les bords de Seine plus attractifs en visant à diversifier les usages (Atelier Parisien d'Urbanisme, 2010). Le projet Paris Plage est le plus emblématique et le plus médiatique au début des années 2000. La circulation sur la voie sur berges rive droite est interrompue de mi-juillet à mi-août. De légers aménagements balnéaires y sont installés : plages de sable, parasols, buvette, concerts, activités ludiques et sportives, piscine... C'est la reconquête progressive des voies sur berges qui est engagée (APUR, 2010).

« Paris Plage, c'est une journée de vacances dans la ville. L'emploi du temps n'est plus réglé d'avance. Seul compte le temps présent, les activités vont au rythme de la déambulation et de la course du soleil. Le visiteur devient l'acteur d'une scène offerte aux autres visiteurs, qui découvrent des lieux enchanteurs et le plaisir des rencontres spontanées au fil de l'eau ».
Extrait du livre Paris, métropole sur Seine. Paris projet - Numéro 40.

La Seine est par essence multi-usages. Avant tout milieu naturel, c'est aussi un espace d'usage public que ce soit dans l'eau, sur l'eau, ou aux abords. C'est également un domaine technique à apprivoiser, que ce soit pour le développement de flux de personnes ou de marchandises. Enfin, c'est un espace industriel qui peut fournir de l'énergie. Ainsi elle est à la fois système de mobilité ou de tourisme, un réseau hydrologique ou économique.

C'est également un élément d'identité au cœur de l'imaginaire métropolitain. Les paysages relayés par les peintres, écrivains et poètes bénéficient d'une mise en scène de la représentation qui renforce la place du fleuve dans l'imaginaire collectif²⁷⁹. Au-delà, c'est parfois même une dimension onirique et universelle du fleuve qui est convoquée.

L'Atelier Parisien d'Urbanisme (2010) nous invite à nous intéresser à la Seine comme milieu naturel, avant de l'aborder comme espace public (ouvert) et domaine technique (réservé), pour chercher à comprendre comment la concomitance de ces trois points de vue peut être un « gisement d'aménités urbaines ». Dans cette perspective, c'est la volonté de redéfinir les usages pour offrir aux citoyens les services qu'ils attendent.

9.3.2 Le projet des berges : créer de nouvelles aménités urbaines

Les attentes de chaque époque sont des sources de renouvellement des formes d'occupation de l'espace fluvial parisien. Cette époque étant marquée du sceau de l'écologie et du développement durable, la question des berges est redevenue centrale. La volonté est de concevoir un espace public pouvant à court terme remplir une pluralité d'usages et rapprocher les parisiens de leur fleuve. Elle convoque un patrimoine urbain pour créer de nouvelles aménités urbaines.

Cette notion de patrimoine urbain est intéressante à mobiliser pour notre analyse puisque c'est la résultante d'un processus de patrimonialisation au cours duquel les autorités et/ou certains groupes sociaux ont réinvesti l'héritage architectural. La notion apparaît la première

²⁷⁹ Les principaux peintres sont Granet (1775-1849), Stanislas Lépine (1835-1892), Paul Signac (1863-1935), Henri Matisse (1869-1954) ou Claude Monet (1840-1926). Les photographes ont ensuite pris le relais dans cette évocation de la Seine et des représentations qu'elle peut véhiculer (Ronis, Monier). Les écrivains et poètes tels que Verlaine, y ont aussi contribué fortement en décrivant la Seine, en évoquant par ces allégories des représentations qui ont forgé et façonné un référentiel commun.

fois en 1931 avec l'architecte italien Gustavo Giovannoni qui a formulé trois grands principes :

- tout fragment urbain doit être intégré dans un plan d'aménagement local et régional.
- le monument ne peut être pris isolément, sans ses abords et son environnement.
- les ensembles urbains appellent des procédures de préservation et de restauration qui en respectent l'échelle et la morphologie avec une certaine marge de manœuvre.

C'est la première fois qu'une restauration du patrimoine est théorisée en prenant en compte les fonctions sociales pour combiner la protection d'un centre urbain historique et le maintien de la vie locale évitant ainsi toute « muséification » (Vernieres et al., 2012). Ascher (2004) précise à ce sujet que de nombreuses situations nécessitent de nouvelles formes de conception et de mise en œuvre des décisions publiques, permettant de consulter et d'associer des habitants, des usagers, des riverains, des acteurs, des experts plus variés en amont et en aval des prises de décision.

Le projet des berges de Seine illustre bien ce processus à Paris. Il est présenté par Bertrand Delanoë le 14 avril 2010 et se place dans cette logique historique de relation intime entre la société urbaine, ses attentes et la façon dont celles-ci parviennent à modifier le paysage urbain (APUR, 2010). Ce projet n'est ni un début ni une fin dans la mesure où les berges ont connu et connaissons encore d'autres usages. Il a simplement l'ambition d'être en phase avec son époque²⁸⁰. Le projet en lui-même est guidé par trois objectifs : rendre les berges aux piétons, diversifier et enrichir les usages du fleuve, organiser une offre autour des thèmes du sport, de la culture et de la nature. En ce sens, le centre historique est bien la traduction spatiale d'un modèle de société qui reste lisible dans la structure urbanistique de son bâti (Vernieres et al. 2012).

Ce site, qui fait l'objet d'une attention soutenue des élus en raison de la forte dimension symbolique et donc politique qu'il représente (cf. chapitre 4), utilise le sport pour se transformer. Il comporte par essence cette volonté de modifier les usages d'un site à très forte valeur patrimoniale. Mais dans le projet, il faut distinguer le sport, entendu au sens de l'activité physique, des événements sportifs intégrés à la programmation annuelle du site, organisée par Artevia ou la mairie (20km de Paris par exemple). L'essence du projet est d'expérimenter sur un nouvel espace de cohabitation, de nouveaux usages en milieu urbain. L'organisation du sport sur les berges est donc une réponse au fait social qu'il incarne. Le sport ne peut pas être occulté pour un dispositif transversal de ce type²⁸¹. À cet égard, il occupe une place importante parmi le triptyque thématique qui structure le projet de redéfinition d'un espace patrimonial.

²⁸⁰ Plus de convivialité, d'écologie, de souplesse, d'économie, de rapidité et de partage (APUR, 2010).

²⁸¹ Entretien avec Pascal Cherki, député PS de la 11^e circonscription de Paris, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2001 à 2008, extrait d'entretien du 26 juin 2015.

9.3.3 Des événements sportifs pour lier patrimoine urbain et « vivre ensemble »

Plusieurs travaux ont abordé la question de l'utilisation des événements comme moyen de revitalisation des espaces (Gavrari-Barbas, Veschambre, 2015) dans lesquels ils s'inscrivent (Bonnemaison, 1990 ; Hugues, 1999) ou comme moyen d'émergence de lieux (Hall, 1992 ; Gravari-Barbas et Violier, 2003). Sur les berges de Seine, le sport est un levier qui peut laisser place à la création pour permettre de réutiliser, réapproprier, innover. C'est aussi un vecteur de créativité pour les décideurs. Pascal Cherki affirme qu'une « capitale comme Paris se doit de développer des concepts innovants ». C'est ce qui a été fait avec Paris Plage ou des événements comme « Charléty sur Neige ».

Cette tendance à l'expérimentation, notamment à travers l'utilisation de l'événementiel renvoie à l'émergence de « villes festives » ou « fun cities », dépeintes par Lefebvre et Roullet (2013). Selon eux, le terme festif est galvaudé car « il porte confusément en lui l'idée de l'éphémère, de la légèreté et de l'insouciance que la fête suggère ». Ainsi, cette tendance à la fête conduit le développement d'activités culturelles et artistiques, ludiques et de divertissements, récréatifs et sportifs, événementiels et touristiques. Le projet de réaménagement s'inscrit bien dans ce cadre avec la volonté d'utiliser ce site classé pour des usages allant de l'oisiveté à la fête, le tout autour de la notion de bien-être urbain. Ces aménagements servent de signature territoriale dans une optique de renforcement identitaire. L'identité est donc une nouvelle fois une notion sous-jacente au projet que le sport et les événements organisés sur ce site favorisent. En effet, ces projets en plein centre-ville viennent « bercer l'imaginaire et le sentiment d'appartenance à la métropole » (Lefebvre, Roullet, 2013).

Jean-François Martins²⁸² est aussi dans cette optique lorsqu'il souhaite réutiliser une gare du 18^e arrondissement pour y faire une piste de BMX. Il s'agit de « transformer l'espace public, puis s'amuser avec les espaces temporairement disponibles pour créer des installations assez légères et permettre des pratiques, notamment des nouvelles disciplines ». Dans la même idée, Pascal Cherki explique : « vous pouvez tout faire avec le sport. Je pense qu'une politique sportive fonctionne quand elle est équilibrée. C'est-à-dire que l'on se sert du sport de haut niveau comme élément de visibilité et de dynamique, mais que l'on développe aussi ce genre de projets un peu fou ».

En outre, nous voyons ici l'intérêt de la notion de patrimoine urbain qui correspond à « un ensemble formé par les édifices monumentaux et l'architecture banale (habitations notamment) qui l'enserrent. Loin d'être la somme de différents monuments (il se peut même qu'aucun, pris isolément, n'ait la valeur d'un chef d'œuvre), c'est justement l'ensemble qui a une grande valeur par sa cohérence » (Vernieres et al., 2012). Ainsi, la notion de patrimoine urbain est indissociable de son caractère multidimensionnel, qui résulte du processus de patrimonialisation (Vernieres et al., 2012). Le processus correspond à l'action de transformation des biens matériels et immatériels porteurs de valeurs collectives en biens à valeur patrimoniale. C'est justement là que les événements sportifs viennent consacrer la valeur d'ancienneté (Riegl, 1903) du site, qui par la possibilité d'y pratiquer une activité sportive lui confère de nouveaux usages, une nouvelle urbanité.

²⁸² Adjoint à la maire de Paris en charge des Sports et du Tourisme depuis 2014.

Par ailleurs, le patrimoine urbain défini par Vernieres et collaborateurs (2012) est qualifié d'inclusif en ce sens qu'il inclut quatre séries d'éléments interdépendants : économique, social, culturel et environnemental. Ils le constituent et en font un système complexe, aux contours variables d'un cas concret à l'autre.

Ici, ce n'est pas seulement la valeur d'usage du patrimoine qui est mise en avant (Grefe, 1990, 2003) mais l'ensemble des éléments qui permettent d'aboutir à la patrimonialisation. Nous l'avons vu par le rapide historique des fonctions de la Seine au sein du paysage urbain parisien : le patrimoine ne s'appréhende pas en dehors des éléments qui le fondent et le structurent. Quel que soit le type de patrimoine (monumental, naturel ou immatériel), on observe par cette approche intégrative²⁸³ « la valorisation d'un ensemble de liens complexes entre des éléments constitutifs du patrimoine » (Vernieres et al., 2012). La valeur historique et la valeur d'ancienneté sont citées par l'historien Aloïs Riegl (1903) comme deux des caractéristiques du patrimoine monumental. Comme l'indique André Malraux lorsqu'il était ministre de la Culture : « les nations ne sont plus seulement sensibles aux chefs-d'œuvre, elles le sont devenues à la seule présence de leur passé ». Ces préoccupations ont conduit l'UNESCO à élaborer le 10 novembre 2011 le concept de paysage historique urbain²⁸⁴ qui étend une approche fondée sur les éléments matériels du patrimoine à la structuration historique de la ville et à son évolution dynamique. Il s'agit de chercher à conserver le tissu urbain, mais aussi les rituels et d'intégrer le plan de conservation à une gestion urbaine soucieuse du développement socioéconomique et de l'amélioration de la qualité de vie des habitants (Vernieres et al., 2012).

En réalité, plus que les événements, c'est le sport auto-organisé qui s'est beaucoup développé sur ce site²⁸⁵. Il a été encouragé et incité par l'installation de mobiliers urbains (murs d'escalade, agrès, coaching). Cependant, il s'est surtout développé car le projet a débloqué un nouvel espace d'expression physique, très prisé en plein centre de Paris. Les parisiens se sont réappropriés ce lieu historique, et parmi les usages principaux qu'ils en font, figure le sport (cf. chapitre 4).

Compte tenu de la réelle densité urbaine parisienne, on constate que les rares espaces dégagés sont rapidement réappropriés par les parisiens. C'est le cas de ce site qui est largement utilisé pour la pratique sportive auto-organisée. Le parcours sportif, les agrès et la promenade qui en elle-même est un espace parfait pour les joggeurs sont des éléments qui permettent aux parisiens de venir occuper l'espace comme ils le souhaitent. Il faut cependant que le sport reste pratiqué de manière à ce qu'il ne gêne pas la cohabitation des usages. Jean-François Martins explique par exemple que « l'oisiveté doit pouvoir côtoyer l'activité physique ». Pour le reste, les activités programmées sont des activités inédites en lien avec l'espace public, comme en témoigne l'extrait d'entretien ci-dessous.

« On fait très rarement des sports type football, basket-ball, des sports très connus. On cherche à mettre en avant des pratiques inédites, urbaines. On est dans ce sentiment-là de pratique récréative, innovante, urbaine, en lien avec l'espace public. On a fait par exemple du parkour, ils ont utilisé le mobilier urbain... ». Elodie Filliat, responsable de la programmation sportive dans le projet « Berges de Seine » chez Artevia. Entretien du 7 juillet 2015.

²⁸³ On parle aussi de patrimoine intégré.

²⁸⁴ Historic Urban Landscape (HUL)

²⁸⁵ Observation du 8 juillet 2014, entretiens semi-directifs et accès aux études internes à ARTEVIA.

Les événements sportifs soulignent avant tout le fait que le sport soit désormais possible sur ce site, ce qui n'était pas le cas avant car exclusivement réservé aux voitures. Ils ont ainsi l'objectif d'attirer le public sur ce nouvel espace. C'est un des principaux avantages du sport par rapport aux événements culturels qui déplacent moins de monde. Ils coûtent également beaucoup moins cher dans la mise en place.

« Avec le sport, on peut faire un événement à 5000 ou 10000€ sur trois semaines. En culture, c'est plutôt 40 000€ sur un week-end pour faire un truc un peu sympa. On essaie en termes de présence d'événements sur site, qu'il y ait autant d'événements de sport que de culture. Mais la slackline par exemple... le public adhère énormément. Ce qui est moins évident pour des propositions culturelles. » Alice Ghys, responsable de la programmation du projet des « Berges de Seine » à Artevia, extrait d'entretien du 11 août 2015.

La beauté et la renommée du site des berges de Seine permettent aussi aux fédérations qui organisent des événements sportifs de bénéficier d'un effet d'image. Cet espace singulier offre une belle fenêtre de visibilité.

« Quand il y a des grands événements, qu'il puisse y avoir des animations sportives à cet endroit-là... oui c'est très intéressant. L'image est belle. C'est ce que recherchent les fédérations quand elles font un grand événement à Paris. Là, c'est juste en dessous des monuments, c'est très beau. Cela peut être utilisé de ce point de vue. » Jean Vuillermoz, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2008 à 2014, extrait d'entretien du 3 avril 2015.

Quand une « petite » fédération²⁸⁶ vient sur les berges pour faire pratiquer son sport, c'est un bon moyen d'augmenter sa notoriété. Avec ce genre de dispositif, c'est le sport qui vient au public et non l'inverse. L'événement véhicule une image dynamique associée au prestige du site parisien. Pour les fédérations plus importantes telles que la fédération de basket-ball, c'est même principalement cet effet d'image qui peut constituer une manière originale de communiquer. Nous y voyons la manière dont le patrimoine va représenter une ressource (Greffé, 2011) pour la communication de l'événement et indirectement pour le développement du territoire ou d'une structure.

Toutefois, il convient ici de faire la distinction entre le patrimoine urbain tel que nous le traitons à travers la redéfinition de ses usages et l'image territoriale valorisée par le prisme médiatique des événements. L'analyse des référents d'identification proposés par l'aménagement permet de ne pas réduire le discours à une production d'images qui ressortirait de la communication publicitaire (Fourny, 2008). Au contraire, elle doit atteindre le fonctionnement d'un processus de construction identitaire et le montrer sous son aspect dynamique. L'identification représente cette activité *« toujours incomplète, inachevée et interminable dans laquelle nous sommes engagés par nécessité »* (Bauman, 2002). Justement, cette recherche d'identité est un véritable enjeu pour les élus politiques qui cherchent à formaliser cet ancrage en faisant de l'événement un élément constitutif du territoire vécu.

Finalement, la dimension patrimoniale abordée à travers les événements sportifs qui s'organisent sur les berges de Seine est de faible portée. Dans ce contexte, l'événement ne

²⁸⁶ Mentionnons à titre d'exemple la fédération de « double dutch » que nous avons observé en août 2015.

se suffit pas à lui-même car il n'est pas replacé « *dans un système complexe d'échelles spatiales et temporelles* » (Ozouf-Marignier, Verdier, 2000). Bien entendu, l'acteur public s'appuie sur les caractéristiques du site pour en redéfinir les usages. À cet égard, le patrimoine y est plus riche que jamais puisque les berges, inscrites au patrimoine mondial de l'UNESCO, bordent la Seine des plus grands monuments parisiens. Néanmoins, les événements qui sont organisés conformément aux volontés premières n'ont que des objectifs d'ouverture et d'image. C'est un moyen de présenter les nouveaux usages possibles de l'espace et d'attirer le public. C'est aussi, de manière plus générale, un moyen de rendre visible l'action publique (Barthon et al., 2007). Dans ce cadre, l'aménagement urbain dépasse la sphère sportive. La grande majorité des événements et dispositifs sont modestes, loin d'être centraux dans la programmation. Ils ont donc un rôle à jouer par l'image et la perception que peuvent avoir les parisiens de l'espace nouvellement piéton. Le site revêt donc une valeur patrimoniale par essence²⁸⁷, les événements s'y installent pour démocratiser le site, créer du lien entre les parisiens ou les touristes et les ensembles monumentaux mondialement reconnus.

Dès les débuts du tourisme, certains bâtiments des premières villes « touristiques » sont devenus emblématiques, et ont été étroitement associés à leur territoire. Reproduits sur des supports différents (cartes postales, affiches, dépliants publicitaires etc.), ils sont devenus des emblèmes territoriaux, ils ont « imagé » le territoire (Fagnoni, 2015). À Paris, c'est bien sûr le cas des monuments qui jalonnent le dispositif des berges de Seine, du Champ de Mars ou de la tour Eiffel. Le patrimoine/ressource territoriale renvoie également à la notion de « haut lieu », ce qui pose la question de l'attractivité, généralement considérée comme un facteur de vitalité du territoire (Fagnoni, 2013) dont les événements peuvent être le support. Dans le cas des berges, c'est l'aménagement et l'espace qui le créent, un patrimoine « cadre de vie » objet de circulation, qualifié de patrimoine ordinaire ou vernaculaire (Fagnoni, 2013). Dans le même temps, les événements sportifs ne jouent qu'une partition éphémère et modeste là où ils pourraient alimenter un patrimoine « exceptionnel » (spectacularisation, labellisation). Ils manquent ici l'opportunité de devenir une modalité de gestion du temps de l'éphémère pour construire ce projet urbain d'envergure (Gavrari-Barbas, Jacquot, 2007).

9.4 Effet de patrimonialisation

Le cas de Roland Garros, plus précisément les débats autour de la relocalisation du tournoi, permet de souligner l'étroitesse du lien entre patrimoine matériel et l'histoire qui l'accompagne. Dans ce cas, les négociations entre la FFT et la ville de Paris s'appuient sur une représentation de la valeur patrimoniale du tournoi qui correspond à un élément de l'identité parisienne. Cela s'établit notamment par une forme de mutualisation patrimoniale entre les serres d'Auteuil et le stade Roland Garros ainsi étendu. La conservation du patrimoine adopte ici une logique dynamique. Gavrari-Barbas (2013, 2015) explique à ce titre que l'élargissement de la notion de patrimoine converge avec la promotion d'une culture globale, d'une qualité du cadre de vie et d'une gestion durable des ressources du territoire. L'événement sportif dans ce cas est un levier pour l'essor du « réemploi

²⁸⁷ La reconnaissance par la classification UNESCO (<http://whc.unesco.org/fr/list/600/>) concrétise cette dimension, historiquement constituée.

patrimonial », la diffusion d'un référentiel patrimonial de l'aménagement urbain consacrant l'importance croissante du système touristique et contribuant à un nouveau régime d'authenticité (Gavrari-Barbas, 2015).

9.4.1 L'événement « patrimonial » Roland Garros : succès économique et engagement écologique

Le tournoi de Roland Garros est un événement « patrimonial » au sens de Chappelet (2014). Selon lui, la littérature n'associe que rarement les concepts d'événements sportifs et de patrimoine. On peut définir les événements sportifs patrimoniaux comme « *des manifestations organisées en général pour un sport, dans un même lieu depuis de longues années, et de façon régulière c'est-à-dire sans interruption importante depuis leur fondation* ». Il rapproche ce type d'événements au concept de « lieux de mémoire » proposé par l'historien Pierre Nora dans un ouvrage éponyme (1984). Selon cet auteur, un lieu de mémoire « *va de l'objet le plus matériel et concret, éventuellement géographiquement situé, à l'objet le plus abstrait et intellectuellement construit. Il peut donc s'agir d'un monument, ou d'un personnage important, comme d'un événement ou d'une institution* ». Il identifie d'ailleurs le Tour de France comme un lieu de mémoire collective qui repose sur des émotions partagées par un grand nombre de personnes au cours de l'histoire de France du vingtième siècle. Le concept s'applique encore mieux quand l'événement sportif se tient depuis de longues années dans le même lieu géographique : il devient une institution en soi. C'est le cas de Roland Garros (Chappelet, 2014).

Dans le paysage fédéral français, la fédération française de tennis (FFT) fait figure d'exception, à au moins deux égards. Le premier est son modèle économique singulier. Dotée d'une gestion commerciale considérée comme l'une des plus rentables de celles de l'ensemble des fédérations sportives, elle est surtout propriétaire de l'un des rares « *hallmark events*²⁸⁸ » français qui génère une large part de ses recettes annuelles²⁸⁹. Le deuxième est son volontarisme en matière de responsabilité sociale et environnementale. Elle est l'une des premières fédérations à avoir initié une démarche de développement durable à travers la formulation de 9 objectifs stratégiques²⁹⁰, parmi lesquels l'optimisation de sa consommation de ressources naturelles et la réduction de son impact environnemental. L'ensemble de cette démarche a permis aux Internationaux de France de devenir en 2014 le deuxième événement, après les Jeux Olympiques de Londres, à obtenir la certification ISO 20121²⁹¹. Mais ce volontarisme affiché se heurte au projet du « nouveau Roland Garros » qui, par certains aspects, semble rogner sur la question environnementale.

Les tournois de tennis du grand chelem sont des événements sportifs récurrents majeurs des pays dans lesquels ils sont organisés au regard du rayonnement médiatique et de l'impact

²⁸⁸ Les *hallmark events* sont des événements sportifs d'envergure internationale dotés d'une forte médiatisation.

²⁸⁹ L'édition 2014 a par exemple généré 50 millions d'euros de recettes, ce qui représente un quart du budget annuel de la fédération.

²⁹⁰ <http://www.fft.fr/fft/developpement-durable/le-developpement-durable-la-demarche> (consulté le 9 juin 2015).

²⁹¹ L'ISO 20121 est une norme de système de management responsable dans le secteur événementiel (cf. chapitre 6).

économique qu'ils engendrent²⁹². S'ils ont des objectifs similaires (constituer les piliers des circuits compétitifs professionnels de tennis) ils ont cependant des attributs de marque différents. L'US Open et l'Open d'Australie sont positionnés sur le principe de fêtes populaires, se soumettant à la « dictature du bruit »²⁹³ qui régit la plupart des événements sportifs actuels. Wimbledon conserve en revanche une dimension traditionnelle, allant jusqu'à exiger un code vestimentaire très strict²⁹⁴. Par son choix de rester sur le site d'Auteuil, Roland Garros tente de faire la synthèse des deux modèles.

D'une part, la fédération souhaite agrandir la surface du stade pour la rapprocher de celle des trois autres tournois (20 ha en moyenne) : elle va ainsi passer de 8,5 ha à 12,5 ha. En outre, elle veut s'inscrire dans une modernité qui lui a fait défaut ces dernières années, en installant un toit rétractable permettant des sessions nocturnes et en aménageant une esplanade adaptée à la retransmission sur écran géant.

D'autre part, le choix de rester à Auteuil traduit la volonté fédérale de conserver l'héritage du tournoi, fortement associé au site parisien. Il est à noter que ce projet de développement à taille humaine, qui s'avère au passage nettement moins coûteux que les projets de relocalisation²⁹⁵, vise à faire de ce stade le plus beau et non le plus grand. Ainsi, le site sera divisé en deux surfaces. La première sera constituée du « triangle historique » (du Fonds des Princes à la place des Mousquetaires) et bénéficiera d'une rénovation des anciens courts. La seconde verra les serres d'Auteuil aménagées pour accueillir un nouveau court de 5000 places semi-enterré. La place des Mousquetaires, trait d'union et cœur du futur site, deviendra un espace public ouvert à l'année.

9.4.2 La notion de « mutualisation patrimoniale »

Si ce projet s'accompagne de nouvelles améliorations sur le plan environnemental (une assistance à la maîtrise d'ouvrage veille au respect des principes de développement durable sur l'ensemble des travaux²⁹⁶ et espère obtenir une nouvelle certification relative à l'aménagement des serres²⁹⁷), il n'a pas manqué de déclencher l'ire des associations environnementales, des riverains, des Verts ainsi que de l'opposition de droite du 16^e arrondissement, refusant l'amputation d'un site classé. Selon Gilbert Ysern²⁹⁸, directeur du tournoi jusqu'en 2016, les phases de concertation, puis d'élaboration du projet retenu se

²⁹² Etude du BIPE 2013.

²⁹³ <http://www.courrierinternational.com/article/2014/08/25/sport-la-dictature-du-bruit> (consulté le 9 juin 2015).

²⁹⁴ Le « white clothing and equipment rule » édité par le « All England Lawn Tennis and Croquet Club » propriétaire du tournoi.

²⁹⁵ Sur une dizaine de sites identifiés, quatre ont donné lieu à un examen approfondi : Versailles (Yvelines), Marne-la-Vallée (Seine-et-Marne), Evry (Essonne) et Gonesse (Val d'Oise). À l'analyse, ces sites ont été jugés inadaptés soit à cause de la trop grande consommation de terres agricoles, soit en raison de la difficulté d'accès par les transports en commun, soit enfin, s'agissant de Versailles, du fait de la proximité du monument classé et inscrit au patrimoine mondial de l'Unesco. Rapport sur la modernisation et extension du stade Roland Garros : expertise du projet alternatif porté par les associations, février 2015.

²⁹⁶ Entretien avec Viviane Fraisse, cheffe de projet du pôle Responsabilité Sociétale, fédération française de tennis, extrait d'entretien du 10 juin 2015.

²⁹⁷ La certification BREEAM, qui signifie « Building Research Establishment Environmental Assessment Method », est une « méthode d'évaluation de la performance environnementale des bâtiments créée par le BRE ». C'est l'équivalent de la norme HQE Française.

²⁹⁸ http://www.dailymotion.com/video/x2t55y3_gilbert-ysern-evoque-le-nouveau-roland-garros_sport (consulté le 10 juin 2015).

sont faites en toute transparence et en collaboration avec l'État. Toutefois, la validation du projet par le Premier Ministre Manuel Valls en juin 2015 est apparue pour le moins surprenante, dans la mesure où les 5 ans d'âpres négociations s'étaient clôturés par un rapport défavorable du ministère de l'Environnement quelques mois plus tôt.

Sans entrer dans ce débat désormais suranné, il est évident que la protection de l'environnement n'a pas constitué la priorité absolue de la fédération si l'on considère les alternatives proposées²⁹⁹. Surtout, il est intéressant de remarquer que la légitimation du projet a consisté à mettre en avant (peut-être dans une logique de compensation des critiques formulées) la mutualisation de sites à forte valeur patrimoniale. En effet, les éléments de communication de la fédération font état d'une « *inscription du tournoi dans son environnement immédiat* »³⁰⁰, communication reprise et appuyée par la ville de Paris qui voit en ce projet le moyen de « *servir un intérêt général en mutualisant des espaces* »³⁰¹. Il s'agit donc de redynamiser la fréquentation d'un jardin botanique tout en améliorant les conditions d'accueil d'un événement sportif international.

Toutefois, ce discours continue de générer des résistances. Une résistance au changement d'une part, avec l'ardente volonté des riverains et des héritiers de Formigé de garder les serres en l'état. Une résistance pouvant être qualifiée « d'administrative » d'autre part, avec un sentiment plus diffus d'ingérence de la sphère sportive³⁰² dans des enjeux d'intérêt public³⁰³.

Considérés de manière globale, les bénéfices attendus du nouveau Roland Garros sont importants : amélioration du confort et de l'expérience du tournoi, gains économiques, nouvelles certifications environnementales, dynamisation et modernisation de la partie des serres d'Auteuil non classée, effet de prestige pour la ville de Paris ou encore développement du tennis français³⁰⁴. La notion de « mutualisation patrimoniale » peut faire jurisprudence dans le domaine de l'événementiel sportif.

Ce rayonnement de l'événement au nom du patrimoine et de l'histoire installe Roland Garros à Auteuil. Cela correspond à la dynamique de labellisation de patrimoines territorialisés, érigés en avantage différentiel dans la compétition mondialisée des territoires et/ou en symboles de territoires alternatifs (Gavrari-Barbas, 2014). Ce processus s'opère en reléguant les considérations écologiques ou économiques au second plan, de sorte que les autres projets d'aménagements concurrents ne s'avèrent qu'être des leviers de négociation.

Cet exemple illustre la prégnance des enjeux symboliques à travers l'événementiel sportif dans l'optique de préserver une certaine forme d'ancrage territorial appréhendé comme un avantage stratégique par la fédération. Le patrimoine constitue alors la ressource clef,

²⁹⁹ <http://www.lequipe.fr/Tennis/Actualites/Un-rapport-valide-le-projet-alternatif/536908> (consulté le 10 juin 2015).

³⁰⁰ <http://www.nouveaurolandgarros.com/projet/modernisation> (consulté le 6 juin 2015).

³⁰¹ Itw de Anne Hidalgo, alors maire-adjointe de Bertrand Delanoë le 26/05/10 sur France 3 Ile de France.

³⁰² <http://www.rdvculture.com/2015/03/20/roland-garros-vs-les-serres-dauteuil-avantage-pour-les-defenseurs-des-serres/> (consulté le 10 juin 2015).

³⁰³ L'intérêt public est, par définition, défendu par les différentes branches de l'autorité de l'État (Santé publique, Instruction publique, Sécurité publique, Monuments publics, Environnement, etc.) représentées en justice pénale par le ministère public.

³⁰⁴ Ce projet s'inscrit dans le cadre du nouveau modèle économique fédéral porté par Hughes Cavallin que nous avons présenté et analysé dans le chapitre 5.

l'interface grâce à laquelle l'acteur public et la fédération trouvent un intérêt commun. De manière générale, les acteurs font de plus en plus appel au patrimoine, à des échelles territoriales diverses, de façon à asseoir la construction et l'affirmation territoriale (Gavrari-Barbas, 2014). La territorialisation toujours plus poussée du patrimoine (patrimonialisation de territoires de plus en plus vastes et de plus en plus nombreux, notamment dans les villes) débouche sur le projet de « *faire territoire par le patrimoine* » (Gavrari-Barbas, 2014). Le cas de Roland Garros en restant sur Paris dans un cadre baigné d'histoire et enserré dans un site classé s'inscrit dans ce contexte.

Nous constatons une forme de patrimonialisation qui se trouve aujourd'hui chargée de contribuer à la constitution de communautés imaginées locales ou régionales (Gavrari-Barbas, 2014). Le dispositif « Roland-Garros dans la ville » et l'utilisation d'une sémiotique patrimoniale à travers la balle de tennis géante sous la tour Eiffel convoquent ces représentations. Les rapports entre lieux emblématiques, tourisme et identité urbaine (Gavrari-Barbas, Delaplace, 2015) sont alimentés par ces grands événements sportifs. Ainsi, comme l'écrit Lussault dans « *l'Homme spatial* » (2007) : « *un emblème fonctionne comme une icône du territoire lorsqu'elle est vue [...] elle permet de dire, comme de la tour Eiffel pour Paris, non seulement : cela est à Paris, mais cela c'est Paris* ». Chaque événement patrimonial est le résultat de l'invention d'une tradition (Hobsbawn, Ranger 1983) qui symbolise une cohésion sociale, une identité et des savoirs locaux (Chappelet, 2014).

Le « patrimoine culturel immatériel » défini par l'UNESCO, englobe « *les pratiques, représentations, expressions, connaissances et savoir-faire – ainsi que les instruments, objets, artefacts et espaces culturels qui leur sont associés – que les communautés, les groupes et, le cas échéant, les individus reconnaissent comme faisant partie de leur patrimoine culturel* »³⁰⁵. Alors que la convention prévoit dans son article 2.2 (c) que « *les pratiques sociales, rituels et événements festifs* » peuvent être inclus dans l'inventaire mondial, aucun événement sportif patrimonial n'y a été inscrit à ce jour. Par exemple, le conseil communal de Bruges en Belgique a demandé que le Tour des Flandres y soit inscrit. En 2009, Chappelet propose que le CIO dépose une demande pour les Jeux Olympiques.

Quel que soit leur degré de formalisation, s'intéresser à ce type d'événement est un moyen de mieux comprendre le paradoxe qui consiste pour un territoire à concilier des temporalités différentes (Gavrari-Barbas, Jacquot, 2007). Toutefois, cette réflexion peut selon nous s'opérer à des degrés d'échelles variés comme l'indique l'exemple suivant de la course cycliste du 14^e arrondissement portée conjointement par le mouvement sportif et l'acteur public. C'est justement le moyen d'éviter l'écueil d'un patrimoine considéré uniquement comme une ressource patrimoniale à des fins commerciales ou promotionnelles, de formalisation d'une image voire d'une marque territoriale (Chamard, et al., 2014). Ces mêmes critiques qui sont formulées à l'encontre du nouveau stade Roland Garros³⁰⁶.

³⁰⁵ Définition de la « Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel », traité adopté par la Conférence générale de l'Unesco à Paris, le 17 octobre 2003.

³⁰⁶ Par exemple, Alain Kronenberger, coordonnateur national politique sportive des ligues, direction technique nationale, fédération française de tennis, nous confiait : « *j'ai l'impression que le côté, historique, mythique de l'endroit, est presque un peu artificiel.* » extrait d'entretien du 13 avril 2015.

9.5 Le terreau du 14^e arrondissement

Comme le rappelle Edith Fagnoni (2015), le patrimoine est une construction politique et sociale. Parfois, l'événement sportif vient éclairer ce processus. La course cycliste du 14^e arrondissement par sa seule survie, présente un processus de patrimonialisation à l'échelle de l'arrondissement. Cette course existe encore grâce à sa concordance avec l'histoire et les valeurs du territoire qui l'accueille. Ce n'est pas seulement un objectif d'image appréhendé telle une ressource. Ce cas va bien plus loin puisque l'événement est en quelque sorte l'émanation des caractéristiques et des singularités historiques de l'arrondissement.

Appréhendée en ces termes, la course cycliste du 14^e arrondissement illustre la manière dont une discipline peut faire écho aux racines d'un territoire. Plus précisément, elle y fait écho mais elle en est aussi la résultante, une forme de concrétisation. C'est pourquoi l'événement, profondément en phase avec son territoire, résiste à la suppression progressive des courses cyclistes en milieu urbain : il s'agit de la dernière course parisienne intra-muros (hors Tour de France).

Les cyclistes ne sont qu'un « *corps étranger, dans une cité hostile* » selon l'expression de Tronchet (2000). Le nombre de courses sur route diminue constamment en raison des difficultés des organisateurs à obtenir les autorisations administratives (Dumont, 2001). Comme dans les autres cas, le soutien politique formalise l'intérêt de l'acteur public pour un fait de société qui alimente son patrimoine local. C'est aussi grâce à des personnalités qui portent l'événement au fil des ans. Sa longévité instaure un cercle vertueux sur lequel la dimension « historique » de l'événement vient renforcer son ancrage patrimonial.

9.5.1 La défense politique de valeurs communes

C'est la concordance de facteurs contextuels favorables qui a permis la survie de l'événement, à commencer par une grande majorité d'élus convaincus de l'intérêt de la course. François Denis, directeur de l'OMS 14 avance que c'est la « *la conviction des gens qui ont permis de la défendre* ». Le soutien de la part de la mairie du 14^e a été un élément important. Les élus de l'arrondissement présentent depuis une quinzaine d'années une réelle appétence pour le sport et les événements sportifs. Pascal Cherki, adjoint au maire de Paris Bertrand Delanoë en charge des Sports de 2001 à 2008 était également conseiller du 14^e. Il en est d'ailleurs devenu maire en 2009, succédant à Pierre Castagnou. Carine Petit qui est l'actuelle maire était l'adjointe au sport de Pascal Cherki... En un mot les élus de cet arrondissement semblent avoir développé une sensibilité pour la dimension sportive, inhérente à leur parcours.

L'office pour le Mouvement Sportif du 14^e est également très actif. Il fut par exemple l'un des premiers à répondre à nos questions lors du recensement extensif nourrissant la phase exploratoire de la thèse. Il est présent sur beaucoup d'événements sportifs et plus de 90% des associations sportives de l'arrondissement y sont affiliées. Ce dynamisme n'a pourtant pas empêché de mettre la course en péril lorsque Vincent Jarousseau, le maire adjoint au sport de l'arrondissement sous la mandature de Pierre Castagnou, en accord avec ce dernier, avait émis l'idée de la supprimer. François Denis, président de l'OMS 14 était alors remonté auprès de Pascal Cherki pour obtenir son soutien.

« Quand Pierre Castagnou avait dit qu'il n'était pas vraiment pour, j'étais remonté auprès de Pascal Cherki qui était adjoint des sports à la mairie qui m'avait dit de ne pas m'inquiéter et qu'il allait défendre ma cause. Il l'a fait ». François Denis, président de l'office pour le Mouvement Sportif du 14^e arrondissement (OMS 14). Extrait d'entretien du 12 décembre 2014.

Ce dernier n'a pas hésité à le lui apporter, convaincu qu'il était, de l'intérêt d'accueillir un événement de ce type à Paris, et dans le 14^e. Pour justifier cela, il explique que la discipline, le cyclisme sur route en l'occurrence, véhicule des valeurs et des codes qui doivent être défendus en particulier par des élus de gauche. Pour lui, c'est un sport de « prolétaires » historique. Fort de cette histoire et de la résonance que cela implique au sein de ce type public, tout doit être fait pour soutenir ce genre d'initiatives. L'élu va même plus loin en affirmant que c'est la seule fois où il a utilisé son veto auprès d'un maire d'arrondissement lors de son mandat à la mairie de Paris. Cela témoigne de la conviction avec laquelle ce soutien s'est concrétisé.

« La course cycliste dans le 14^e ... mon prédécesseur qui était adjoint au sport du 14^e voulait la supprimer. Je lui dis : 'mais t'es fou ! T'es un malade !'. J'ai refusé... c'est la seule fois où j'ai mis mon veto à un maire d'arrondissement. La boxe, et surtout le vélo, ce sont des sports de prolo. Or, tu ne peux pas quand tu es de gauche dire : 'moi les prolos je n'en n'ai rien à faire'. On ne peut pas dire cela ! Même s'il y a peu de monde. C'est la dernière dans Paris... si on doit la faire évoluer on en discutera avec les organisateurs. Mais symboliquement, je ne peux pas laisser faire cela sous mon mandat. Regardez le sport français : ce sont les prolos, le Tour de France... dans ce pays un tiers des salariés sont des ouvriers, l'autre tiers des employés. C'est leur sport ! On n'est pas une ville de bourges ! On accueille ce genre d'événements. Il a été obligé d'être d'accord avec moi. On l'a défendu pour cela... c'est notre responsabilité. » Pascal Cherki, député PS de la 11^e circonscription de Paris, adjoint au maire de Paris en charge des Sports de 2001 à 2008, extrait d'entretien du 26 juin 2015.

Ce soutien très clair est un geste politique fort envers une partie de la population qui se retrouve dans les valeurs de ce sport. C'est une volonté de soutenir un symbole local, au nom d'un positionnement idéologique. Au final, l'événement survit au profit de cette dimension symbolique, en étroite relation avec les caractéristiques du territoire qui l'accueille. Le 14^e arrondissement s'est historiquement structuré conjointement sur l'engagement d'une charité chrétienne et d'un terreau ouvrier. Il y a toujours eu beaucoup de congrégations religieuses : Notre Dame Bon Secours, Saint Joseph, parmi d'autres. Selon Amine Bouabbas³⁰⁷ il y a une « identité de chrétien de gauche qui s'est toujours trouvée corrélée à une forte représentation ouvrière dans cet arrondissement ». La course cycliste dans ce contexte en est l'écho.

« Avec la course cycliste...on est quand même un arrondissement de gauche, on tient une identité... le sport, ce n'est pas non plus la panacée, il ne faut pas tomber dans un discours fantasmé et paradisiaque, mais c'est un des seuls champs qui a des valeurs positives par essence, qui sont un peu à l'image de la société, où ce que devrait être la société : c'est-à-dire une interaction entre individuel et collectif. Cela s'inscrit parfaitement dans l'histoire du

³⁰⁷ Adjoint à la mairie du 14^e arrondissement en charge de l'Habitat, de la Gestion locative et des Sports et attaché parlementaire de Pascal Cherki.

patrimoine. » Amine Bouabbas, adjoint à la maire du 14^e arrondissement en charge de l'Habitat, de la Gestion locative et des Sports. Extrait d'entretien du 23 mars 2015.

La course cycliste du 14^e arrondissement est aussi un moyen de contribuer à l'image de l'arrondissement. Elle fait partie d'un « patrimoine sportif et culturel » qui alimente une identité de quartier.

« Nous, dans le 14^e, avec Carine Petit, on essaie de promouvoir un arrondissement où il fait bon vivre, convivial, où il y a une identité de quartier c'est vrai, typique... de village. Les gens ont souvent cette image du 14^e qui n'est pas surannée en soi, que nous essayons de défendre. La course est en résonance avec tout cela... C'est important de la maintenir dans un arrondissement comme le nôtre. C'est notre ADN. ». Amine Bouabbas, adjoint à la maire du 14^e arrondissement en charge de l'Habitat, de la Gestion locative et des Sports. Extrait d'entretien du 23 mars 2015.

L'événement obtient donc un soutien des élus qui lui permet de perdurer pour atteindre sa 28^e édition en 2016. Malgré cet ancrage historique, les autorisations administratives restent toujours une étape redoutée par les organisateurs, qui ne sont jamais certains de les obtenir. Pourtant ils mettent toutes les chances de leur côté puisqu'elle se déroule toujours le même jour (deuxième mercredi de juin) au même endroit : un circuit de 1,2 km sur le boulevard Edgar Quinet entre le boulevard Raspail et la Tour Montparnasse (cf. chapitre 8).

Paris Cycliste Olympique (PCO), OMS 14, mairie du 14^e et même mairie de Paris, tous ces acteurs font ou ont fait en sorte de faire perdurer l'événement. Mention spéciale pour les organisateurs : OMS 14 et PCO qui portent financièrement l'événement. La logistique est portée par l'OMS tandis que l'aspect sportif est organisé par le club. Cette association vertueuse est née d'une difficulté progressive de la part du club à soutenir financièrement les coûts de l'événement. L'OMS aide à hauteur de 3000€.

« L'OMS finance... nous ne pourrions pas. On arrive à 4500 voire 5000€ avec les frais de police, les barrières, les signaleurs, les droits à la fédération, l'assurance, les prix et la communication. ». Raymond Margnoux, président d'honneur du Paris Cycliste Olympique. Extrait d'entretien du 19 février 2015.

Mais outre les soutiens de l'OMS ou des politiques, l'événement est avant tout la résultante de la passion d'un homme Raymond Margnoux, 83 ans³⁰⁸. C'est une figure du cyclisme amateur en Ile-de-France. Après une carrière de coureur dans les années 1950 et 1960, il intègre le Vélo Club Paris en tant que directeur sportif à la fin des années 1960. Il prend la présidence du club en 1975 jusqu'à la fusion et la création du Paris Cycliste Olympique en 1992. Il continue sa fonction de président au PCO jusqu'en 2012. Il est depuis président d'honneur. Ses 35 années de présidence de club à Paris lui confèrent le statut de figure incontournable du cyclisme dans la capitale. Son nom apparaît dans tous les entretiens où nous avons abordé la course cycliste du 14^e arrondissement. Le président de l'OMS 14, par exemple reconnaît que la longévité de la course et sa résistance dans la capitale sont, avant tout, dûes à cet homme.

« J'ai beaucoup de respect pour ce super monsieur. Sans lui cette course serait morte. Dans tous les événements vous avez une personne qui est au centre, il y a une âme qui est derrière

³⁰⁸ Cf. Chapitre 3 et la « synergie pérennante ».

». François Denis, président de l'office pour le Mouvement Sportif du 14^e arrondissement (OMS 14). Extrait d'entretien du 12 décembre 2014.

Il est intéressant de noter que ce type d'événements « historiques » entendus au sens de la longévité qui les caractérisent, sont l'apanage de personnalités fortes qui les défendent à travers les années, malgré des évolutions conjoncturelles contraignantes. Dans certains cas, la longévité devient un atout et confère une dimension symbolique à l'événement, un ancrage sur le territoire permis grâce à la récurrence de l'événement. Cela semble être le cas de cet événement. Cependant à la lumière de l'analyse de la gouvernance, il semble qu'il ne faille pas manquer l'opportunité de souligner l'importance des personnes et leurs relations.

Les caractéristiques locales, les configurations d'acteurs, les jeux de pouvoir sont autant d'éléments qui rendent chaque situation singulière (Borraz, Loncle-Moriceau, 2000). Dans le cas de cette course, un schéma se dessine avec les acteurs publics qui, en fonction de leur sensibilité sportive et politique, soutiennent plus ou moins la tenue de l'événement. Ensuite, c'est le dynamisme d'un OMS convaincu de l'intérêt de l'événement sur le territoire qui permet de le faire perdurer concrètement c'est-à-dire par un soutien financier. Enfin, la course est la résultante de la passion d'un homme qui conçoit, puis défend à travers les années une certaine idée de la pratique sportive par son engagement associatif. Mais au-delà de ce pragmatisme factuel, il existe des conduites personnelles, sociales, éthiques, politiques ou spirituelles, relatives au territoire, qui correspondent aux caractéristiques de l'événement et sa discipline.

9.5.2 Le cyclisme : une discipline patrimoniale par essence ?

Le cyclisme prend sens dans cette affirmation du caractère illimité des forces humaines, capables de surpasser jusqu'à la puissance mécanique d'une locomotive (Dumont, 2001). En effet, le vélo devient un moyen de redonner des lettres de noblesse à l'effort d'un corps énergétique mis à mal par la révolution industrielle « *puisqu'il peut parcourir des distances importantes à une vitesse relativement élevée, dans un mouvement comparable à celui des machines automobiles...à cette notable différence près que la source d'énergie en est la force d'un homme* » (Dumont, 2001). La pratique cycliste est donc profondément reliée à une culture plébéienne, à la volonté d'émancipation spatiale des cités ouvrières. Ces fondations historiques sont parallèlement entretenues par une sphère professionnelle compétitive très attachée à ses gloires passées. Reprenant les symboles des anciens tours, le Tour de France qui se veut d'abord une compétition sportive se mue rapidement en fête nationale dès lors qu'elle prend racine sur les frontières, dans des villes soigneusement sélectionnées pour leurs qualités géographiques (Fumey, 2006). L'épreuve « *met en scène un espace/nation, un décor fait du territoire lui-même* » (Vigarelo, 1992).

Le lien entre cyclisme, espace et territoire est très étroit. Chaque mois de juillet pendant le Tour de France, l'un des plus prestigieux et des plus géographiques monuments de l'identité française (Fumey, 2006), nous sommes abreuvés de reportages télévisés retraçant les étapes et les coureurs de légende. Peu de sports s'appuient autant sur une histoire qui valorise ses glorieux aînés. Tout cela transparait aussi dans les arts : écrivains (San Antonio « Vas-y Béru » en 1965, Erik Orsenna avec « L'exposition coloniale » en 1980, Louis Nucera avec « Mes rayons de soleil » en 1987 ou encore Paul Fournel avec « Besoin de vélo » en 2001), cinéastes (« les étapes de la gloire » en 1976 réalisé par Philippe Pautrat ou « Le vélo de

Ghislain Lambert » en 2000 réalisé par Philippe Harel avec Benoit Poelvoorde), musiciens (« les Wampas » avec la chanson hommage « Rimini » à Marco Pantani)... Tout concorde dans le cyclisme à accorder une large part au patrimoine qu'il soit culturel (Tour de France et le « vélo géographique ») ou sportif (résultats et gloires passées).

La pérennisation de l'événement est donc rendue possible grâce à la cohérence entre les caractéristiques du territoire hôte et l'événement. Durand et Ravenel (2003) dressent les contours du potentiel local comme étant la résultante de quatre variables : le public, les entreprises, les collectivités territoriales et les médias. Ce modèle développé pour aborder la question du développement des pratiques sportives en lien avec les territoires semble être difficilement applicable au cas de l'événementiel sportif de quartier. Les indicateurs sont peu adaptés au cas d'un événement « mineur » (Wilson, 2006) qui comporte plus de spectateurs que de participants et un rayonnement médiatique très restreint.

C'est pourquoi nous nous appuyons sur les dynamiques locales (Charrier, Jourdan, 2009) pour mettre en lumière et expliquer ce « terreau » impalpable mais perceptible à travers l'observation et les entretiens. Comme explicité précédemment l'événement est en cohérence avec une identité d'arrondissement. Plus que cela même, on lui assure une certaine pérennité car on le considère comme un outil renforçant cette identité. Si la volonté première est d'organiser la pratique sportive (un objectif à finalité sportive donc), sa continuité doit son salut aux externalités positives qu'il semble distiller (le sport devient un outil pour atteindre une autre finalité). Il est ancré et en total cohérence avec les caractéristiques du territoire : identité de village, charité chrétienne, forte représentation ouvrière. Bessy (2014) parle « *d'événements fabriqués* » lorsqu'il observe un fort ancrage local puisqu'ils sont organisés chaque année par des acteurs locaux soucieux du dynamisme de leur territoire.

Cette course cycliste est la dernière à Paris car elle est en totale adéquation avec son territoire hôte. Dans ce cas, nous voyons bien la manière dont le patrimoine est une ressource territoriale (Gumuchian, 1993 ; Landel, Senil, 2009) : « *il produit un discours sur la construction des territoires, sur la valeur des lieux et pose la question essentielle des démarches d'appropriation (habitants, touristes, visiteurs)* » (Fagnoni, 2013). Le tableau ci-dessus présente les raisons conduisant à la suppression de toutes les courses cyclistes parisiennes et les atouts de la course cycliste du 14^e arrondissement pour s'en prémunir.

Pourquoi de moins en moins de courses cyclistes à Paris ?	Pourquoi la course cycliste du 14^e arrondissement résiste ?
Autorisations administratives difficiles à obtenir.	Circuit très court. Même date, même format chaque année. Dérangement minimal.
Danger en milieu urbain, terrain non adapté à la pratique.	Histoire, valeurs de la discipline en adéquation avec l'arrondissement.
Coût entraînés par de nouveaux postes de dépenses.	Elus concernés par le sport et attachés à la course en raison de l'ancrage territorial, idéologie politique.
Bénévoles de plus en plus rares.	Coût partagé avec OMS.

Tableau 54 : atouts et contraintes des courses cyclistes à Paris

Valoriser le patrimoine, s'opposer à la démolition de certains héritages, promouvoir des lieux de mise en mémoire (et/ou de commémoration), correspondent à des formes de mobilisations collectives qui travaillent la société en profondeur et qui interrogent la manière dont les individus et les groupes sociaux se construisent des repères identitaires et/ou se positionnent dans la ville et dans la société (Fagnoni, 2015). Dès lors, sauvegarder la course cycliste du 14^e arrondissement dans un environnement de plus en plus contraignant participe de ce construit social (Levy, Lussault, 2013) qu'est le territoire.

Synthèse de la dynamique patrimoniale

La différenciation entre patrimoines matériels et immatériels existe dans de nombreuses définitions³⁰⁹. Par exemple, Laurier Turgeon écrit en 2010 au sujet des musées qu'il « *s'est installé une sorte de dichotomie entre patrimoine matériel et immatériel qui se révèle problématique* ». Selon lui, il ne semble pas possible de séparer « *les aspects matériels des aspects immatériels de la culture* ». Dans la pratique, cette distinction n'est pas toujours très pertinente car mobilier, décoration murale et habitations, constituent souvent un ensemble cohérent au moment de leur création. C'est la raison pour laquelle la notion de patrimoine a connu un élargissement continu depuis quelques décennies, et même un élargissement accéléré au cours des dernières années (Bonnet-Pineau, 2015). La matérialité n'est plus qu'une partie seulement des éléments que notre société fait entrer dans le champ patrimonial, s'y ajoutent par exemple la tradition orale et le numérique (Gavrari-Barbas, 2015). En effet, cette distinction entre les types de patrimoine s'est avérée rapidement inadaptée pour notre travail. À l'analyse des études de cas par ce prisme, il semble que la dimension patrimoniale ne laisse transparaître aucune dichotomie.

Que ce soit Roland Garros, les événements sur les berges de Seine ou la course cycliste du 14^e arrondissement, tous ces dispositifs s'appuient sur le patrimoine de manière indifférenciée. Pour ce qui est du « matériel » certains sont plus évidents : stade Roland Garros à Auteuil, utilisation du Champ de Mars pour « Roland Garros dans la ville », les monuments bordant les berges de Seine, le stade Charléty, l'Accor Hotel Arena. Cependant, « l'immatériel » est systématiquement sous-jacent, il vient compléter cette forme d'ancrage : image parisienne, prestige, tour Eiffel en tant que symbole incontournable, valeurs et caractéristiques d'un arrondissement, histoire, construction identitaire territoriale par des représentations symboliques. Ainsi, de la même manière qu'un objet dans un musée est le témoin de valeurs qui dépassent sa simple dimension matérielle (Turgeon, 2010), les événements s'appuyant sur des infrastructures à valeur patrimoniale renvoient nécessairement à des représentations symboliques et idéelles. Un événement qui va mobiliser ou générer (l'un est souvent indissociable de l'autre) du patrimoine concernera aussi bien les infrastructures que l'histoire, les valeurs et les sémiotiques territoriales.

Le patrimoine est aujourd'hui considéré comme une ressource produite, devenant à son tour le levier d'un développement à venir (Grefte, 2011³¹⁰). Si le patrimoine était d'abord considéré comme une prolongation de la notion de monument historique, c'est désormais un enjeu symbolique et identitaire qui dépasse le cadre matériel. Les monuments historiques ne sont « que » des éléments enserrés dans l'environnement urbain qui sera plus ou moins vecteur d'un terreau patrimonial. Cette ressource pour le territoire s'étend donc bien au-delà de sa dimension promotionnelle. Elle produit un discours sur la construction des territoires et sur la valeur des lieux, mais elle pose surtout la question essentielle des démarches d'appropriation des habitants, des touristes et des visiteurs (Fagnoni, 2015).

³⁰⁹ « Texte de la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel - Art.2.2 » sur www.unesco.org (consulté le 8 octobre 2015).

³¹⁰ http://openarchive.icomos.org/1307/1/IV-3-Article6_Grefte.pdf

« Charléty sur Neige » véhicule bien cet objectif initial de réappropriation par les parisiens d'un équipement sportif structurant. À l'analyse de ce cas, nous avons constaté des décalages dans les attentes des acteurs à travers l'utilisation de l'équipement pour des usages privés et/ou non sportifs. La volonté première de l'événement était pourtant d'utiliser un événement municipal pour animer un élément du patrimoine matériel parisien sous-utilisé.

Le cas du « LNB All Star Game » vient nous renseigner sur l'adéquation entre culture sportive, caractéristiques socio démographiques du lieu et le projet événementiel. En outre, cet exemple éclaire aussi la potentialité d'un équipement structurant (non sportif cette fois) à constituer un levier pour le développement d'un événement sportif national.

Le cas des événements organisés sur les berges de Seine sert à renouveler l'action urbaine autour de la symbolique festive. Elle met en scène l'espace et le temps des centres villes pour proposer des supports d'usage en attente d'être validés par la pratique collective (Pradel, 2007). Toutefois, en repositionnant historiquement le dispositif parmi les aménagements de la Seine depuis le 18^e siècle, nous avons pu constater que la valeur patrimoniale générée relevait essentiellement d'un patrimoine « cadre de vie » relatif aux usages quotidiens qui sont faits de l'espace public, de plus en plus utilisé comme une nouvelle aire urbaine festive (Lefebvre, Roult, 2013). Cependant, les événements sportifs qui ont le potentiel de mobiliser un « patrimoine exceptionnel » (Gravari-Barbas, 2015), par leur faible rayonnement, ne contribuent que de manière éloignée à la patrimonialisation de cet espace historique.

Dans un monde où la modernité et la globalisation ont développé une forme d'homogénéisation, la valeur symbolique s'est considérablement renforcée (Tomas, 2004). C'est justement sur cette valeur symbolique que certains événements sportifs parisiens s'appuient pour se construire une identité, se démarquer. Le patrimoine lié à l'événementiel sportif devient même un argument politique lorsqu'il s'est agi de maintenir Roland Garros à Paris (Bourbillères, Djaballah, 2015). C'est un moyen de raccrocher la symbolique, l'immatérialité sur laquelle s'appuient certains projets à un espace en vue d'alimenter la perception du territoire vécu (Di Méo et al., 1998 ; Di Méo, 2002, 2004 ; Tomas, 2004 ; Gavari-Barbas, Veschambre, 2005). En cela, le patrimoine est l'une des dimensions qui renvoie à la notion d'ancrage territorial puisqu'elle est constitutive d'une ressource conduisant à la consubstantialité (Bessy, 2013) de l'événement avec le territoire hôte. Ces événements sont particulièrement favorisés dans le contexte parisien riche en patrimoine urbain (Vernieres et al., 2012).

La sémiotique patrimoniale est présente parmi ces événements notamment par l'utilisation d'éléments symboliques inhérents au territoire sur lesquels ils prennent place. C'est particulièrement le cas à Paris, compte tenu des singularités de la capitale et du prestige dont elle jouit. Chaque événement patrimonial est le résultat de l'invention d'une tradition (Hobsbawn et Ranger 1983) qui symbolise une cohésion sociale, une identité et des savoirs locaux (Chappelet, 2014). À cet égard, il dépasse largement la simple dimension d'image territoriale qu'il favorise par ailleurs. C'est la raison pour laquelle le patrimoine est une notion de plus en plus utilisée dans les discours politiques (Greffé, 2011) car il correspond à une ressource pour l'acteur public qui cherche à l'utiliser à bon escient. L'événementiel sportif est un moyen de l'entretenir, de le mobiliser. L'acteur public va y trouver un outil particulièrement pertinent pour véhiculer de l'image en vue d'alimenter un patrimoine

considéré comme une ressource identitaire forte. Cette notion qui renvoie ici aux « hauts lieux » et à la géosymbolisation (Bonnemaison, 1981) pose bien évidemment la question de l'attractivité, généralement vectrice de territorialité régionale (Fagnoni, 2013).

Enfin, le cas de la course cycliste du 14^e concerne un événement « fabriqué » (Bessy, 2014) qui existe à la faveur d'une concordance particulière entre un territoire et une discipline. Ce sont les valeurs communes qui consacrent cette relation impalpable mais facilement identifiable à la faveur de l'ancienneté d'une part, du soutien des élus politiques d'autre part. Il met aussi en avant les spécificités d'une discipline sportive particulièrement adaptée au territoire qui n'hésite pas à s'appuyer sur son patrimoine historique. Nous avons pu constater l'extrême cohérence (valeurs, histoire) qui réside dans l'accueil d'une course cycliste dans cet arrondissement.

En traitant cette thématique, nous avons constaté la pertinence de nous saisir d'une définition plus étendue du patrimoine culturel immatériel. Bortolotto (2011) invite à le considérer en intégrant « *les représentations, expressions, connaissances et savoir-faire, ainsi que les instruments, objets, artefacts et espaces culturels qui leur sont associés* ». Cette définition insiste à la fois sur le rôle des acteurs sociaux dans la reconnaissance patrimoniale et sur sa fonction identitaire.

Nous avons vu de manière générale que la distinction entre les deux types de patrimoine, par le prisme de l'événementiel sportif offre une réelle porosité. Une approche globale du patrimoine nous semble adaptée pour appréhender les dynamiques spécifiques générées par l'événementiel sportif et plus particulièrement son ancrage territorial. La patrimonialisation qui correspond au « *processus de reconnaissance et de mise en valeur d'édifices, d'espaces hérités, d'objets et de pratiques par l'attribution d'une valeur et d'un sens collectif d'appartenance commune* » (Fagnoni, 2013) consacre la relation immatérielle qui s'opère entre le territoire et les individus à travers l'événementiel sportif et les constructions identitaires qu'il véhicule. Ce lien avec l'identité est ténu puisqu'en étant à la fois valeur refuge, référence et mémoire, le patrimoine est aussi un vecteur politique, économique et d'aménagement, mettant en jeu des intérêts considérables, si bien qu'à toutes les échelles, il est devenu un objet de communication voire de socialisation renvoyant aux problématiques identitaires (Gavrari-Barbas, 2015).

La géographie du patrimoine, s'attache à identifier trois approches du patrimoine (Veschambre, 2007) : celle de l'aménagement et du développement des territoires ; celle des jeux d'acteurs, des représentations et des conflits ; enfin, celle des constructions identitaires. Ce rapport entre les territoires et leurs constructions identitaires se positionne comme un support mémoriel, outil de développement et de communication (Fagnoni, 2015). Les événements sportifs en créant une expérience « célébrative », en mélangeant les publics et les acteurs, en générant du capital humain ou encore en s'établissant à l'aide de marquage urbain dans l'espace public prennent part à ces processus identitaires territoriaux. Ils peuvent ainsi contribuer à faire « *territoire par le patrimoine* » (Gavrari-Barbas, 2015).

Chapitre 10 : Des dynamiques à l'ancrage, quand l'événement fait territoire

Jusque-là, dans cette troisième partie, nous avons présenté les différentes dynamiques locales que les événements sportifs génèrent et surtout la manière dont elles l'enserrent au sein du territoire hôte. En partant notamment de l'analyse des impacts, nous avons montré que l'événement est souvent l'émanation des caractéristiques locales du lieu. Dès lors, un lien étroit s'opère entre le projet événementiel et le territoire, renforcé par les effets de la récurrence. S'intéresser à ces dynamiques sociales, économiques, spatiales et patrimoniales, est donc un moyen de mieux comprendre le paradoxe illustré par l'événementiel sportif, consistant pour un territoire à concilier le durable et l'éphémère (Chappelet, 2014). Le dixième et dernier chapitre, traite ce lien.

10.1 Un événement sportif : quatre dynamiques pour un territoire

Les territoires sportifs ont fait l'objet de nombreux travaux depuis une vingtaine d'années. Ceux-ci portent notamment sur les aires de diffusion des activités ou même des installations sportives à des échelles locales (Escaffre, 2005), régionales (Volle, 1990 ; Griffond-Boitier, 1993 ; Ravenel, Durand, 2002), nationales (Mathieu, Praicheux, 1987) ou internationales (Haumont, 1998 ; Gay, 2006). L'émergence de certaines disciplines sportives a permis d'identifier des logiques spatiales de diffusion éclairant les caractéristiques des territoires (Wagner, 1981 ; Augustin, 2002 ; Mao, 2003 ; Vigneau, 2006). Vigneau (2008) considère même que « *l'analyse des rapports du sport à l'espace constitue le critère essentiel qui permet de délimiter et de structurer le champ des activités physiques et sportives, ainsi que de comprendre le sens du sport* ». Si l'on se réfère à cette phrase, il semble donc que le sport soit autant un outil pour comprendre les territoires, qu'un fait social impacté par des dynamiques spatiales. Son étude devient un prisme d'analyse des usages publics et des nouvelles urbanités qu'il met en jeu. C'est notamment le cas de l'analyse des sportifs auto-organisés (Gasparini, Vieille-Marchiset, 2008) qui traduit un renouvellement des perceptions et des utilisations des espaces publics invitant au questionnement autour du sens accordé par les sportifs aux formes urbaines (Escaffre, 2005). Dans ce contexte, la tentation de concilier ce qui est *a priori* inconciliable, l'éphémère (la fête) et le durable (la ville), est forte dans le contexte urbain contemporain, avec le glissement de la ville productive vers la ville festive (Gavrari-Barbas, Veschambre, 2005).

Cette approche par le territoire et cet essai de définition de l'ancrage territorial par le prisme de l'événementiel sportif ne peuvent se faire sans un arrêt théorique par la géographie. Il s'agit d'un construit historique et social qui vise la description du monde dans sa composante spatiale (Levy, Lussault, 2013). Les explications varient dans le temps et suivant les différents courants et écoles du XIX^e siècle. En France, l'étude des modalités et des relations entre l'homme et la nature comme base de ressources matérielles a constitué le noyau originel de la discipline (Fixot, 1997). Il reste encore aujourd'hui une forte autonomisation de la discipline (Di Méo, 2001). Cependant, intégrer le sport dans la réflexion relative à la construction des territoires peut faire progresser la globalisation de la géographie (Berthelot, 1996). Un ouvrage collectif fondateur produit après le colloque des

23 et 24 mars 1990 à Besançon (Errais, Mathieu, Praicheux, 1990) a contribué à poser les jalons d'une « géopolitique du sport » en France.

Pour ce qui est du territoire, Debardieux (2003) propose la définition suivante : « *c'est l'agencement de ressources matérielles et symboliques capables de structurer les conditions pratiques de l'existence d'un individu ou d'un collectif social* ». On peut ainsi définir le territoire comme une production sociale. En effet, tout territoire est un « *construit qui combine des éléments de nature économique, sociale et politique* » (Vernieres et al., 2012). Du point de vue économique, il se caractérise par un ensemble de structures de production, de modalités de répartition des revenus et d'échanges internes et externes. D'un point de vue social, il est composé d'un ensemble de catégories sociales regroupées sous des formes diverses : formelles (associations et syndicats) ou informelles (relations de voisinage et familiales). Il convient donc d'insister sur le fait que le territoire n'est pas une donnée, mais le résultat d'une construction où les processus et les héritages historiques jouent un rôle déterminant. C'est un espace de relations qui est approprié et géré par les collectivités humaines qui lui affectent des usages, des activités et l'aménagent en fonction de leurs besoins (Fagnoni, 2013). Enfin, un territoire ne peut exister sans une organisation politique, des structures administratives dont le rôle est d'assurer la coordination de l'action des différents groupes en vue d'arbitrer leurs conflits (Vernieres et al., 2012). Autrement dit, il dispose de frontières ou de limites matérialisées ou mentales qui s'apparentent souvent au cadre de fonctionnement du politique (Fagnoni, 2013). À ce titre, il est une construction provisoire, puisque les sociétés, au fil de leurs représentations et de leurs pratiques, peuvent le déformer ou le reconstituer.

De manière générale l'approche du territoire fait donc consensus autour du maître mot « complexité » puisqu'elle se situe « *autour de la multiplicité des acteurs, des cadres d'intervention (maillages), des situations à gérer et de l'environnement global* » (Moine, 2006). Dès lors, le territoire est bien un ensemble multi-dimensionnel qui mobilise à la fois des structures matérielles, des jeux de pouvoir et des représentations sociales et idéelles. Dans cette optique, Moine (2006) évoque le « système » pour englober à la fois le territoire vécu (« *nous l'influons tout autant qu'il nous influence* »), l'espace et les relations entre individus. De son côté, Aldhuy (2008) met en avant la notion de territorialité qui « *implique de dépasser tout rapport exclusif avec le territoire pour envisager celui-ci à un niveau heuristique* ». Enfin, Di Méo (1991, 1993) propose un cadre d'analyse autour de la formation socio-spatiale et de la méta-structure. La première traduit objectivement le territoire de la localité tandis que la seconde appréhende le territoire comme un phénomène décrit / vécu par l'individu.

Tout cela montre la complexité extrême de toute explication en géographie et la pertinence d'une approche de type interdisciplinaire. C'est la nécessaire prise en compte de nouvelles méthodes de recherche qui pourra intégrer la « *pertinence explicative de toutes les théories auxquelles elle peut recourir* » (Keerle, 2007). C'est bien dans cette optique que se situe notre approche pour la compréhension de l'ancrage territorial. Moins que la définition d'un espace sportif, c'est la manière dont l'événement va s'inscrire au sein de la communauté locale pour générer des dynamiques plus ou moins vertueuses, à plus ou moins long terme, qui nous intéresse. Pour comprendre cela, nous avons donc défini les quatre dimensions qui constituent selon nous des pistes d'analyse pouvant déboucher sur une compréhension de

l'ancrage territorial : dynamique sociale, dynamique économique locale, dynamique spatiale et dynamique patrimoniale.

Certains cas contrastés sur l'ensemble des dynamiques étudiées (« Famillathlon », « Femmes en Sport ») consacrent une forme de complexité qui ne peut que s'appréhender de manière globale et territoriale. À cet égard, ce constat nous rapproche de la conception du territoire de Moine (2006) pour qui les difficultés d'interprétation et de compréhension posent l'emboîtement des sous-systèmes. Ceux-ci doivent comprendre « *à la fois les organisations spatiales, mais également les systèmes d'acteurs qui les font évoluer* ». C'est bien de ce point de vue que l'événementiel sportif, à travers les effets sociaux mobilisateurs qu'il peut générer, joue sa partition dans la définition d'un espace territorialisé prenant à la fois en compte les notions de réseau et de lieu (Aldhuy, 2008) dont l'identité serait le ciment.

Dans le contexte actuel qui est celui d'une forte concurrence entre les villes, les événements festifs jouent donc un rôle de plus en plus structurant, non seulement dans le temps qui leur est imparti mais aussi dans l'espace urbain (Gavrari-Barbas, Veschambre, 2005).

10.2 Le ciment de l'ancrage territorial : l'identité

La notion d'identité transparaît tout au long de notre analyse sur l'ancrage territorial. Elle n'est pas constitutive d'une dimension à part entière car elle est se situe en réalité dans tous les développements analytiques. L'identité locale est définie comme « *le sentiment d'appartenir à un groupe ou à une communauté catégorisée de manière positive et influençant le concept de soi dans un contexte social* » (Lee et al., 2013).

Au niveau de la dynamique sociale, l'événement permet de mélanger les publics, de créer de la participation sportive ou un temps de célébration collective (Chalip, 2006) par lequel il devient le support d'une cohésion vectrice de structuration du territoire par l'alimentation d'expériences territoriales. Le développement du capital humain ou de la pratique sportive par les événements « Courir Ensemble » ou « LNB All Star Game » sont aussi des externalités qui s'appuient sur une forme de territorialité, à travers l'emplacement et la temporalité du dispositif. Ils peuvent contribuer à renforcer le sentiment d'identité interne des équipes (salariées ou bénévoles) ou en étant symboliquement attaché au projet événementiel (licenciés). L'ancrage territorial, par cette dimension, mobilise le concept d'identité locale (McGabe, 2006) qui constituerait le liant entre l'événement sportif, son impact social et les caractéristiques du territoire, entendu de manière matérielle et idéale. Ainsi, plus l'événement génère de cohésion, plus il va être source de récits, d'expériences et de souvenirs qui forgent et diffusent une représentation du territoire vécu (Di Méo, 2001).

L'identité est également perceptible au sein de la dimension économique par la mobilisation des acteurs (sponsors, partenaires, acteur public) en faveur du projet événementiel qui sera plus ou moins favorisé par la manière dont l'événement est vécu sur le territoire (son rayonnement, son budget, ses effets). Nous avons abordé les cas où cet effet d'image, qu'il se traduise par une attractivité territoriale ou non, engendre directement des gains économiques pour la structure qui porte le projet. En effet, si l'événement sportif par les relations et le dynamisme qu'il génère est un moyen de structurer en interne la communauté locale par la concrétisation de flux économiques entre acteurs, c'est aussi un outil pour construire le territoire par des images et des symboles attractifs (Chamard et al.,

2014). Nous l'avons également souligné en « interne », notamment à travers les stratégies « responsables » de la FFT, ou de l'agence événementielle Sport Plus Conseil qui attirent l'un comme l'autre de plus en plus de sponsors à la faveur d'une image dynamique. Tous ces éléments nous invitent à statuer du fait qu'il semble nécessaire d'inclure la dimension économique de manière formelle dans notre développement puisqu'il s'agit bien là d'un prisme par lequel l'ancrage territorial de l'événement, la manière dont il mobilise, dont il est vécu, peut être renseigné.

L'identité est très présente dans la dynamique spatiale, conformément à la manière dont l'événement se donne à voir, se démarque, voire se met en scène dans l'équipement dédié ou l'espace public. Cela revient à percevoir l'événement à travers un lieu (Levy, 1991), par ses représentations matérielles (marquage urbain) ou symboliques (sémiotique patrimoniale). Toutefois, nous constatons aussi le cas d'événements qui sont peu visibles, dilués au sein de l'espace urbain et des états sonores des villes. Ces événements, par contrainte budgétaire ou administrative (« course cycliste du 14e ») et par manque de volonté stratégique (berges de Seine), ne sont pas vraiment repérables dans l'espace public. En étant peu actifs sur cette question spatiale, ils perdent une occasion d'asseoir leur identité (Cavaillé, 1999). Nous identifions des occasions manquées constituées par l'absence d'outils renforçant l'identité et la démarcation de l'événement dans l'espace public (sons et couleurs constitutifs d'ambiance). Cela renvoie aussi à des rapports de domination dans l'espace social (Bourdieu, 1993 ; Veschambre, 2000).

Enfin, l'étude du patrimoine offre un angle d'analyse riche pour aborder la façon dont un événement s'implante au sein d'un territoire sur la base de représentations identitaires. Le patrimoine d'un pays ou d'une communauté est défini par Bergeron (2010) comme suit : « *ce sont les modes spécifiques d'existence matérielle et d'organisation sociale des groupes qui le composent, leurs savoirs, leur représentation du monde, et, de façon générale, les éléments qui fondent l'identité de chaque groupe social et le différencient des autres* ». Cette définition rejoint les grandes orientations de la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel adoptée par l'Unesco en 2003 (Bergeron, 2010). Il est intéressant de noter que la notion d'identité est formellement intégrée dans cette définition du patrimoine. Ce dernier serait alors un élément constitutif de la manière dont l'événement se donne à voir (Ansart, 1998), une représentation (Staszak, 2004). Surtout, les événements en ayant recours à une sémiotique patrimoniale (Bonnemaison, 1981) instaurent une dialectique avec le lieu, contribuant à faire territoire par le patrimoine (Gavrari-Barbas, 2015).

Toutes ces dynamiques locales sont reliées par la représentation d'un territoire vécu à travers l'expérience promise lors de l'événement sportif. Ce territoire vécu peut aussi être alimenté par les impacts en aval du projet événementiel (économique, social ou patrimonial). Cela confère à la représentation identitaire territoriale une réelle portée explicative quant à l'ancrage et le rôle que peut jouer l'événement sportif dans les dynamiques locales.

L'identité, comme composante spatiale du territoire, a été montrée par Di Méo (2001). Selon lui, l'espace géographique s'inscrit fréquemment dans le processus identitaire comme un contenu d'identités représentées individuelles ou collectives. Elle n'est pas une substance immuable, donnée, mais plutôt un rapport interactif, entre agents et acteurs sociaux. Ce

rapport se forme dans un cadre géographique qui est en transformation perpétuelle. C'est une idéologie au sens d'un ensemble cohérent de représentations mentales qu'un individu ou groupe se fait sur sa place dans la société et dans l'espace. À cet égard, c'est un enjeu social (Vélut, 2004). Comme l'indique Keerle (2007), l'analyse de Di Méo centrée notamment sur les opérateurs économiques n'intègre pas les particularismes sportifs. Toutefois, en indiquant qu' « *un grand nombre de processus géographiques contribuent à créer de l'identité, surtout si elle est stimulée par des représentations et / ou des pratiques sociales* » (Di Méo, 2001), il laisse selon nous la porte ouverte à une analyse du territoire par le prisme de l'événementiel sportif. Notre contribution, circonscrite aux événements sportifs tente de rendre intelligible ces interactions immatérielles entre les projets événementiels et leur territoire hôte. Elles s'opèrent par ce que nous appelons l'ancrage territorial.

10.3 La définition de l'ancrage territorial

Afin de respecter la complexité du phénomène à l'étude, il semble que la temporalité et la récurrence méritent une attention soutenue. Tout comme l'identité, elles sont mentionnées à plusieurs reprises dans le développement des quatre dimensions. Les événements étudiés favorisent la constitution d'identité lorsque le projet événementiel s'installe dans la durée. C'est particulièrement le cas de Roland Garros et de la course cycliste du 14^e, qui, bien qu'inscrits dans des échelles tout à fait différentes, semblent bénéficier d'un effet d'ancienneté au sein des représentations que s'en font les acteurs. Cette ancienneté est aussi un élément de communication important, largement mis en avant par l'OMS du 14^e ou « La Parisienne ». La longévité de la récurrence instaure également un lien avec le territoire d'accueil en faisant écho au patrimoine à travers une dimension historique qui devient incontestable. C'est ce qu'observe Chappelet (2014) dans sa définition de « l'événement patrimonial », cet événement qui serait « *organisé depuis de nombreuses années sans interruption* ». Barthou et collaborateurs (2007) parlent d'un « capital temps » qui s'observe par l'impact médiatique et est le produit d'un processus, plus ou moins longuement construit. La durée de l'événement (qu'il ne dure qu'un jour ou quinze) va très logiquement se ressentir sur l'éventuel ancrage : l'émulation et le dynamisme économique seront moindres, le patrimoine moins mobilisé, les empreintes urbaines d'autant moins visibles qu'elles seront encore plus éphémères.

En outre, les événements anciens ont logiquement connu des périodes différentes constituées de mutations et d'évolutions. Certains ont même connu leur succès grâce à un repositionnement sur le territoire parisien (« La Parisienne », « LNB All Star Game ») et les effets vertueux qui le concernent. En l'occurrence, le prestige (effet médiatique) et l'effet de taille (effet de fréquentation du public) sont des atouts indéniables permis par l'espace public du Champ de Mars ou l'équipement dédié qu'est l'Accor Hotel Arena. Dernières observations au sujet de cette dimension temporelle : les événements initiés par l'acteur public (« Femmes en Sport », « Charléty sur Neige ») sont soumis aux évolutions (Hall, 1993). Ce sont des outils subissant des réajustements réguliers au gré des évolutions de la gouvernance sportive et/ou de l'orientation de la politique publique (Bourbillères, Evrard, Charrier, 2015). Ainsi, l'impact de « Femmes en Sport », par exemple, sera moins important malgré sa récurrence annuelle qu'un dispositif plus ambitieux et mieux établi. À l'extrême

opposé, « Charléty Sur Neige », qui est aussi un événement municipal est devenu un rendez-vous incontournable des vacances de Noël à la faveur d'un concept fort.

Si l'on prend un peu de recul sur ce thème de la temporalité, il semble nécessaire de rappeler que l'identité territoriale est souvent caractérisée par son temps long (Fourny, 2008). En effet, l'identité passe par des ancrages mémoriels requérant une présence sur la durée ou des transmissions culturelles s'effectuant sur le long terme, mobilisant des marqueurs historiques ou spatiaux aux changements lents (Marié, 1982 ; Piveteau, 1995 ; Candau, 1998). Pour cette raison, Fourny (2008) rappelle que la notion d'identité est souvent corrélée aux interprétations traditionalistes et conservatrices (association de l'identité à la résistance au changement). D'autres travaux viennent infléchir cette analyse en valorisant les dynamiques sociales, psychologiques ou politiques (Touraine, 1992 ; Castells, 1999) à l'œuvre dans la construction identitaire. Dans notre cas il semble que certains projets événementiels, par leur récurrence ou leur consubstantialité, peuvent s'incrémenter dans ce processus long d'identité territoriale. Ceci est d'autant plus probable que Farge (2002) rappelle à propos de l'événement qu'il « *a une durée qui va bien au-delà de la simple temporalité des faits qui le constituent* ». Quand arrive un événement, il a été chargé par des perceptions, des sensibilités qui se sont formées avant qu'il ne survienne, c'est la raison pour laquelle il est porteur de mémoire (Farge, 2002).

L'événement ne peut donc se définir qu'à l'intérieur d'un système complexe de temporalités (Farge, 2002). De plus, selon le rayonnement et l'ensemble des caractéristiques inhérentes aux quatre dimensions détaillées dans cette partie, cette relation s'opérera sur des échelles territoriales très variables. Ce qui se joue au niveau de l'arrondissement du 14^e pendant la course cycliste est totalement dissemblable de l'impact de Roland Garros sur la région Ile-de-France³¹¹ et mettra en jeu des temporalités distinctes. Enfin, ce temps long dans la construction identitaire territoriale peut aussi être alimenté par l'émulation entre un grand nombre de projets événementiels, ce qui renforcerait l'idée du portefeuille d'événements sportifs (Ziakas, Costa, 2011a) diversifiés mais complémentaires.

L'identité et la temporalité sont des « évidences empiriques » révélées par la rigueur et la richesse de la théorie ancrée (Guillemette, 2006). Nous les intégrons dans notre définition de l'ancrage territorial, conformément à notre volonté de respecter la complexité du réel. Dynamiques sociale, économique, spatiale et patrimoniale sont les quatre dimensions qui viennent renseigner la manière dont les événements sportifs à Paris épousent le territoire hôte. Après les avoir définis, renseignés et questionnés de manière qualitative, nous avons constaté que la notion d'identité renforcée par l'ancienneté du projet événementiel est incontournable. Dès lors, l'ancrage territorial serait structurellement lié à l'espace vécu. En cela, les événements peuvent être des éléments de territorialisation (Keerle, 2007, Aldhuy, 2008 ; Augustin, 2011 ; Bessy, 2013 ; Coulom, Bessy, 2014).

³¹¹ Voire à l'échelle de la France si l'on se réfère au financement de la discipline et à l'échelle mondiale si l'on se réfère au rayonnement médiatique.

Ainsi, une définition étendue de l'ancrage territorial d'un événement sportif serait la suivante : **« C'est la potentialité d'un projet événementiel d'induire auprès de la communauté locale du dynamisme social (cohésion et mixité, célébration participative, développement de la pratique sportive, capital humain, développement de projets afférents, mise en interaction d'acteurs), du dynamisme économique (impact direct lié aux dépenses des visiteurs, investissement ou dépenses d'organisation et indirect par effet d'image interne et externe), de mobiliser ou générer du patrimoine (infrastructures sportives, espaces publics, monuments, histoires, valeurs, symboles) et d'être spatialement perceptible (marquage visuel et sonore) en vue d'alimenter la représentation du territoire hôte, dans la durée, par un renforcement de son identité ».**

In fine, le lien entre ancrage territorial et impact social est très étroit grâce à l'interface que représentent l'identité et la temporalité, toutes deux renforcées par la récurrence du projet événementiel. La production de lien social est d'autant plus forte qu'il existe des systèmes spatiaux de proximité, un enrichissement de l'identité collective, des signes et des symboles retranscrivant une culture collective inscrite dans l'espace géographique, lisibles, visibles, concrets (Di Méo, 2004) et durables. Nous avons aussi vu à travers la dimension « sociale » que les événements étudiés sont un moyen de générer de l'engouement participatif et de la cohésion par une synergie des attentions et des enthousiasmes pouvant créer un sentiment d'appartenance. C'est la raison pour laquelle la relation entre ancrage et identité locale (Lee et al., 2013) semble évidente, bien que complexe.

« Evidente » car elle est le levier qui va transformer un événement sportif en célébration participative ancrée dans les habitudes de la communauté locale qui s'y reconnaît par effet de récurrence.

« Complexe » car cette relation n'est pas unilatérale. Elle serait plutôt représentée par un système circulaire qui révèle une forme d'interdépendance entre ancrage et identité. Autrement dit, plus l'événement sera ancré territorialement, plus il favorisera l'apparition d'identité locale et inversement.

La figure 36 synthétise le processus par lequel l'événement va susciter des interactions avec les caractéristiques de son territoire hôte, représentant l'ancrage territorial.

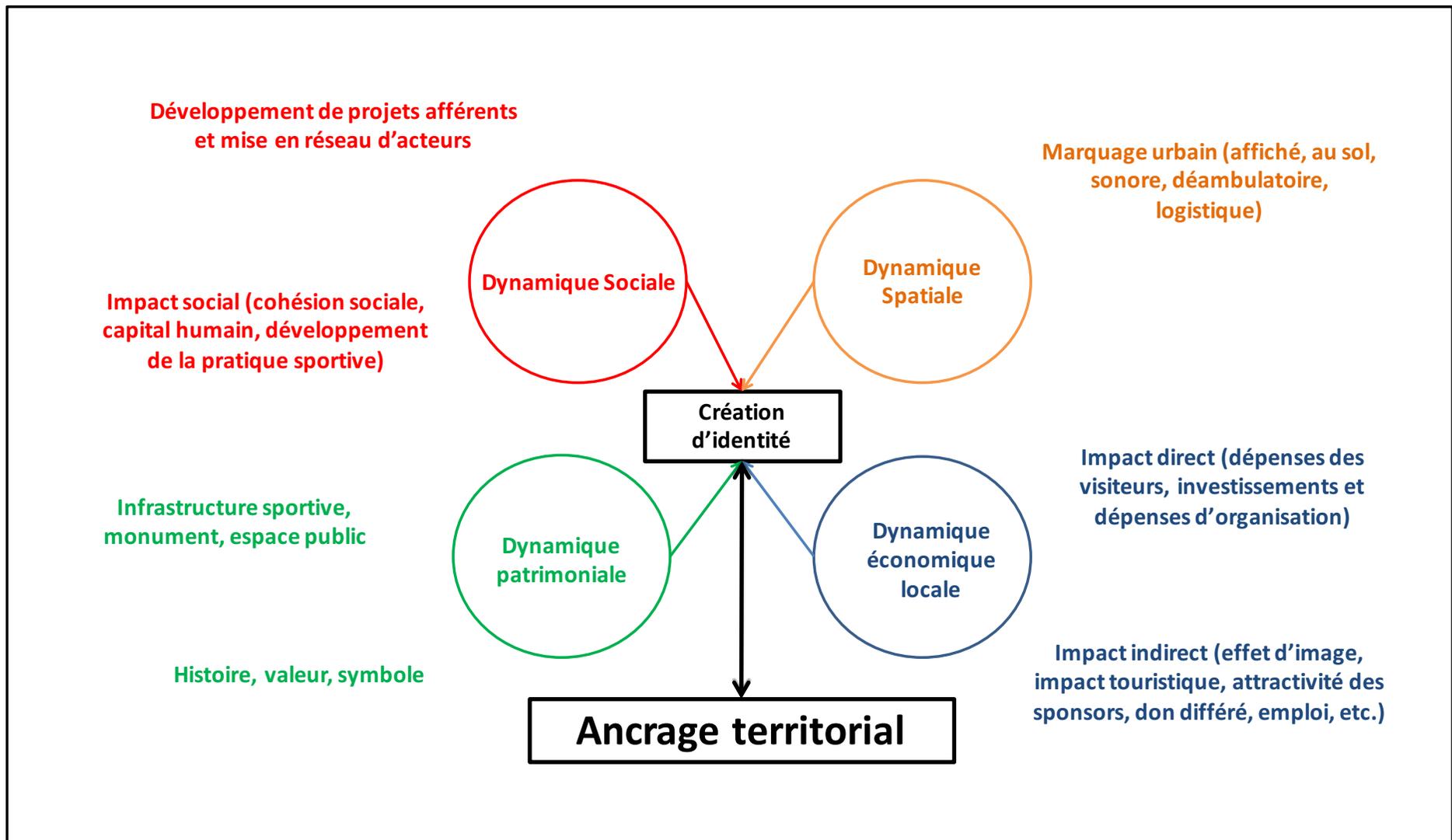


Figure 36 : processus de l'ancrage territorial d'un événement sportif

Bien que le territoire en tant que concept fasse aujourd'hui débat, un consensus s'opère autour de sa complexité (Brunet et al., 1992). Certains parlent de système (Moine, 2006), d'autres évoquent une territorialisation (Aldhuy, 2008). Au final, l'idée générale revient à souligner la nécessité de prendre en compte les représentations subjectives des individus tout autant que les caractéristiques formelles de l'espace. Après avoir évoqué les dissensions théoriques autour de cette notion de territoire, nous nous appuyons sur la définition de Di Méo (1991, 1993, 1998) qui propose un modèle intéressant pour analyser notre objet « événement sportif ». Selon lui, le territoire est composé de deux structures. L'une objective (la formation socio-spatiale), l'autre subjective (la méta-structure socio-spatiale). La formation socio-spatiale renvoie aux acteurs, au pouvoir politique et de manière générale à tout ce qui est formalisé administrativement sur le territoire. La méta-structure socio-spatiale correspond au territoire vécu et mobilise les représentations idéelles des individus. C'est la raison pour laquelle l'identité est une composante spatiale (Di Méo, 2004).

L'événement a un effet sur les deux structures (cf. figure 37). L'une par le renforcement de l'identité du territoire, par les impacts et la durée (et/ou ancienneté) de l'événement. L'autre, à travers le dynamisme économique et toutes les interactions et jeux d'acteurs décrits dans les parties précédentes qui sont générés par la concrétisation opérationnelle du projet événementiel. L'espace et l'utilisation d'une sémiotique patrimoniale, sont les troisième et quatrième dimensions, influant à la fois sur la formation socio-spatiale et sur la méta-structure socio-spatiale. L'événement sportif dynamise les dimensions (sociale, économique, spatiale, patrimoniale) qui constituent cet ancrage et alimentent les deux structures du territoire. Au final, ce processus permet d'établir une relation inter causale : l'événement impacte le territoire, le territoire impacte l'événement. Plus cette influence, quel qu'en soit le sens, est importante, plus le lien sera dense. Par voie de conséquence l'événement sera territorialement ancré.

Les phénomènes identitaires jouent un rôle crucial en matière de construction sociale et territoriale du sujet humain. Face à la question de l'identité contemporaine, on peut considérer que le territoire joue un rôle de régulateur en organisant les interactions entre individus et lieux (Augustin, 2011). Un grand nombre de processus géographiques contribuent à créer de l'identité, surtout si elle est stimulée par des représentations et/ou des pratiques sociales (Di Méo, 2004). C'est à cet endroit que les événements sportifs étudiés dans cette thèse viennent jouer leur partition en tant que médiateurs territoriaux (Augustin, 2011). Ils renforcent le dialogue de cohésion sociale par l'utilisation d'un espace vécu qui forment des représentations ancrées localement et plus ou moins inscrites dans la durée.

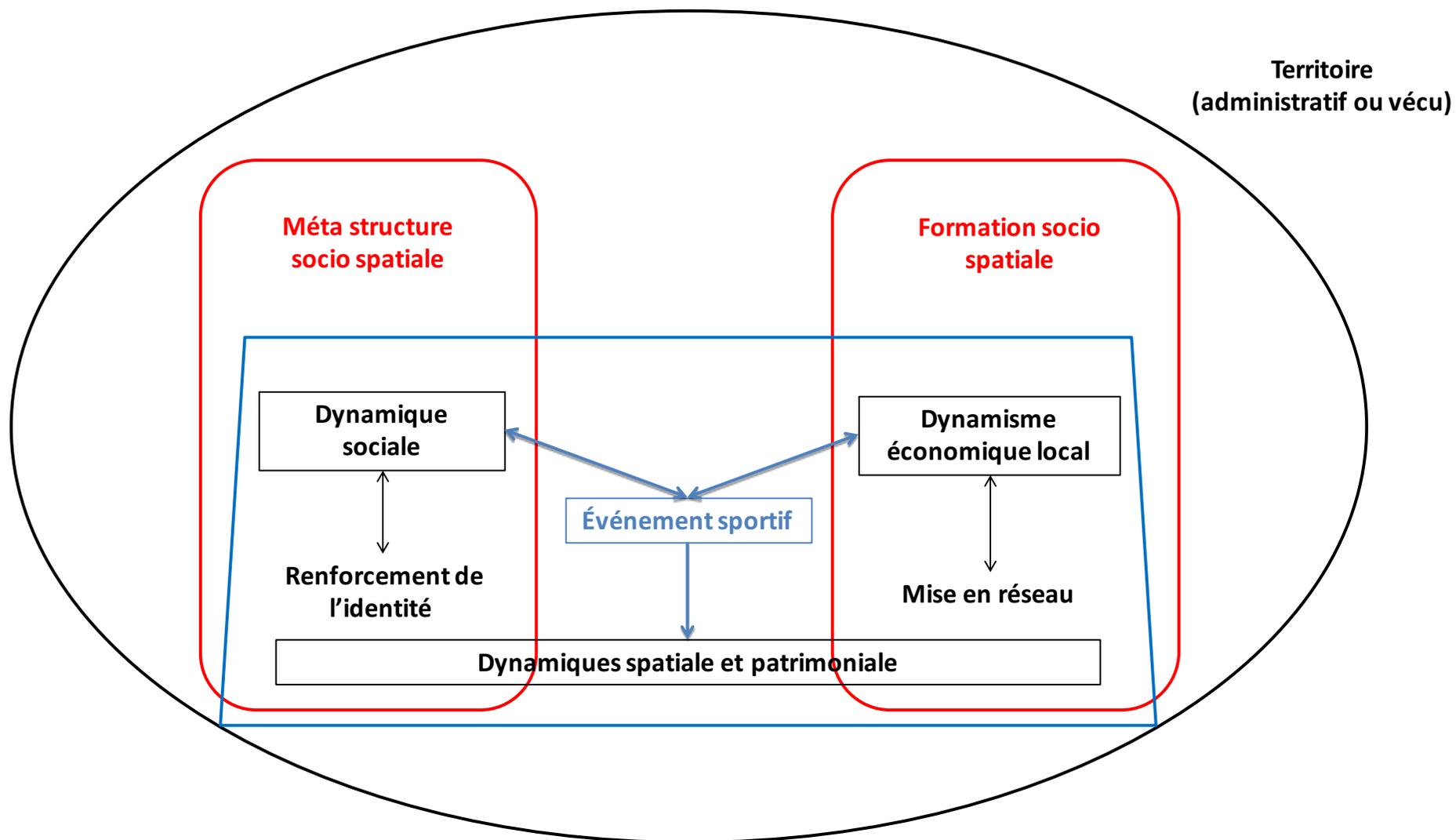


Figure 37 : Dynamiques générées par l'événement sur le territoire, adapté de la définition du territoire de Di Méo (1991, 1993).

10.3.1 L'approche existentialiste de l'identité territoriale

Veillons ici à préciser les contours de l'identité que nous constatons comme centrale dans la notion d'ancrage territorial. D'un côté, nous pouvons mentionner l'identité comme un « *processus de construction de sens à partir d'un attribut culturel, ou d'un ensemble cohérent d'attributs culturels, qui reçoit la priorité sur toutes les autres sources* » (Castells, 1997). Cependant, cette définition à base culturelle n'introduit pas la dimension territoriale qui est centrale dans notre thèse. Fourny (2008) indique que dans l'identité territoriale, c'est pourtant le territoire en tant qu'objet spatial qui est porteur de signes culturels et qui alimente la construction du sens, du sujet ou de la collectivité. La référence à un espace fonde alors la conscience d'une singularité collective : la singularité sociale et culturelle s'alimentant de la singularité de l'espace qu'elle conduit à produire (Fourny, 2008). Cette interrelation entre les singularités, construit l'identité soit à partir du sujet social, soit à partir de l'objet spatial. Ces deux entrées peuvent être définies comme l'identité territoriale pour la première, l'identité de territoire pour la seconde (Lévy, 2003).

L'identité territoriale a pour objet l'individu ou le groupe dans la manière dont ils construisent leur propre identité sociale ou personnelle à partir du territoire (Fourny, 2008). Elle considère les procédures de l'attachement, de la définition d'un « soi » ou d'un « nous » à travers la dimension territoriale. Ces procédures sont celles de la symbolisation, de l'inscription dans l'espace des structures fondatrices de la vie collective : mythe et histoire, autant que centre et limite (Bonnemaison et al., 2000 ; Segaud, 2010).

L'identité de territoires constitue une forme d'objectivation. Elle rend compte d'une caractérisation par laquelle le territoire est défini dans une singularité qui lui confère un statut d'objet propre et d'objet spatial (Fourny, 2008). En tant que telle, elle relève d'abord d'un acte de catégorisation sociale (Dubar, 1998) permettant de distinguer et de différencier pour aboutir à une désignation qui est une reconnaissance, un octroi d'identité. Mais elle marque également une séparation entre le sujet qui désigne et l'objet qui se voit affecté de caractères propres (Fourny, 2008).

En outre, il semble que les événements sportifs peuvent nourrir une approche « existentialiste » du territoire³¹². Dans cette optique, son analyse renvoie à une sorte de personnification qui constitue la forme essentielle de l'expression d'une identité collective (Lipiansky, 1992). Dès lors, il s'agit d'affecter au territoire des propriétés de l'individualité humaine (unité, cohésion, continuité dans le temps, etc.) ou des traits de caractères propres (sympathie, amabilité, dynamisme, froideur) (Fourny, 2008). Par exemple, Retailé écrit en 1997 au sujet des villes qu'« *il est courant de dire que les lieux ont du génie et parfois même une mémoire ; disons plutôt que nous les leur prêtons* ».

Cette modalité marque également la saisie d'un espace dans sa dimension sensible, dans les émotions qu'il peut procurer ou dans la subjectivité d'un ressenti (Fourny, 2008). Elle constitue ainsi la reconnaissance d'un rapport sensible à un espace de sentiments et de

³¹² En opposition à l'approche « positiviste » qui fait valoir des données et distinguent une région parmi d'autres sur des critères mesurables ou vérifiables. Sur la base d'une critériologie convenue et objective, elle réalise une nomenclature qui fonde le descriptif « géographique » (Fourny, 2008).

vécus personnels (Fourny et al., 2005). Les événements sportifs se prêtent selon nous à cette approche puisque nous avons essayé de montrer durant cette thèse l'étendue des possibilités par lesquels ils peuvent alimenter le territoire vécu (Di Méo, 2001). Selon Ferrand (1993), ils apparaissent comme un moment peu ordinaire, au caractère festif. C'est la raison pour laquelle la dimension relationnelle et sociale (Chalip, 2006) qu'ils génèrent est centrale car dotée d'une dimension symbolique forte (Gresser, Bessy, 1999). Cette interaction permet de s'éloigner de la réalité quotidienne et renforce son caractère éphémère. Dès lors, ils peuvent contribuer à générer du sens sur le territoire en le structurant par des souvenirs, des expériences et des symboles. La personnification à laquelle ils peuvent aboutir permet par ailleurs de saisir, au sein d'une approche holistique, une synthèse intégrative (Mucchieli, 1986) de traits particuliers sous la forme d'une figure leur donnant une cohérence (Fourny, 2008), voire une existence.

Pour utiliser cette approche dans notre analyse, il nous semble important de revenir à ce stade sur le « lieu parisien ». Nous sommes désormais dotés de ces éléments théoriques ainsi que de la définition empiriquement constituée de l'ancrage territorial. Nous essaierons ainsi dans les dernières pages de cette partie 3, d'analyser l'ancrage territorial des événements sportifs étudiés. En vue de proposer une synthèse intégrative du territoire sportif par l'analyse des événements, nous évoquerons un « Paris sportif », « dynamique et prestigieux », bien que « fragmenté » renvoyant ainsi à une approche existentialiste du territoire (Lipiansky, 1992).

10.3.2 L'impact du lieu parisien dans les dynamiques locales

On considère comme un lieu, la coexistence suffisamment proche et consistante d'objets spatiaux pour faire système (Lévy, 1991). Di Méo (1998) évoque notamment l'espace géographique par un regroupement de lieux qui se singularisent. Loin de vouloir tout expliquer par un « parisianisme » exacerbé, il y a néanmoins quelques spécificités qui ressortent principalement de l'étude des événements sélectionnés par le prisme du lieu parisien. Au-delà des singularités déjà évoquées, c'est un lieu de concentration des nouveautés et des expérimentations comme en témoigne le dispositif des « Berges de Seine ». L'évolution historique des neuf événements révèle l'importance des caractéristiques liées à l'emplacement parisien. Celles-ci trouvent leurs fondements dans l'ensemble des dimensions concernant l'ancrage territorial du projet événementiel : espace et patrimoine bien sûr, mais aussi économique et social. Elle consacre le lieu comme la principale ressource du projet événementiel.

Au-delà de l'idée selon laquelle les caractéristiques du lieu font partie intégrante du couple « équipement/événement », elles soulignent également la singularité de cet alliage. Si dans un premier temps, l'acteur public a considéré l'événementiel sportif comme vertueux en l'état (Crompton, 2000), il s'avère aujourd'hui que la tendance à la prise en compte des ressources du territoire est de plus en plus systématisée (O'Brien, Chalip, 2007 ; Charrier Jourdan, 2009 ; Taks, 2013, 2015). Ce n'est pas la réception d'un événement en soi qui va permettre de créer du dynamisme, mais plutôt l'adaptation des ressources territoriales et la manière dont vont se formaliser l'accueil et l'organisation (Weed, 2015 ; Salisbury, 2015 ; Bell et al., 2015). Cette thèse révèle donc l'importance du terrain influant sur les impacts du projet événementiel.

Cela rejoint notamment les travaux de Bessy qui évoque les cinq conditions nécessaires à l'apparition d'un système territorial attractif pour l'événementiel sportif (Bessy, 2014) : les pratiques, les représentations, le milieu, les organisations et les acteurs. Un système territorial favorable se construit sur la base d'interactions positives entre ces cinq éléments débouchant sur un événement « adapté » à la culture sportive, aux identités et représentations locales dominantes, ainsi qu'à la gouvernance locale. Ce travail apparaît dans la continuité des approches autour du concept de « ressource territoriale » (Gumuchian, Pecqueur, 2007), adapté à l'événementiel sportif (Bessy, 2010, 2012, Bessy, Lapayeronie, 2010 ; Martel, 2010, Laurent, 2010 ; Coulom, Bessy, 2014).

La notion de ressource (Gumuchian, Pecqueur, 2007) s'apparente au territoire appréhendé dans sa définition la plus large, celle qui intègre les acteurs et leurs relations dans l'espace (Di Méo, 2001 ; Fagnoni, 2013 ; Levy, Lussault, 2013). Ainsi, ce territoire devient une ressource pour l'implantation d'un événement (en amont) ou pour amplifier son rayonnement (pendant et en aval). La ressource peut être composée de plusieurs dimensions : un maillage partenarial, une émulation et un dynamisme des acteurs associatifs de proximité, un patrimoine sur lequel s'appuyer ou communiquer, un espace adapté, du dynamisme économique.

Bien sûr, les volontés politiques jouent un rôle très important dans l'entretien et le développement de ces ressources. Justement, par son intervention, l'acteur public est en mesure de transformer le terrain en terreau pour le développement ou le rayonnement d'événements sportifs.

Actuellement, il s'y implique lorsqu'il perçoit un élément d'intérêt général dans la tenue du projet. Ceci est bien visible dans le cas des grands événements sportifs accueillis par une ville ou un pays. L'Euro 2016 en France a engendré un programme d'accompagnement soutenu par la ville, conséquent, notamment à Paris. Ce programme basé sur des dispositifs d'accès à la pratique, ou à destination de publics spécifiques, donne même lieu au financement d'une large étude d'impact social de l'événement, notamment par le prisme de ces événements afférents³¹³. Utiliser de la sorte un grand événement pour créer du dynamisme est quelque chose qui est de plus en plus systématisé, précisément à travers une dimension qualitative et sociale à grande échelle. À Paris, cette réflexion prend place sur plusieurs années avec le développement d'une « mission des Grands Événements Sportifs Internationaux » destinée à mutualiser les compétences, les savoir-faire et les réseaux d'acteurs sur l'accueil de plusieurs événements d'envergure internationale³¹⁴, avec les Jeux Olympiques de Paris 2024 en point de mire. Ce programme correspond tout à fait au portefeuille d'événements sportifs décrit par Ziakas et Costa (2011) qui vise à formaliser le développement de projets événementiels aux caractéristiques complémentaires. Quant à l'attention accordée à leur accueil et les moyens mis en place pour en retirer un maximum d'utilité sociale, cela représente un excellent laboratoire à moyen terme.

³¹³ Etude à laquelle nous prenons part au côté de trois chercheurs de l'équipe « Sports, Politique et Transformations, Sociales » du laboratoire CIAMS. Université Paris Sud : Dominique Charrier (MCF HDR) ; Jean Jourdan (chercheur associé à l'équipe SPOTS) ; Mathieu Djaballah (MCF) puis de Charlotte Parmantier (MCF) de l'université de Bretagne Occidentale. Nous étudions d'ailleurs dans le cadre de cette étude, certaines thématiques développées dans cette thèse comme l'implication des habitants, les empreintes urbaines ou le jeu des acteurs. Etude coordonnée par Dominique Charrier et Jean Jourdan.

³¹⁴ L'Euro 2016, les mondiaux de handball 2017, les Gay Games 2018, la Ryder Cup 2018, la coupe du monde de football féminine 2019, entre autres.

10.4 Les formes d'ancrage des événements parisiens

Nous venons de voir que les caractéristiques du lieu impactent généralement autant si ce n'est plus l'événement, qu'inversement. Afin de continuer notre raisonnement et d'éclairer un peu plus cette relation complexe entre territoire et événement, nous avons envisagé de représenter graphiquement l'ancrage de chaque cas étudié. Ce travail nous amène à constater que, plus l'événement sera ancré plus l'acteur public aura intérêt à s'y impliquer s'il veut accompagner le développement de dynamiques locales. Nous verrons aussi que le portefeuille d'événement sportif est une nouvelle fois un concept intéressant lorsqu'il s'agit d'appréhender ces dynamiques locales, de manière un peu plus globale. La diversité des événements sportifs, et surtout leurs effets révélés par les prismes de la mise en réseau et de l'ancrage territorial, consacrent l'idée par laquelle des événements sportifs porteurs de caractéristiques différentes et intégrés dans un programme formalisé, peuvent être en mesure de générer des effets vertueux au plan local.

Nous ne travaillons pas du côté de la demande. Nous ne pouvons donc « que » dresser les contours des mécanismes qui s'opèrent du côté de l'organisation et de ce que cela génère sur le territoire, notamment sur la question des représentations identitaires. Néanmoins, cette approche qualitative par les entretiens, l'observation et l'analyse documentaire, systématisée autour de neuf études de cas d'événements sportifs parisiens appréhendés de 2013 à 2016, permet de dresser le périmètre d'un ancrage territorial qui révèle des formes d'appropriation plus ou moins formelles. Au-delà des volontés premières, des budgets et des gouvernances différentes, cette analyse souligne des dynamiques singulières liées à chaque contexte.

10.4.1 Les événements territorialement ancrés

À l'analyse des neuf études de cas, il s'avère que seuls Roland Garros et « La Parisienne », présentent réellement les conditions nécessaires à un dynamisme sur l'ensemble des dimensions constitutives de l'ancrage. Ainsi, les schémas radars présentés ci-dessous visent à représenter graphiquement la manière dont l'événement est ancré sur le territoire. Ils renseignent les quatre dimensions clefs. Ils ne font pas l'objet d'un calcul quantitatif mais sont la représentation de notre analyse subjective (Anadon, 2007) à l'issue de l'étude détaillée des dimensions sociales, économiques, spatiales et patrimoniales effectuées dans les précédents chapitres. À cet égard, ils ne sont qu'une indication visuelle, un levier pédagogique cherchant à rendre intelligible la complexité perçue et ne renvoient en aucun cas à un calcul mathématique ou statistique.

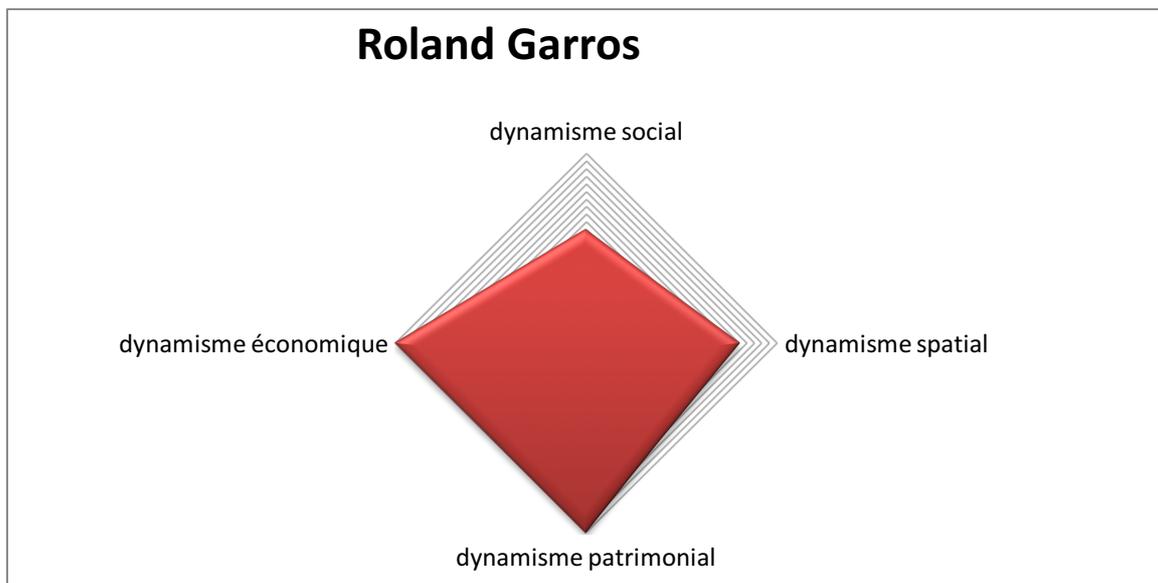


Figure 38 : ancrage territorial de Roland Garros

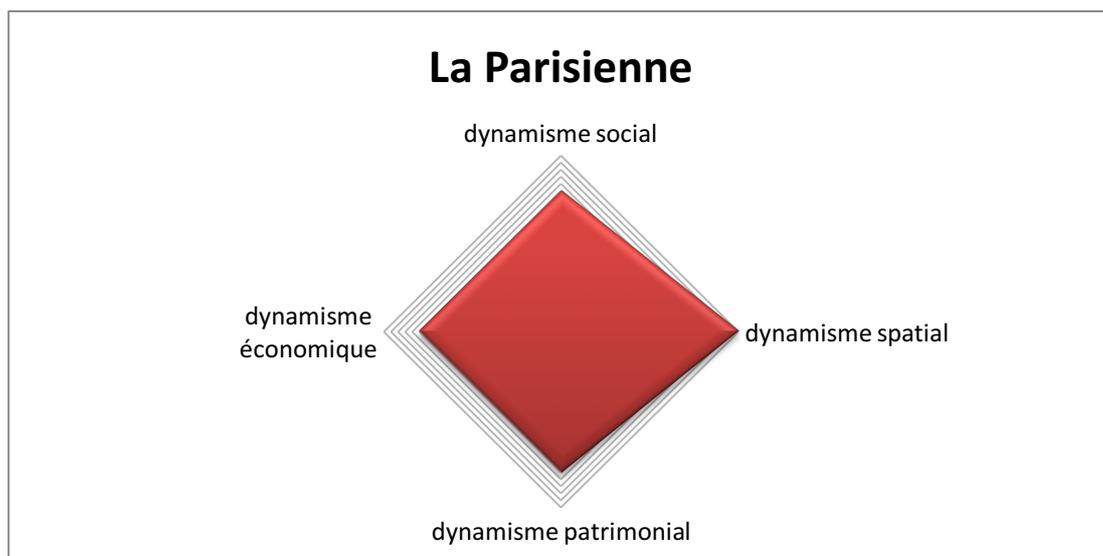


Figure 39 : ancrage territorial de « La Parisienne »

Ces graphiques illustrent bien la manière dont ces événements sont actifs sur chacune des dimensions constitutives de l'ancrage. Nous avançons d'ailleurs que c'est justement cet ancrage fort, qui a conduit l'acteur public à récupérer ces événements pour alimenter une politique sportive et touristique. Pour Roland Garros, il s'agit de développer, démocratiser le tennis avec le dispositif « Roland Garros dans la ville » et d'entretenir le rayonnement médiatique valorisant la capitale et le patrimoine. Pour « La Parisienne », l'événement est devenu un outil de promotion du sport féminin et le « tuteur » de l'événement municipal « Femmes en Sport » (coaching commun, partage du fichier client). Cet ancrage révélateur de dynamisme sur l'ensemble de ces dimensions et donc un élément justifiant l'intérêt de l'acteur public³¹⁵. En conséquence, ils se rapprochent de « *l'événement ressource* » pour le territoire, dont parle Bessy (2014).

Tout comme pour la mise en réseau, c'est justement la notion d'intérêt commun qui va être la clef de voûte du processus. Cet intérêt va générer une interaction basée sur l'attente d'un retour sur objectifs. L'ancrage territorial est un outil qui permet d'appréhender de manière globale les effets d'un événement sportif, quels que soient le porteur et les objectifs. En conséquence, il n'est pas étonnant de constater que plus il sera avéré, plus l'acteur public l'utilisera tel un moyen d'agrémenter son action. Pour ce qui est de la dynamique sociale, l'événement par la création d'une célébration participative et d'un sentiment de communauté (Chalip, 2006), participe à la constitution d'un espace vécu structurant la méta-structure socio spatiale du territoire (Di Méo, 1990).

10.4.2 L'ancrage territorial des événements municipaux

Pour les autres événements, gageons que l'analyse graphique de l'ancrage territorial ne révèle rien de marquant, hormis le fait qu'aucun ne présente un réel dynamisme sur l'ensemble des dimensions. Ces projets génèrent des effets qui s'appréhendent en lien avec les singularités locales, pour en proposer des analyses nuancées. Par voie de conséquence, la représentation graphique peine à illustrer ces éléments que l'on trouve par ailleurs dans les chapitres 3 à 9 de cette thèse.

Par exemple, les événements portés par l'acteur public (« Femmes en Sport » ; « Charléty Sur Neige ») sont peu ancrés, notamment car ils subissent des réajustements liés à la politique publique qu'ils incarnent.

³¹⁵ Bien que nous considérions qu'au-delà du dispositif « Roland Garros dans la ville », l'organisation du tournoi de tennis se situe en situation d'autonomie revendiquée (cf. chapitre 4).

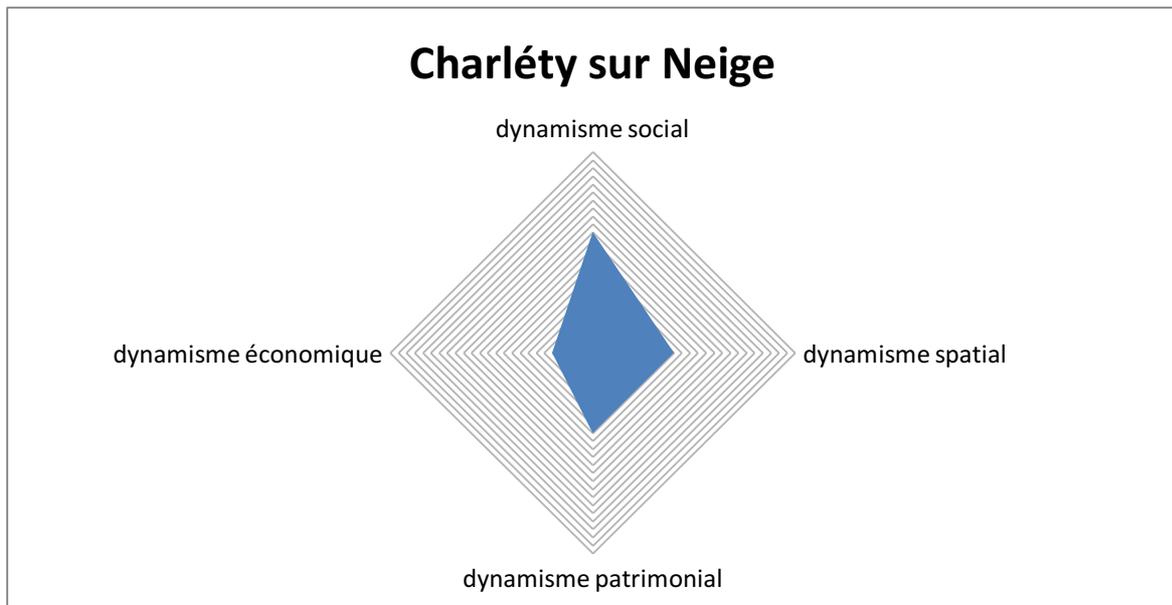


Figure 40 : ancrage territorial de « Charléty sur Neige »

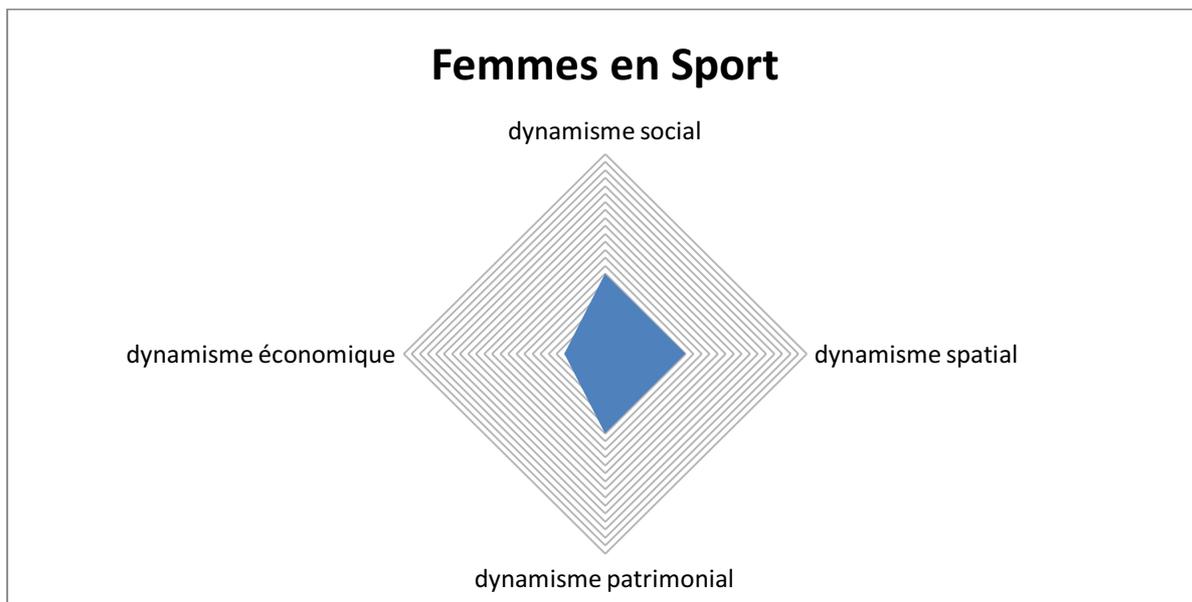


Figure 41 : ancrage territorial de « Femmes en Sport »

Bien évidemment le dynamisme économique est léger en ne représentant qu'un coût pour la collectivité. Eu égard à la localisation des entreprises prestataires sur ces projets, les flux s'échappent souvent en dehors du territoire basique³¹⁶ parisien. Ils génèrent un petit peu d'émulation à travers le nombre de personnes mobilisées (« Charléty Sur Neige ») ou la mixité sociale et le capital humain (« Femmes en Sport »). Concernant le dynamisme patrimonial, les deux premiers s'installent dans les infrastructures sportives de la ville. En cela, c'est un moyen de les ouvrir à des « publics spécifiques » (jeunes et femmes) selon la terminologie de la mairie de Paris. Ils ne font pas référence à une histoire ni à des symboles parisiens. « Charléty sur Neige » mobilise le patrimoine matériel puisqu'il vise à ouvrir un équipement structurant sous-utilisé aux parisiens. En réalité, il fait fonctionner le stade en

³¹⁶ Nous faisons référence ici à la théorie de la base (Hoyt, 1957, 1961 ; North, 1955 ; Thiebout, 1956).

dehors de sa vocation sportive et génère des jeux d'acteurs conflictuels autour de sa gestion. En conséquence, ces événements au concept universel (inciter à la pratique du sport ou du loisir sportif) pourraient tout à fait se dérouler ailleurs.

L'analyse est bien sûr différente pour les événements sportifs organisés sur les berges de Seine, puisque la dimension patrimoniale du site est naturellement mobilisée. Cependant, la manière dont ils s'incrémentent visuellement dans l'espace qui leur est dédié est minimale comme pour les deux autres dispositifs. Le marquage urbain lié au budget communication du dispositif n'est pas la priorité. Les outils de communication suivent les canaux classiques de la ville, ce qui ne les démarque pas spécialement du reste de l'offre sportive annuelle. Le dynamisme patrimonial est quant à lui plus riche dans la mesure où il consacre un usage nouveau du site classé. Cependant l'analyse du cas révèle que ce sont essentiellement les pratiques sportives auto-organisées qui émergent et alimentent de fait un « patrimoine cadre de vie » (Gavrari-Barbas, 2015), occultant le faible rayonnement des événements qui s'y tiennent.

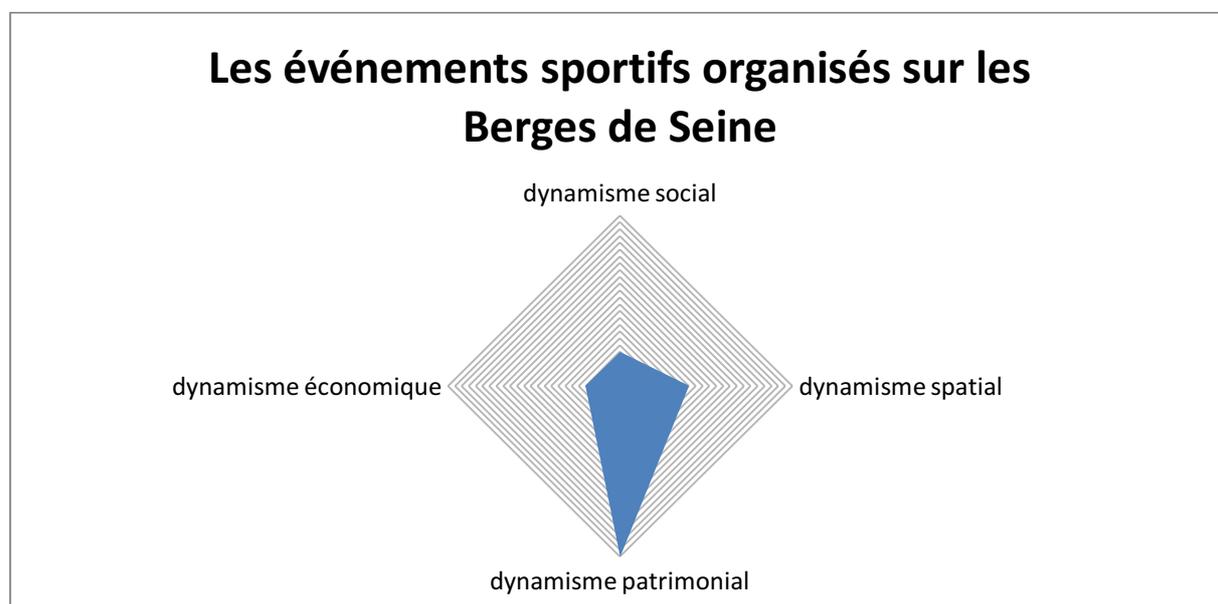


Figure 42 : ancrage territorial des événements sportifs organisés dans le cadre du dispositif des « Berges de Seine »

10.4.3 L'ancrage territorial des événements associatifs

Dans le cas des événements portés par des associations, l'ancrage territorial d'après les dimensions identifiées n'est pas très fort. Ils permettent un peu plus d'émulation que les événements municipaux par la mise en réseau qu'ils génèrent (« Courir Ensemble » ; « Famillathlon »), le nombre de personnes qu'ils mobilisent (« Famillathlon ») ou encore l'impact sportif et le capital humain (« Courir Ensemble »). La course cycliste présente une forme d'ancrage plus axée sur le patrimoine de l'arrondissement puisqu'il est en cohérence totale avec les valeurs et l'histoire locale. C'est cette adéquation avec les caractéristiques du lieu qui invite l'acteur public à défendre le projet. Pour tout le reste, cet événement à très petit budget n'a pas de rayonnement quelconque.

Le « Famillathlon » quant à lui, parvient à être perceptible dans l'espace urbain à la faveur d'un marquage urbain efficace qui le démarque du lieu touristique où il s'implante. Cependant, comme pour la course « Courir Ensemble », le dispositif, très temporaire, n'est rien d'autre qu'une fenêtre de visibilité de 48 heures. À cet égard, l'acteur public reste à distance, n'entravant pas l'organisation mais ne permettant pas non plus son développement. C'est donc avant tout la pertinence du concept (« Courir Ensemble ») et/ou une réelle activité sur la dimension patrimoniale (course cycliste) qui incite(nt) l'acteur public à s'intéresser à ces événements sportifs de proximité.

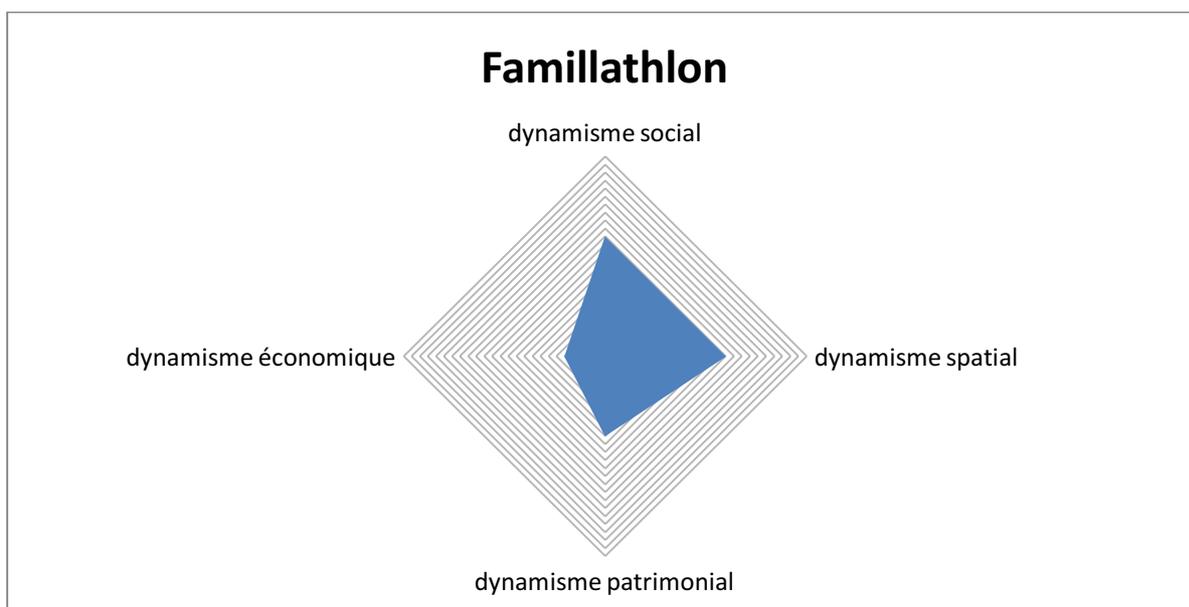


Figure 43 : ancrage territorial du « Famillathlon »

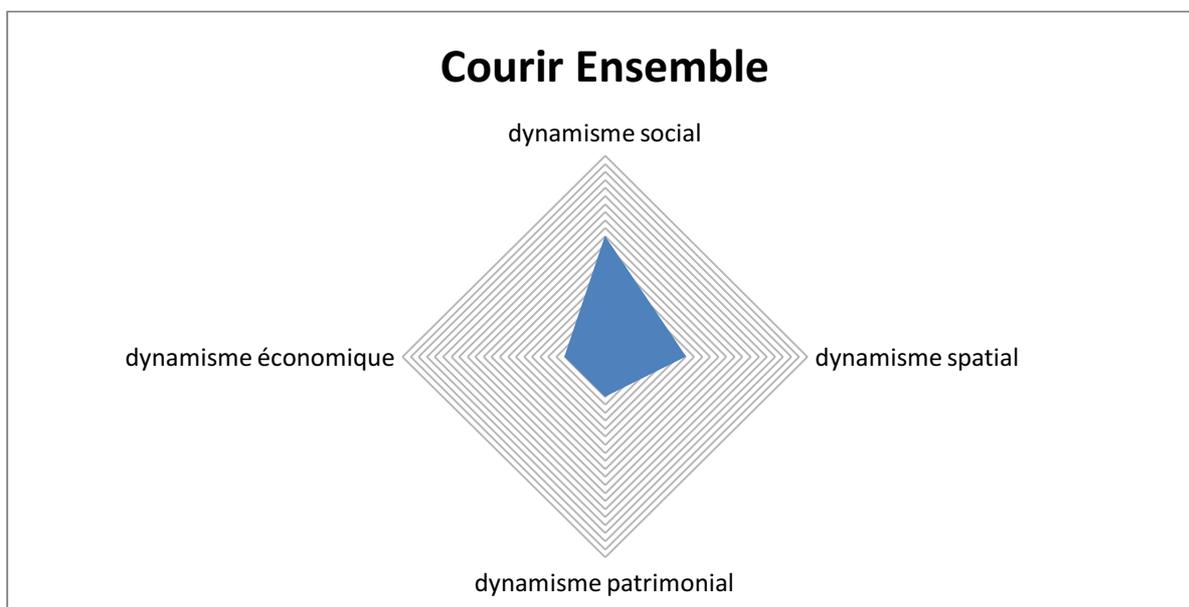


Figure 44 : ancrage territorial de « Courir Ensemble »

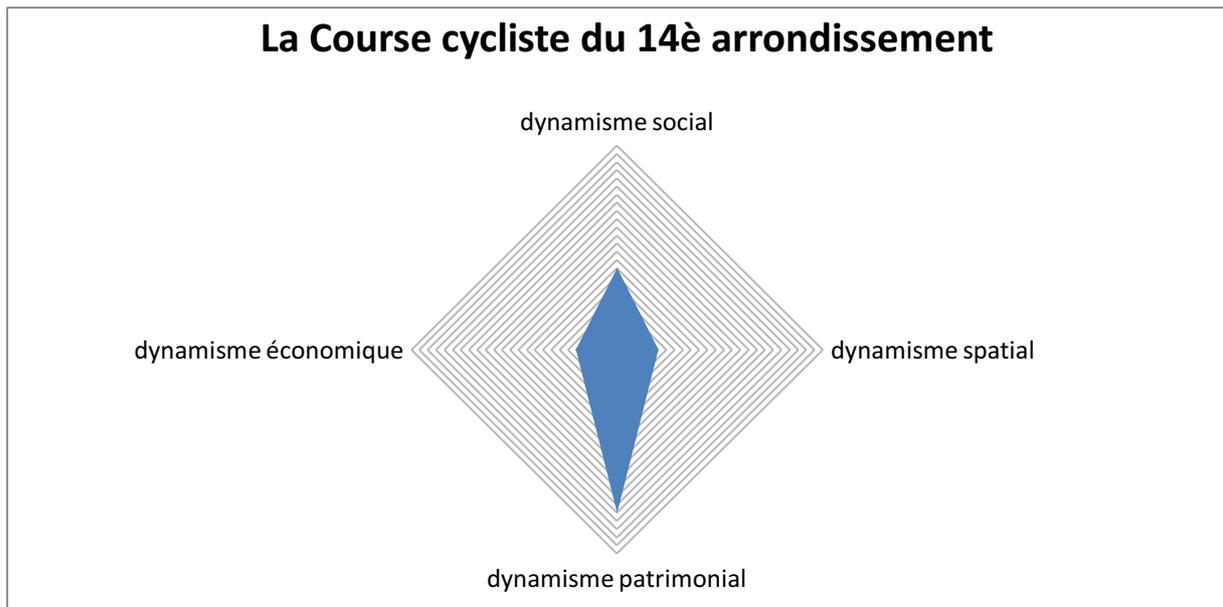


Figure 45 : ancrage territorial de la course cycliste du 14^e arrondissement

10.4.4 Le potentiel du lieu parisien : un événement peu ancré... qui profite pourtant du territoire

Enfin, le cas du « LNB All Star Game » est intéressant puisqu'il présente une réelle spécificité. Comme en témoignent les dimensions « patrimoine » et « espace » qui ne sont pas du tout actives, l'événement génère des retombées économiques qui profitent uniquement aux opérateurs privés impliqués dans l'organisation. Pourtant, ce spectacle sportif bénéficie du fait qu'il se tient à Paris et surtout à Bercy, comme en témoigne sa fréquentation exceptionnelle depuis quinze ans. Comme l'indique le président de la fédération Jean-Pierre Siutat, il y a aussi une culture du basket-ball qui existe à Paris et qui contribue largement au succès du dispositif.

Toutefois, ne disposant pas de volontés premières en direction des parisiens ou des acteurs du sport de manière générale, l'événement reste une bulle déconnectée qui se pose et repart sans interactions ni effets. Dans ce cas, la relation entre le territoire et l'événement est unilatérale : elle se fait principalement au profit de ce dernier. En conséquence, l'acteur public reste attentiste. Bien qu'il le tolère, il ne récupère pas cet événement commercial, au contraire de « La Parisienne ».

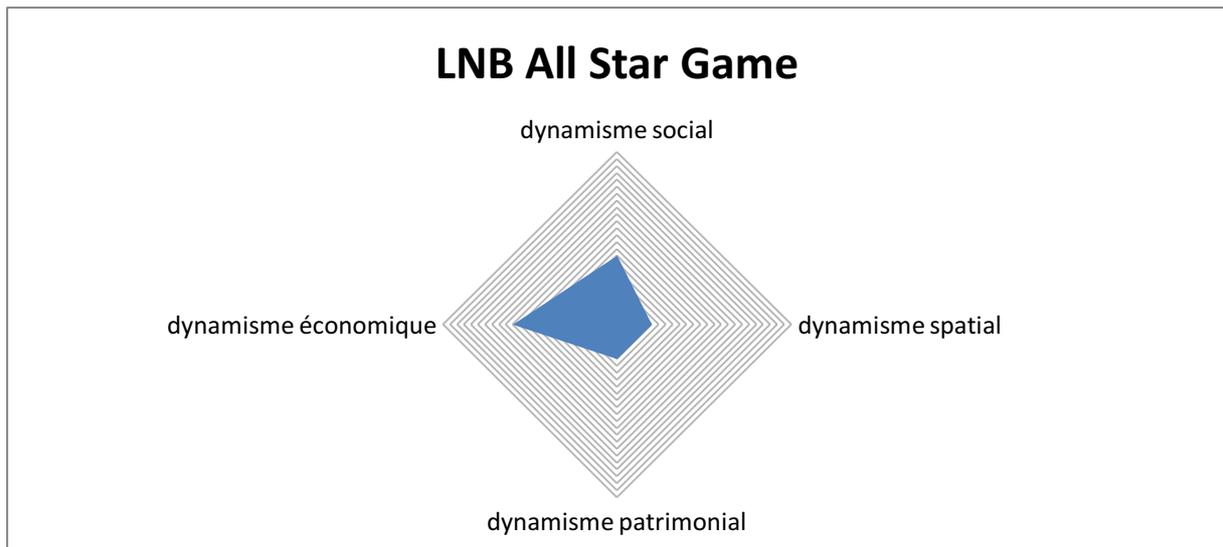


Figure 46 : ancrage territorial du « LNB All Star Game »

L'analyse par l'ancrage territorial révèle donc la nécessité de prendre en compte méticuleusement l'ensemble des dimensions mobilisées par le projet événementiel en vue d'identifier un éventuel outil pour le développement territorial. En effet, si l'on s'en tient aux volontés premières, « La Parisienne » et le « LNB All Star Game », sont tous les deux des événements commerciaux. Pourtant, ils n'ont pas le même ancrage. Par voie de conséquence, ils n'ont pas le même intérêt pour l'acteur public au regard des effets qu'ils génèrent. En outre, moins ils seront localement ancrés, moins ils seront « impactants » pour le territoire (Bessy, 2014 ; Bessy, Suchet, 2016).

Enfin, nous insistons une dernière fois sur le fait que ces schémas « radars » ne sont qu'une indication aidant à visualiser les différentes dynamiques : ils n'ont pas l'ambition de représenter précisément tout un ensemble d'effets immatériels, par essence inquantifiables. Ils gagnent donc à être appréhendés chacun de manière individuelle, dans la mesure où la comparaison des spectres ne renvoie à aucun calcul mathématique. C'est une représentation du type d'ancrage d'un événement. Ils peuvent aussi être appréhendés sous la forme d'une perspective, dans la mesure où ces dynamiques disposent d'une réelle portée explicative.

10.5 Le « Paris Sportif »

Définir le territoire à travers ces événements est un exercice risqué, d'autant plus que les projets événementiels ne sont qu'une émanation du contexte local. Ils ne sont en rien la représentation, ni la synthèse parfaite du territoire dont la sphère sportive n'est qu'une propriété parmi d'autres. Toutefois, par la diversité des cas sélectionnés pour les besoins de cette thèse, nous disposons d'un échantillon théorique (Gagnon, 2012) constitué sur la base d'un recensement extensif de 260 événements sportifs récurrents parisiens. Pour aller au bout du raisonnement et fort de cette méthodologie, nous pouvons, une fois les précautions et les limites d'usages évoquées, proposer de dessiner les contours d'un « Paris sportif » éclairé par ses événements.

En premier lieu, nous évoquerons un « **Paris sportif dynamique et prestigieux** ». Une capitale comme Paris se doit d'être créative et innovante selon les termes de Pascal Cherki. Son rayonnement culturel et historique en fait l'une des villes les plus visitées au monde. À cet égard elle a une forme d'attractivité pour un grand nombre de fédérations qui veulent y avoir leur finale de coupe ou de championnat. L'essor de certains projets événementiels, y compris parmi ceux développés dans cette thèse est à mettre au crédit du « lieu parisien » comme le « LNB All Star Game » ou « La Parisienne ».

Nous la qualifions de « dynamique » car cela se traduit par une multitude de projets événementiels variés qui trouvent un terreau propice à leur développement, dont un bassin de population important. Parfois même, les projets parisiens considérés « à succès » donnent lieu à des déclinaisons sur d'autres lieux (« Famillathlon » ou « Courir Ensemble » développés en Province). Ce « dynamisme » du territoire sportif peut aussi s'appréhender à travers l'innovation qui fourmille en son sein. Par exemple, les événements organisés sur les berges de Seine participent à un dispositif destiné à redéfinir les usages sportifs d'un espace public classé en milieu urbain. Il est important pour la ville de Paris d'être moteur sur ces innovations qui correspondent aussi à une certaine vision de la ville.

« Prestigieuse » également par le rayonnement médiatique de certains de ses événements phares dont la figure de proue est sans aucun doute le tournoi Roland Garros. Lors des premiers entretiens de cette thèse, nous posions systématiquement la question à nos interlocuteurs et experts du sport parisien : quel événement représente le mieux la ville de Paris, selon eux. La réponse était systématiquement le tournoi d'Auteuil. Nous pouvons expliquer ce prestige événementiel par les caractéristiques parisiennes. Les capitales, même de taille modeste, se caractérisent par une concentration plus forte de fonctions très particulières, dont les répercussions en termes d'emplois induits ou indirects (et souvent bien rémunérés) sont souvent substantielles. Outre la fonction politique, on note l'importance du personnel travaillant dans l'administration, dans la diplomatie et dans les médias voire dans le tourisme ou le commerce de luxe (Laporte, 2011). Ce caractère très brillant de la capitale parisienne s'observe aussi dans ses événements sportifs. Ceux-ci comportent en corollaire une forme d'inaccessibilité territoriale ou financière³¹⁷.

³¹⁷ « Roland Garros » et « La Parisienne » sont ancrés dans les 16^e et le 8^e arrondissements, ils sont à un prix qui représente une barrière à l'entrée pour certains publics. Bessy et Suchet (2016) transcrivent Roland Garros en ces termes : « *un tournoi où s'affrontent deux joueurs sur le court (qui touchent chacun un cachet d'environ un million d'euros) devant un public de 15000 spectateurs (qui payent environ 200 euros leur place en tribune)* ».

En second lieu, nous souhaitons évoquer un « **Paris-sportif fragmenté** ». En effet, les événements sportifs, par leur diversité d'objectifs et de porteurs consacrent une forme de complexité sportive à Paris. Pour faire une métaphore sportive, il semblerait parfois que les différents acteurs du « système sportif parisien » (mouvement sportif national, régional ou départemental, techniciens d'arrondissement, techniciens de la mairie de Paris, élus sportifs, dirigeants d'associations, office pour le Mouvement Sportif, fédérations, etc.) nagent chacun dans leur ligne d'eau. Il en résulte des projets événementiels qui se retrouvent parfois un peu esseulés, ou plus généralement coincés dans le rayonnement médium qui est le leur. C'est le cas en particulier de « Courir Ensemble », « Famillathlon », « Femmes en Sport » ou encore la course cycliste du 14^e arrondissement. Ces événements existent tous depuis plus de dix ans mais restent générateurs d'un rayonnement modeste sur la plupart des dimensions. Selon les contextes, c'est la résultante d'un choix qui est plus ou moins contraint du point de vue des organisateurs. Cependant, si l'on opte pour une approche plus holistique, ces événements pour être générateurs de plus de dynamiques locales gagneraient à être inscrits au sein d'une vision partagée, plus globale, mutualisant les intérêts et les objectifs. Au contraire, la complexité du réel intégrant la multiplicité des acteurs et la diversité d'initiatives isolées, consacrent une forme d'atomicité du sport à Paris.

Ce « Paris sportif » est « fragmenté » puisqu'il permet à de nombreuses initiatives d'émerger, mais ne parvient pas à les intégrer de manière concomitante au sein d'un *continuum* d'événements sportifs nourrissant le territoire vécu. Il en résulte deux choses. D'une part, nous constatons des événements partiellement vecteurs de dynamiques locales. D'autre part, nous observons un territoire qui perd une occasion de profiter de la diversité et de la complémentarité des initiatives événementielles sportives pour se structurer. Enfin, si l'on opte pour une analyse spatiale du territoire sportif, cette fragmentation peut aussi s'entendre à travers l'inégale répartition des projets événementiels à dimension « prestige », plutôt concentrés dans l'ouest parisien³¹⁸.

³¹⁸ Pour rappel, selon notre recensement des événements sportifs récurrents parisiens, nous avons observés qu'un événement sur quatre à Paris est organisé dans le 16^e arrondissement.

10.6 Pour une meilleure compréhension des dynamiques locales par l'ancrage territorial

Le cas de Roland Garros, largement développé dans cette thèse présente bien la prégnance des caractéristiques du lieu. Comment analyser puis comprendre la manière dont l'événement initie des dynamiques locales en faisant abstraction des spécificités locales ? Néanmoins, systématiser ce type de réflexion dans notre analyse ne nous empêche pas, au contraire, d'identifier des événements qui pourraient tout à fait se développer ailleurs. Le lien avec le territoire, n'est pas une condition restrictive à son organisation sur un autre lieu. Par exemple, « Charléty sur Neige » malgré son nom et sa volonté première interne destinée à l'ouverture de l'équipement pourrait tout à fait se tenir ailleurs. En effet, bien que l'événement ait construit son identité en capitalisant sur le nom du stade qui l'accueille, compte tenu de son concept relativement universel il ne nous semble pas impossible de l'imaginer ailleurs. Ce type de dispositifs existe dans d'autres villes³¹⁹. C'est encore plus le cas depuis la perte de l'ancrage de quartier et la dimension plus municipale conférée à l'événement en 2008 par Jean Vuillermoz. Cette réorientation qui s'appuie sur le dispositif en place et donc sur l'équipement tend à placer le concept au-dessus d'une considération logistique ou d'une dynamisation de vie quartier. En conséquence, cela détache indirectement l'événement de l'équipement qui l'accueille. De la même manière, « Femmes en Sport », dispositif municipal gratuit proposant des activités féminines gratuites ne présente aucune relation particulière avec le territoire qui pourrait en faire un projet exclusivement parisien. Ainsi, chaque événement sportif parisien mobilise une caractéristique du territoire pour se pérenniser ou se développer. Cependant, dans le cas de certains concepts événementiels plus « standards », ils peuvent aussi se développer ailleurs. L'ancrage territorial ne sera pas forcément moindre, mais il sera probablement moins vecteur d'identité puisque les représentations véhiculées par l'événement à travers le lieu seront diverses, et donc diluées.

De manière générale, il semble que Paris soit un terrain fertile pour les événements qui pourraient profiter d'une certaine forme de prestige ou d'effet de taille (« La Parisienne », « LNB All Star Game », Roland Garros). Cependant, pour que cette relation soit vertueuse, il paraît nécessaire de trouver des soutiens politiques. Deux cas, pourtant très contrastés, la course cycliste et Roland Garros, montrent que l'acteur public (en l'occurrence la mairie d'arrondissement du 14^e et la mairie de Paris) n'hésite pas à monter au créneau pour défendre un projet événementiel, s'il trouve un intérêt à son maintien. C'est ce choix politique qui fait de l'événement un élément stratégique dans l'organisation du vivre ensemble et qui entérine son organisation. À Paris, ce choix est d'autant plus essentiel qu'il est contraint par une offre d'événementiel sportif et culturel très importante et diversifiée.

Dans ce contexte, l'ancrage territorial de l'événement devient un précieux atout pour s'attirer le soutien de la sphère publique. Celui-ci est indispensable pour obtenir l'usufruit de lieux réputés (Champ de Mars, stade Roland Garros à Auteuil) qui sont la propriété de la ville de Paris. Nous avons vu dans la partie sur les jeux d'acteurs que le rôle de l'acteur public était prépondérant dans la mise en réseau générée par le projet événementiel. En effet, en étant un acteur central, il s'apparente à un nœud permettant le développement

³¹⁹ Indiquons notamment l'existence de Puteaux en neige, Figeac sur neige, le « village des neiges » dans le quartier des Brotteaux à Lyon.

d'interactions entre acteurs. Pour ce qui est de l'ancrage territorial, nous constatons également que sa présence, valorise une certaine forme d'ancrage notamment par les dimensions patrimoniale et sociale. Jean Vuillermoz ou Pascal Cherki les deux anciens maires adjoints au sport de la ville, laissent entendre que c'est « le devoir » de l'acteur public que d'accompagner une offre d'activités physiques et sportives variées. Cela renvoie à la notion de portefeuille d'événements sportifs qui vise, par la formalisation d'un programme d'événements aux caractéristiques différentes mais complémentaires, à générer de la dynamique territoriale (O'Brien, Chalip, 2007).

L'ancrage territorial des événements sportifs révèle donc de nombreux enjeux qui diffèrent selon les acteurs. Pour l'acteur public, il s'agit de repérer les projets vertueux en vue d'organiser le « vivre ensemble », pour servir au mieux l'intérêt général. De manière plus formelle, ce peut être soit pour corriger une situation, soit pour pallier à un manque, par le développement d'un axe de politique publique (Bayeux, 1996). Le lien avec le territoire est assurément un élément fondamental dans l'optique de proposer un dispositif adapté et pérenne (politique sportive à destination du public féminin, ouverture et animation d'un équipement sportif structurant, valorisation médiatique du territoire, etc.).

Pour le mouvement sportif, il s'agit d'organiser et de développer la pratique sportive. Le lien avec le territoire peut s'établir à travers le développement spatial d'une pratique. Ce processus a été largement étudié dans le cas des espaces ruraux de nature (Augustin, 2001, Corneloup et al., 2004). En milieu urbain, le développement des pratiques sportives émergentes et les nouveaux usages (sport auto-organisé en tête) sont des éléments qui font référence à une représentation spatiale des activités physiques et sportives que le mouvement sportif ne doit pas occulter, s'il ne veut pas se retrouver en marge de l'organisation du sport de demain en France.

Pour l'organisateur d'événement sportif, quel que soit son statut juridique, c'est le moyen de développer un événement ou un programme d'accompagnement adapté aux caractéristiques du lieu. Plus il aura conscience de ces effets, plus il sera en mesure d'appréhender l'événementiel sportif non pas uniquement par le prisme de sa volonté première, mais en ayant à l'esprit l'ambition d'induire des dynamiques qui profiteront à tous, à commencer par le rayonnement de son propre projet événementiel et sa pérennisation.

L'enjeu est donc de taille car les intérêts sont nombreux et variés. Ce n'est que quand il y a une concordance entre chacune de ces attentes, que les conditions optimales pour le développement et le rayonnement du projet événementiel seront réunies. Au pire, l'événement rayonnera au niveau local. Au mieux, il générera des dynamiques locales par l'intermédiaire d'un ancrage territorial fort.

Pour finir cet éloge de la complexité, nous devons rajouter les différentes perceptions des acteurs. Le territoire, par exemple, sera appréhendé différemment selon le type d'acteur. L'organisateur d'événement associatif ou privé y verra probablement une zone de chalandise. L'acteur public ou le mouvement sportif déconcentré y verront un territoire administratif. Enfin, l'usager y verra le « territoire qu'il vit » à travers ses représentations idéelles (dont l'événement sportif peut faire partie).

Cette extrême complexité ne doit pas nous écarter de la notion d'ancrage territorial qui revêt malgré tout de notre point de vue, une pertinence analytique. Cela nécessite toutefois d'accorder de manière systématique une attention particulière aux configurations locales d'acteurs et aux singularités du contexte. Comme l'indique Pociello (1999) : « *plus encore que l'exercice effectif des activités, recherchées pour les signes qu'elles produisent, les bienfaits qu'elles dispensent, les fantasmes qu'elles inspirent, les plaisirs qu'elles procurent, le sport tend à devenir, dans nos sociétés, un spectacle privilégié.* »

La mise en réseau et l'ancrage territorial sont des outils qui peuvent aider à mieux comprendre l'événementiel sportif et son potentiel générateur de dynamiques locales. Ce sont aussi des prismes analytiques qui renseignent la manière dont l'événement fait corps avec le lieu hôte. Il s'avère qu'il est à la fois un élément constitutif du territoire en jouant un rôle de médiateur social et une émanation des caractéristiques du lieu. C'est la raison pour laquelle il en est à la fois la cause et la conséquence. Finalement, ce n'est qu'en respectant cette globalité et cette complexité que nous pourrions comprendre la manière dont il peut être le vecteur de dynamiques locales.

Conclusion de la partie 3

Le **chapitre 6** s'intéresse à la manière dont l'événement sportif s'inscrit dans le territoire par l'intermédiaire de la dynamique sociale qu'il génère. L'entrée par l'impact social, vise à transcrire les mécanismes grâce auxquels l'événement va produire du mouvement. Cet effet nous est apparu à travers l'analyse des externalités positives des projets événementiels étudiés. La mixité et la cohésion en premier lieu, permettent d'appréhender l'événement sportif comme un support d'interactions sociales entre différents publics (Getz, 2007), créateur d'un sentiment de communauté (Onyx, Bullen, 2000 Chalip, 2006) ou d'appartenance (Faulkner, 2001). « La Parisienne », par exemple, semble induire une forme de célébration participative (Chalip, 2006 ; Schulenkorf, 2009) qui peut contribuer à la structuration des représentations du territoire vécu (Di Méo, 1993, 1998, 2004 ; Augustin, 2011). Dès lors, le lien entre impact social généré par l'événement et son ancrage par la diffusion d'expériences semble être induit. De la même manière, l'impact sur la pratique sportive (Weed et al., 2015) et l'impact en termes de capital humain (Lee, Cornwell, Babiak, 2013) relatif à l'implication et la cohésion des salariées (« Femmes en Sport ») ou des bénévoles (« Courir Ensemble »), sont également des moyens de contribuer à la définition du territoire abordé sous sa forme vécue/retranscrite. Enfin, l'émergence de projets afférents permet d'appréhender la dynamique insufflée par l'événement. C'est particulièrement le cas de Roland Garros qui dispose d'un programme d'accompagnement des structures déconcentrées par appel à projets. Cela reste toutefois largement inhérent au budget et au rayonnement de l'événement. La notion de temporalité influe aussi grandement sur ces effets qui seront plus ou moins circonscrits à la durée de l'événement.

Le **chapitre 7** aborde la dimension économique de l'événement qui permet de représenter la manière dont le projet parvient (ou non) à injecter du dynamisme dans l'économie locale. Le cas échéant, l'événement devient un nœud autour duquel apparaissent des interactions, formalisées par des flux économiques entre acteurs. Deux principaux points ressortent donc de cette partie. Le premier est la notion d'impact économique qui va générer des flux et ancrer à ce titre l'événement sur le territoire. Ce peut être les dépenses des visiteurs (spectateurs habitant hors de l'espace local), les investissements en infrastructures sportives et non-sportives ou les dépenses d'organisation (Jeanrenaud, 1999). Ici, l'exercice même de la formalisation du budget est une manière d'induire des interactions et de mobiliser des flux économiques qui, une nouvelle fois, ne peuvent s'analyser en dehors du prisme territorial. À cet égard, nous avons vu que la théorie de la base (Bourg, Gougnet, 1998) est un outil totalement adapté à l'identification spatiale de ces flux. Le second, relève de l'effet d'image qui peut entraîner des flux économiques de manière décalée dans le temps (effet externe d'image territoriale, effet interne pour attirer des partenaires et alimenter un réseau local). À cet égard, le projet événementiel renforcé par son éventuel caractère récurrent peut devenir une ressource pour la structuration du territoire (Higham, 1999 ; Daniels, Norman, 2003 ; Gibson et al., 2012 ; Chappelet, 2014).

L'analyse de l'événement dans son rapport à l'espace abordée par le **chapitre 8**, révèle des logiques de spatialisation différentes. Nous identifions un lien étroit entre le budget de l'événement et la manière dont il se démarque sur le territoire. Ce sont surtout les volontés politiques ou stratégiques situées dans les volontés premières de l'événement qui vont définir la manière dont il se donne à voir. Pour repérer cela, nous avons défini le concept de marquage urbain (Veschambre, 2005) qui s'appuie sur des attributs de différents types : au

sol, visuel, déambulatoire, logistique ou sonore. Nous constatons ainsi le cas d'événements qui sont peu visibles sur le territoire hôte (la course cycliste du 14^e arrondissement, les événements dans le dispositif des « Berges de Seine », « LNB All Star Game), dilués dans l'espace urbain et ses états sonores (Torgue, 2005). Ces événements, par manque de moyens ou de volonté stratégique, ne sont pas vraiment repérables dans l'espace public. En étant peu actifs sur cette question spatiale, ils perdent une occasion d'asseoir leur identité.

Le **chapitre 9** traite de la pertinence de l'entrée par le patrimoine pour analyser les événements sportifs. C'est un moyen de raccrocher la symbolique, l'immatérialité sur laquelle s'appuient certains concepts événementiels à un espace, toujours par l'alimentation d'un territoire vécu (Di Méo, 1993, 1998, 2004). Ainsi, nous avons vu que les événements mobilisent et génèrent en même temps du patrimoine puisqu'ils sont l'émanation des caractéristiques locales. Ils concerneront aussi bien les infrastructures que l'histoire, les valeurs et autres symboles liés au territoire hôte. Avec « Charléty sur Neige », nous avons vu comment un événement sportif sert de support à la réappropriation d'un élément du patrimoine matériel local. Le cas des événements organisés sur les « Berges de Seine » nous a amené à constater que la valeur patrimoniale générée par ce site relevait plus d'un « *patrimoine cadre de vie* » relatif aux usages quotidiens qui sont faits de l'espace public (pratiques sportives auto-organisées, oisiveté), que d'un « *patrimoine exceptionnel* » (Gravari-Barbas, 2015) dont les événements auraient pu être le vecteur. D'autres événements s'appuient sur une valeur symbolique de l'équipement et du lieu (« LNB All Star Game ») pour se construire une identité en vue de se démarquer. Le patrimoine lié à l'événementiel sportif est même devenu un argument politique lorsqu'il s'est agi de maintenir Roland Garros à Paris (Bourbillères, Djaballah, 2015). Le tournoi de tennis, par l'emploi d'une sémiotique patrimoniale³²⁰, illustre le rapport entre les territoires et leurs constructions identitaires (Fagnoni, 2015). Enfin, la course cycliste nous a amené à constater l'extrême cohérence (valeurs, histoire) qui réside dans l'accueil d'une course de vélo dans cet arrondissement. Cette cohérence est d'ailleurs largement validée par le soutien des élus politiques ou la longévité de la course (29^e édition en 2016). Ces deux cas révèlent une nouvelle fois l'intérêt d'une approche par le patrimoine urbain³²¹ (Vernières et al., 2012) pour comprendre la façon dont le lien entre l'événement et son territoire hôte se formalise.

Enfin, le **chapitre 10** éclaire ce lien étroit entre l'événement, ses impacts et les caractéristiques du territoire hôte. Les événements sportifs en créant une expérience « célébrative », en mélangeant les publics et les acteurs, en générant du capital humain ou encore en s'établissant à l'aide de marquage urbain dans l'espace public, prennent part à ces processus identitaires territoriaux. En agrégeant les quatre dynamiques précédemment étudiées, il s'est agi de proposer une définition de l'ancrage territorial d'un événement sportif : « *c'est la potentialité d'un projet événementiel d'induire auprès de la communauté locale du dynamisme social, du dynamisme économique, de mobiliser ou générer du patrimoine et d'être spatialement perceptible (marquage visuel et sonore) en vue d'alimenter la représentation du territoire hôte dans la durée par un renforcement de son identité* ». Fort de cet outillage théorique nous avons ensuite discuté de la territorialité des événements sportifs pour dessiner les contours d'un « Paris sportif », consacrant une réelle portée explicative aux dynamiques locales.

³²⁰ Nous pensons notamment à la balle de tennis géante accrochée sous la tour Eiffel.

³²¹ Ou le « patrimoine intégré » qui fait référence à la valorisation d'un ensemble de liens complexe entre des éléments constitutifs du patrimoine matériel et immatériel (Vernières et al., 2012).

Conclusion Générale

De l'éloge de la complexité à l'éloge de la complémentarité

Les événements sportifs font partie intégrante du champ sportif et du quotidien des pratiques. C'est pour cela qu'ils sont des prismes d'observation de l'ensemble du champ. Nous avons vu qu'ils génèrent des effets vertueux (représentés par un ancrage territorial plus fort) lorsqu'ils bénéficient d'une mise en réseau d'acteurs formalisée par la présence d'un intérêt commun. Cette analyse débouche sur le constat de la centralité de l'acteur public dans l'organisation de l'événementiel sportif, quels que soient sa finalité ou son potentiel catalyseur d'effets. La thèse révèle aussi des situations où des aspirations différentes, voire antagonistes se font jour.

L'organisation des activités physiques et sportives est historiquement et juridiquement structurée par l'acteur public. Néanmoins, de nombreuses évolutions (sport auto-organisé, sphère privée marchande organisatrice d'événements, pratiques sportives émergentes) viennent faire évoluer un modèle qui reposait jusque-là beaucoup sur l'action publique publique aidée du mouvement sportif fédéral. Dans la capitale française, cela se traduit par une certaine forme de complexité, qui génère à la fois des effets vertueux (action concertée en matière d'événementiel génératrice de synergies et d'effets positifs, démocratie participative) et des occasions manquées (manque de communication, conflits d'usage, événements peu générateurs d'effets, effet de concurrence).

Par l'organisation des événements sportifs parisiens, nous avons montré l'étendue de la porosité entre le public et le privé. Nous avons identifié des processus comme la hiérarchisation des volontés premières ou l'action concertée qui visent à développer conjointement l'approche du sport compétition et celle du sport hygiéniste. Nous avons également éclairé les bienfaits et les méfaits de cet alliage sur l'organisation du sport. À travers l'exemple parisien, nous avons vu que cette tendance génère des incompréhensions, voire des incompatibilités d'usage. Cela représente aussi un réel enjeu pour le mouvement sportif, tiraillé entre compétitivité à l'international et statuts associatifs, comme l'illustre parfaitement le cas de Roland Garros.

Les impacts des événements sportifs considérés dans toute leur diversité et notre volonté d'embrasser la transversalité des effets qu'ils génèrent nous ont conjointement amené à opter pour une approche territoriale. Plus que l'étude isolée des caractéristiques du territoire hôte ou de l'événement, c'est dans le produit de leurs interactions que nous avons concentré notre analyse. La notion d'ancrage territorial formalise ce canevas analytique qui souligne par ailleurs la prégnance des notions de temporalité et d'identité locale.

Pour produire une synthèse de nos réflexions, nous présenterons dans cette conclusion générale le modèle des dynamiques locales. Cet outil s'attache à éclairer le lien immatériel qui se joue entre l'événement et son territoire. Dès lors, l'éloge de la complexité que représente ce modèle systématisé sur plusieurs événements sportifs pourra se muer en un éloge de la complémentarité : passant d'une compréhension des dynamiques locales à la mise en place d'une dynamique territoriale sportive. Avant cela, nous revenons sur l'originalité, la richesse mais aussi la difficulté de mettre en œuvre une méthodologie originale pour traiter l'événementiel sportif par la théorie ancrée.

La riche et nébuleuse théorie ancrée

La thèse vise à éclairer les « dynamiques locales » (Charrier, Jourdan, 2014) autour des événements sportifs récurrents. Pour effectuer ce travail, nous avons cherché à nous ouvrir à l'évidence empirique (Dey, 1999) pour générer un cadre théorique, par l'utilisation de la théorie ancrée (Glaser, Strauss, 1967). Il s'agit d'essayer de comprendre les phénomènes qui émergent du terrain en faisant abstraction « le plus possible » des points d'accroche fournis par les théories existantes (Guillemette, 2006). Nous avons misé sur l'utilisation de l'étude de cas (Yin, 1981) pour comprendre les points d'intérêts pour les acteurs, découvrir la complexité des jeux d'acteurs dans un contexte donné et présenter une interprétation holistique des événements (Merriam, 1998). La mobilisation des acteurs ne peut se comprendre que par une contextualisation précise (Sawicki, 2000) et une analyse des multiples enjeux locaux. De manière plus générale, l'hétérogénéité des acteurs et des formes de mobilisation est telle qu'il est difficile d'aborder la mise en œuvre d'un programme sans passer par une caractérisation des configurations locales (Borraz, Loncle-Moriceau, 2000).

En partant du terrain, nous avons fait le constat de la diversité des formes événementielles sportives. D'ailleurs, nous avons envisagé un temps nous appuyer sur des typologies existantes pour constituer notre échantillon théorique. Mais conformément à la théorie ancrée nous sommes partis d'un recensement extensif. Nous avons préféré utiliser notre propre format, plutôt que de faire entrer de force nos concepts dans des formats standards (Becker, 2002). Suite au recensement de 260 événements sportifs récurrents à Paris, nous avons créé une nouvelle typologie, qui, bien qu'inspirée de la littérature, nous semble plus en adéquation avec les singularités du terrain parisien. Surtout, elle vise à prendre en compte la diversité des porteurs et des objectifs qui est illustrée par le concept de volontés premières³²², élaboré à ce moment de la recherche. Bien qu'imparfaite, elle nous a servi à constituer un « échantillon théorique » (Gagnon, 2012) pour sélectionner nos cas parisiens.

L'étude de cas multiples comporte neuf monographies d'événements sportifs. Elles s'appuient sur la mobilisation d'un corpus de données qualitatives. Les données empiriques sont constituées d'entretiens semi-directifs d'experts (n= 41), de consultation de documents internes aux organisations étudiées, de la création d'une base de données d'articles internet (supports de communication, articles de presse³²³) et d'observation *in situ* (n= 12). Cette triangulation des outils de collecte favorise la validité des cas (Eisenhardt, 1989 ; Kvale, 1996). Surtout, pour assurer le plus de valeur possible aux résultats, nous avons essayé de présenter (y compris dans la structuration du manuscrit) une « chaîne de sens » (Fortin, Gagnon, 2010) qui s'étend du recensement extensif au modèle des dynamiques locales.

La méthode de collecte exige que nous recueillions le plus d'informations possible pour chaque événement à l'étude : l'histoire de l'événement, les acteurs concernés et le contexte de leurs actions. Nous utilisons un processus de centration progressive pour distinguer ce qui est essentiel de ce qui pourrait confondre notre analyse, notamment par catégorisation (Paillé, 1994). La critique classique du manque de rigueur scientifique de cette méthode qualitative inductive est compensée par la richesse des données collectées (Guillemette,

³²² C'est-à-dire les raisons statuées publiquement ou non qui motivent l'organisateur à mettre en place le projet événementiel.

³²³ La période couverte s'étend de 1990 à nos jours.

2006). Le processus se poursuit jusqu'à la saturation théorique. Nous déterminons ce point au moment où nous considérons que toute donnée supplémentaire n'ajouterait plus rien de significatif à la conceptualisation ni à la théorisation du phénomène à l'étude (Holloway, Wheeler, 2002).

L'utilisation de ces méthodes qualitatives inductives et complémentaires nous a permis d'adopter un regard qui a constamment remis en question et fait évoluer nos prismes d'analyse. De cette manière nous avons pu dégager des grandes thématiques comme l'impact social, les empreintes urbaines ou le rôle de l'acteur public. Celles-ci ont fini, par un effort de formalisation, à aboutir à la définition de l'ancrage territorial et au modèle des dynamiques locales proposé en conclusion de cette thèse. L'observation des événements a donné lieu à des notes d'observation narratives (Smith, Weed, 2007) et à la prise de photographies (Maresca, Meyer, 2004) en vue de retranscrire le plus fidèlement possible l'expérience perçue. Finalement, nous avons vu que ces notions de souvenirs et de mémoires sont les réelles émanations de l'événement sportif (Farge, 2002) qui contribuent à alimenter le territoire vécu (Di Méo, 1993, 1998, 2004). Les dynamiques locales, profondément liées à l'ancrage territorial de l'événement sont donc présentées en premier lieu par une description subjective du quotidien (Anadon, 2007), ce qui représente selon nous une richesse et une originalité dans la démarche d'analyse de l'événementiel sportif.

La théorie ancrée offre cette liberté qui permet de construire un véhicule analytique adapté aux spécificités du terrain et de l'objet à l'étude. Pouvoir donner du crédit à une analyse qui respecte à la fois le recours à la subjectivité comme moyen (Anadon, Guillette, 2007) et le discours des acteurs dans la manière dont ils perçoivent et retranscrivent leur environnement (Habermas, 1987) est un luxe que nous avons particulièrement apprécié tout au long de cette aventure scientifique. Toutefois, la contrainte se situe dans la difficulté à formaliser un appareillage méthodologique aussi lourd, diversifié et nébuleux.

« Lourd » tout d'abord car nous avons étudié neuf événements sportifs en continu et de manière comparée. En conséquence, chaque action se devait d'être répétée neuf fois. L'étape de collecte s'est aussi avérée chronophage et parfois un peu décourageante pour avoir accès à certains acteurs. De plus, si dans un premier temps nous avons analysé les événements de manière verticale, il est difficile de les remobiliser ensuite au sein des prismes d'analyse transversaux. Ce long travail aboutit à une connaissance très précise des événements. Cependant, le passage à l'analyse horizontale s'avère particulièrement complexe au regard des spécificités inhérentes à chacun des neuf cas.

« Diversifié », ensuite, puisqu'en travaillant à la fois sur la course cycliste du 14^e arrondissement et sur Roland Garros, il est parfois difficile de garder à l'esprit un dénominateur commun structurant l'analyse. Celui-ci s'est d'ailleurs trouvé renforcé au fur et à mesure de l'avancée de la thèse. Si la première année ces deux projets n'avaient à nos yeux rien en commun, ils devenaient, la dernière année, assez similaires notamment pour ce qui est de l'implication de l'acteur public et l'usage politique qu'il en fait (valorisation médiatique du territoire, animation d'un quartier d'arrondissement). La diversité réside aussi dans les phases d'analyse qui, selon le principe de circularité, nécessitent des aller-retours permanents entre la lecture et le terrain. Ce principe est difficile à respecter compte tenu de l'engagement que nécessitent ces deux tâches.

Bien sûr, la difficulté de formalisation d'un plan d'analyse est probablement le corollaire de la richesse des données recueillies. Toutefois, si nous devons indiquer la principale limite de cette méthodologie, elle résiderait précisément dans ce caractère fastidieux et chronophage qui laisse pendant très longtemps le chercheur dans le flou. Le terme « nébuleux » représente bien la complexité du sentiment qui habite le chercheur, coincé entre quelques convictions de fond et une multitude d'hésitations, d'incertitudes. Cette situation de doute constant, qui est décrite dans la littérature qui s'y réfère comme une richesse ou *a minima* un passage obligé, se révèle être assez inconfortable sur un travail de thèse qui s'étend par définition sur plusieurs années.

Les limites de la thèse

Le retour sur l'originalité puis les difficultés liées à cette approche, nous amène à souligner les limites de cette thèse. En premier lieu, nous mentionnerons la quantité de données récoltées. Partir du terrain nécessite de collecter beaucoup de données dont une partie se perd au fur et à mesure de l'analyse. Dès lors, pour comprendre un phénomène et le confronter à la littérature, il est toujours important de bien définir le périmètre de l'objet, en l'occurrence le type d'événements et les acteurs qui y sont impliqués. De plus, l'intérêt qui est le nôtre pour les « configurations locales », nous a obligé à détailler chaque situation, avec l'impression parfois de mobiliser trop d'informations périphériques, pouvant nuire à la synthèse du propos. C'est par exemple le cas lorsque nous développons dans le chapitre 9 (dynamique patrimoniale) l'historique des évolutions des aménagements de la Seine dans Paris. Dans ce cas, nous avons fait le choix de considérer que les débats actuels autour des berges gagnaient à être replacés dans l'histoire du fleuve, au risque de rallonger d'une dizaine de pages. Au final, cela aboutit à un manuscrit de 600 pages. Cela renvoie aussi à la difficulté et à l'intérêt de passer de l'analyse verticale (études de cas) à l'analyse horizontale (jeux d'acteurs et ancrage territorial).

La deuxième limite que nous soulignerons ici, renvoie à l'approche interdisciplinaire qui nous conduit à aborder un très grand nombre de concepts. Beaucoup d'entre eux font l'objet d'un foisonnement de travaux scientifiques (réseau, territoire, mixité, impact économique, etc.). Pour mobiliser de nombreux champs théoriques nous avons choisi un mode de présentation synthétique permettant de mettre en dialogue, en tension, les différents courants théoriques, au risque parfois de rester un peu en surface.

L'utilisation de méthodes qualitatives et particulièrement d'outils tels que l'observation est toujours soumise à la question de la légitimité scientifique. Nous avons consacré une première partie à la justification de cette démarche, pour justement, éviter cet écueil. Toutefois, la manière de restituer ces éléments peut toujours souffrir de ce type d'interrogations. D'autant plus que dans notre cas, l'argumentation qui conduit au modèle des dynamiques locales, puise son fondement dans le *continuum* qui se dessine tout au long des 600 pages. La troisième limite peut donc se situer dans la manière de lire ce travail de thèse, puisqu'une partie isolée peut paraître imprécise si elle n'est pas comprise dans son ensemble. Par exemple, les notes d'observation ne peuvent être appréhendées en dehors du travail de contextualisation qui les précède et les suit dans le manuscrit. De fait, il est possible que nous ayons eu une lecture d'une situation³²⁴ différente d'un professionnel

³²⁴ La manière dont se déroule un événement par exemple.

spécialiste de son territoire ou de son projet. Dans ce cas, on peut imaginer deux possibilités : soit le professionnel présente des biais inhérents à sa grande connaissance du terrain qui se traduisent par des « impressions premières tenaces » ou une volonté de défendre son action locale ; soit nous avons mal cadré notre méthodologie qui aurait mérité, par exemple, une nouvelle observation ou une « distance aux données » plus importante³²⁵. Finalement, nous espérons que l'utilisation de trois méthodes de collecte, empêche qu'une impression relevée dans une note d'observation ne se transforme en catégorie d'analyse, si elle n'est pas fondée et recroisée avec des données issues d'entretiens ou de documents.

La quatrième limite, concerne la diversité des matériaux et des types d'événements étudiés qui nécessite une vraie rigueur pour aboutir à l'analyse. Celle-ci passe par une catégorisation progressive qui oblige à mettre un terme sur un phénomène immatériel qui est au mieux, difficile à décrire, au pire, difficile à percevoir. En conséquence, ce jeu de sémantique va obligatoirement restreindre la portée heuristique du phénomène observé. Par exemple, regrouper sous le terme de « célébration participative » (ce que nous avons par exemple observé lors du départ des « vagues de participantes » sur La Parisienne) peut relever d'une imprécision, tant ce qui nous est donné à voir, peut être interprété de différentes manières. Nous avons expliqué dans la première partie la raison pour laquelle nous ne considérons pas la subjectivité comme une limite mais bien comme un moyen. Toutefois, dans la manière de le restituer, puis de le confronter à la littérature, nous constatons que ce concept apparaît sous différents termes relativement proches : « vivre-ensemble », « cohésion sociale » (au sens large), « bonheur », « fête », « sentiment de communauté » ou « d'appartenance ». Il nous semble donc que cette catégorisation nous oblige d'une part à réduire la richesse d'un phénomène aux bornes sémantiques d'une terminologie, d'autre part à utiliser un « jargon », certes adapté à notre représentation cognitive de la réalité mais qui peut s'avérer imprécis ou abscons.

Dans la suite de la conclusion, nous allons revenir sur nos principaux résultats en reprenant une dernière fois ce *continuum* entamé lors du recensement des événements sportifs récurrents parisiens. Le processus de « centration progressive » (Paquette, 2005) a généré dans notre cas l'identification d'une catégorie d'analyse sur les jeux d'acteurs. Le premier fil que nous ayons tiré de l'analyse verticale des cas pour nous rendre progressivement vers l'analyse horizontale, était le constat de la centralité de l'acteur public.

³²⁵ Le cas échéant, il s'agit probablement d'une nuance entre les deux possibilités.

La centralité de l'acteur public dans la mise en réseau

Selon Charrier (2014), nous assistons à une déconcentration du sport ainsi qu'à une révolution culturelle le faisant sortir du champ exclusif de la sphère publique. Dès la fin des années 1990, Alain Loret (1995, 1999) montre que les stratégies commerciales intègrent de nouvelles tendances qui questionnent les sports « traditionnels ». Corneloup et Oblin (2011) ou encore Martel et Clément (2009) évoquent plus récemment la manière dont les acteurs privés participent d'une marchandisation des activités physiques et sportives de pleine nature. Eric Blin (2012) avance que 20% des courses urbaines sont gérées entièrement par une entreprise privée.

Au début de cette thèse, le recensement des événements sportifs récurrents parisiens a montré qu'environ un événement sur cinq (21%) est porté par la sphère privée marchande. Toutefois, l'analyse qualitative des cas révèle que le rôle de l'acteur public dans l'impulsion, le soutien ou la contribution de projets événementiels s'avère déterminant. Dans la partie sur les jeux d'acteurs, nous avons vu que son implication était prégnante dans le processus de mise en synergie. En effet, en se situant au carrefour des interactions générées par l'événement, l'acteur public endosse tour à tour le rôle de « contributeur » ou de « facilitateur ». C'est la présence d'un intérêt commun qui vient concrétiser ces processus. Il va trouver un intérêt à s'impliquer dans le projet événementiel, soit en le créant, soit en contribuant directement à son organisation, soit encore en facilitant le travail du porteur de projet. Dans tous les cas, la place centrale qu'il occupe permet une mise en synergie plus vertueuse. C'est du moins ce que nous avons observé à travers les différents événements analysés dans cette thèse.

Bien sûr, il existe aussi des événements qui n'intéressent pas l'acteur public. C'est le cas du dispositif purement commercial qui se tient dans un lieu fermé et n'induit pas d'externalités sociales susceptibles d'être bénéfiques au grand public (« LNB All Star Game »). Dans ce cas, il est attentiste puisqu'il est conscient de l'utilité, voire de la nécessité pour une capitale d'organiser ce type d'événement mais n'y entrevoit pas les conditions suffisantes à l'accomplissement d'une action d'intérêt général qui légitimerait une quelconque initiative publique. Dans de plus rares cas, il peut même être un ralentisseur, par un jeu de couleurs politiques considérées incompatibles (« Famillathlon »). Le tableau suivant rappelle son comportement à l'égard des événements étudiés.

Mairie de Paris			
Facilite/Contribue	Impulse	Attend	Ralentit
La Parisienne / Courir Ensemble / Course Cycliste du 14 ^e arrondissement	Femmes en Sport / Berges de Seine / Charléty sur Neige	Roland Garros / LNB All Star Game	Famillathlon
Synergies constructives et pérennantes	Synergies pérennantes et limitées, inertie subie	Inertie assumée	Synergie limitée

Tableau 55 : op. Cité. Comportements de la mairie de Paris par rapport à l'événementiel sportif parisien

Au final, l'exemple parisien semble révéler une forme de complexité au sein de laquelle l'intervention de la ville en matière d'événementiel sportif ne contribue au développement de l'action sportive locale par la mise en réseau d'acteurs qu'à la faveur de situations spécifiques et uniques. Cette aide se fait de manière spontanée, sans réelle vision systémique à long terme. Toutefois, cela n'entrave pas la portée stratégique de son intervention ni le fait qu'elle puisse expliquer certains effets comme la pérennisation d'un projet événementiel (« course cycliste du 14^e arrondissement ») ou l'incitation à la promotion d'une dimension « tout public » (Roland Garros, « La Parisienne ») dans un projet commercial ou de sport d'élite.

Enfin, les événements portés intégralement par la ville semblent être moins vecteurs de synergies. Ce constat appuie l'idée selon laquelle le volontarisme politique et les moyens mis en œuvre ne sont pas suffisants pour créer du liant parmi les acteurs locaux à travers l'événementiel sportif. C'est la raison pour laquelle nous avons questionné la porosité entre les sphères publique et privée dans le chapitre 5. Nous y avons souligné les intérêts et les limites de l'action concertée. Cela nous a conduits à traiter des représentations du sport entre « volonté hygiéniste » et « volonté compétitive » (que nous avons aussi fait apparaître dans notre typologie sous les termes « sport outil » et « sport finalité »). Nous avons montré que les événements n'alimentent pas de manière évidente la structuration disciplinaire du sport au détriment d'une approche plus collective. La réalité, toujours plus complexe, semble révéler que la tendance n'est pas au remplacement d'une approche par une autre, mais plutôt vers l'application d'un modèle qui les développe conjointement, les hiérarchise. Nous parlons à ce titre d'un *continuum* de volontés premières.

Globalement, il semble que le système sportif parisien présente des acteurs (généralement les mêmes³²⁶) qui interagissent, notamment par l'intermédiaire des événements sportifs. Leurs différentes fonctions (Pociello, 1995), leurs intérêts propres (Crozier, Friedberg, 1977) ou justement le contexte (Barnes, 1972 ; Sawicki, 2000) les amèneront à nouer ou délier des relations. Celles-ci, construites sur la base d'enjeux et d'intérêts communs utiliseront le sport à travers différentes finalités (Defrance, 1995, 2000) qui feront passer le sport du bien en commun, au « bien commun » vecteur de territorialité (Lascoumes, Le Bourhis, 1998) et d'identité territoriale (Di Méo, 2001). En suivant ce raisonnement, nous avons voulu questionner la notion d'ancrage territorial de l'événement sportif dans la partie suivante.

Ainsi, nous avons constaté que la mise en réseau générée par le projet événementiel n'est qu'un des éléments, parmi les dimensions sociale, économique, patrimoniale et spatiale, pouvant nous renseigner sur la manière dont l'événement sportif (dans toute sa diversité), se vit sur le territoire.

³²⁶ Mairie de Paris, comité régional olympique et sportif d'Ile-de-France, fédérations et ligues, associations sportives, office pour le Mouvement Sportif.

La centralité de l'acteur public dans l'ancrage territorial

Dans la partie sur l'ancrage, il s'avère que l'acteur public occupe aussi une place centrale. Nous avons montré que plus l'événement sera ancré, plus il sera enclin à s'impliquer. Nous observons dans le cas des deux événements les plus « ancrés territorialement » (« La Parisienne » et Roland Garros), un acteur public qui n'hésite pas à utiliser l'événement pour promouvoir la ville. Grâce aux externalités positives générées sur les différentes dimensions constitutives de l'ancrage territorial, l'événement devient un outil pertinent pour la sphère publique et l'attractivité du territoire administré. Dans les deux études de cas qui révèlent cette situation, la ville de Paris communique sur le dynamisme et la dimension festive de Paris. Sur « La Parisienne » les élus ne manquent pas non plus l'occasion de se présenter chaque année et de mettre en avant le rayonnement de l'événement dans les discours publics³²⁷. Ils vont même jusqu'à défendre l'implantation de l'événement Roland Garros à Auteuil de manière publique au niveau des plus hautes sphères de l'État³²⁸. Ce soutien à l'événement appréhendé comme une ressource patrimoniale³²⁹, alimente la structuration du territoire vécu.

Les événements moins ancrés territorialement ne sont pas en reste. Le prisme d'observation qu'offre l'analyse par l'espace et les impacts révèle des externalités qui sont plus ou moins reprises, favorisées, initiées par l'acteur public. Quelles que soient les configurations, l'événement sportif est le théâtre de jeux d'acteurs, tout autant qu'il génère des effets sur le territoire hôte. À ces égards, le rôle de l'acteur public reste absolument incontournable dans l'organisation des événements et ce, malgré la tendance à la privatisation des organisateurs (Rohe, 2004), notamment pour ce qui est des courses hors stade (Blin 2012).

Que serait devenue « La Parisienne » si Bertrand Delanoë et Pascal Cherki n'avaient pas encouragé son organisation au Champ de Mars ? Comment Roland Garros serait-il devenu l'événement qu'il est aujourd'hui si le stade d'Auteuil n'avait pas été mis à disposition, puis loué par la ville de Paris à la fédération française de tennis ? La course cycliste du 14^e arrondissement existerait-elle toujours sans l'intervention des élus ? Enfin, même dans le cas d'un événement purement commercial où l'acteur public n'intervient pas comme le « LNB All Star Game », la ville de Paris est quand même présente à travers son engagement majoritaire (51%) dans le capital de la SAE BERCY. La salle de l'Accor Hôtel Arena Paris Bercy, accueille l'événement depuis 15 ans, et est l'un des éléments ayant entraîné le succès du dispositif et sa pérennisation³³⁰.

Ainsi, chaque événement sportif parisien mobilise une caractéristique du territoire pour se pérenniser ou se développer. Ce constat rejoint les travaux de Bessy (2013, 2014) qui s'appuie sur les ressources territoriales de Gumuchian et Pecqueur (2007) pour analyser le potentiel d'attractivité d'une destination pour un événement sportif. À cet égard, Paris semble être un terrain fertile pour les événements qui pourraient profiter d'une certaine

³²⁷ « Nous sommes très fiers de cette course, car cela participe à la démocratisation de la discipline, à la féminisation du sport, et au dynamisme de la ville ». Jean-François Marins, le 26 janvier 2015.

³²⁸ Déclaration publique du Premier Ministre Manuel Valls en juin 2015 en faveur de la rénovation du stade à Auteuil.

³²⁹ Ils sont devenus des « événements ressources » pour le territoire si l'on se réfère au terme de Coulom et Bessy (2014) qui découle de leur analyse par le système territorial.

³³⁰ Guichets fermés systématiquement depuis plus de 10 ans.

forme de prestige ou d'effet de taille (« La Parisienne », « LNB All Star Game », Roland Garros). Cependant, pour que cette relation soit vertueuse, il paraît nécessaire de trouver des soutiens politiques. C'est ce choix politique qui fait de l'événement un élément stratégique dans l'organisation du « vivre ensemble » et qui entérine son organisation. À Paris, ce choix est d'autant plus essentiel qu'il est contraint par une offre d'événementiel sportif et culturel importante et diversifiée.

Jean Vuillermoz ou Pascal Cherki, les deux anciens adjoints aux maires de la ville de Paris en charge du Sport, laissent entendre que c'est « le devoir » de l'acteur public que d'accompagner une offre d'activités physiques et sportives variée. Il s'agit de repérer les projets vertueux en vue d'organiser le « vivre ensemble » pour servir au mieux l'intérêt général. De manière plus formelle, ce peut être soit pour corriger une situation, soit pour pallier à un manque, par le développement d'un axe de politique publique (Bayeux, 1996). La recherche de la mixité sociale, l'intégration d'un public spécifique, l'ouverture d'un équipement... sont les objectifs que nous avons repérés à travers nos cas mais ils peuvent être plus nombreux. Le lien avec le territoire est assurément un élément fondamental dans l'optique de proposer un dispositif adapté et pérenne.

Ainsi pour formaliser ces processus, nous proposons le schéma suivant. Il présente l'économie générale de la thèse. Il met en tension l'ancrage territorial, les jeux d'acteurs et le cadre général des politiques publiques en soulignant la prégnance de l'acteur public dans le soutien ou la formalisation des dynamiques locales, comme nous venons de le rappeler.

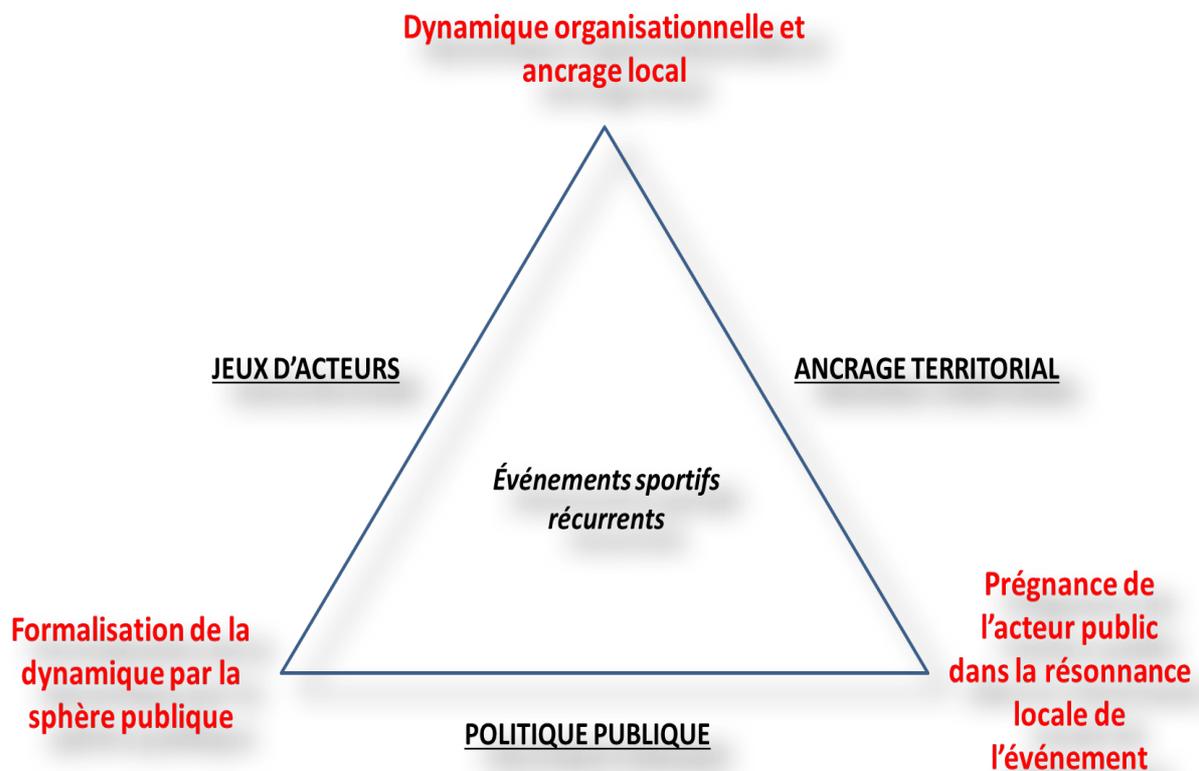


Figure 47 : économie générale de la thèse

Les productions de l'alliage « territoire – événements »

Ce constat de centralité nous amène à mettre en avant les spécificités parisiennes. En effet les caractéristiques du lieu jouent un rôle prépondérant dans le développement du projet événementiel qui ne prend sens qu'à la faveur de son emplacement. Nous avons montré comment les événements sportifs parisiens s'ancrent territorialement à la faveur de quatre dynamiques principales : sociale, économique, spatiale et patrimoniale. Après avoir questionné la notion de territoire, nous avons opté pour une définition large garantissant sa complexité. Nous nous sommes appuyés sur la définition de Di Méo (1991, 1993) qui propose un modèle pour analyser notre objet « événement sportif ». Selon lui, le territoire est composé de deux structures. L'une est objective (la formation socio-spatiale), l'autre subjective (la méta-structure socio-spatiale). La formation socio-spatiale correspond aux acteurs, au pouvoir politique et de manière générale à tout ce qui est formalisé administrativement sur le territoire. La méta-structure socio-spatiale correspond au territoire vécu et mobilise les représentations idéelles des individus. C'est la raison pour laquelle l'identité est une composante spatiale (Di Méo, 2001, 2004).

Un grand nombre de processus géographiques contribuent à créer de l'identité, surtout si elle est stimulée par des représentations et / ou des pratiques sociales (Di Méo, 2004). C'est à cet endroit que les événements sportifs étudiés dans cette thèse viennent jouer leur partition en tant que médiateurs territoriaux (Augustin, 2007, 2011). Pour rappel, l'événement sportif qui est un fait social avant d'être un fait individuel, est le lieu où des hommes et des femmes se rassemblent dans une sorte de célébration collective pour assister à un spectacle sportif qui dispose d'un caractère à la fois sacré et exceptionnel (Piquet, 1985). Dans un contexte où les acteurs font de plus en plus appel au patrimoine à des échelles territoriales diverses pour asseoir la construction et l'affirmation territoriale (Veschambre, 2000 ; Micoud, 2000 ; Tomas, 2004), il semble que les événements soient des outils adaptés à ces processus (Gavrari-Barbas, Veschambre, 2005 ; Lefebvre, Roult, 2013). Ils renforcent le dialogue de cohésion sociale (Augustin, 2006) par l'utilisation d'un espace vécu qui forment des représentations ancrées localement plus ou moins inscrites dans la durée (Retailé, 1997 ; Gavrari-Barbas, Jacquot, 2007).

Dès lors, l'ancrage territorial serait structurellement lié à l'espace vécu. En cela, les événements peuvent être des éléments de territorialisation (Augustin, 2007, 2011 ; Keerle, 2007 ; Aldhuy, 2008 ; Bessy, 2013 ; Chapelet, 2014 ; Bessy, Suchet, 2016). Ce raisonnement nous a conduit à proposer la définition de l'ancrage territorial suivante : *« C'est la potentialité d'un projet événementiel d'induire auprès de la communauté locale du dynamisme social, du dynamisme économique, de mobiliser ou générer du patrimoine et d'être spatialement perceptible en vue d'alimenter la représentation du territoire hôte dans la durée par un renforcement de son identité ».*

Au-delà des singularités déjà analysées dans cette thèse (effet de taille et de prestige, saturation des équipements sportifs, densité urbaine), nous avons toujours essayé de placer le contexte et ses spécificités au centre de nos préoccupations. Nous avons bien entendu constaté que l'emplacement du site sur lequel se déroule l'événement a un effet prégnant sur l'ancrage territorial. Nous avons défini en détail tout au long de ces pages les caractéristiques et les effets des événements sportifs étudiés. Le lieu, à savoir la ville de Paris, est la variable sous-jacente qui structure l'ensemble de l'analyse. Elle dispose de

quelques singularités qui permettent d'expliquer la présence de certains projets qui ne pourraient se dérouler ailleurs. Par une analyse existentialiste (Mucchieli, 1986, Fourny, 2008) du territoire sportif nous avons proposé d'illustrer notre analyse par la présentation d'un Paris sportif « dynamique », « prestigieux » mais « fragmenté ».

« Dynamique » car le territoire voit émerger une multitude de projets événementiels variés qui trouvent un terreau propice à leur développement dans un bassin de population important. Ce « dynamisme » du territoire sportif peut aussi s'appréhender à travers l'innovation événementielle qui fourmille en son sein.

« Prestigieux » car la capitale parisienne dispose d'un caractère très brillant qui s'observe dans le rayonnement de certains projets événementiels et dans son potentiel attractif pour un grand nombre d'organiseurs. Ceux-ci comportent en corollaire une forme d'inaccessibilité territoriale ou financière.

« Fragmenté », enfin, puisqu'il permet à de nombreuses initiatives d'émerger, mais ne parvient pas à les intégrer de manière concomitante au sein d'un *continuum* d'événements sportifs nourrissant le territoire vécu. Cette fragmentation peut aussi s'entendre à travers l'inégale répartition des projets événementiels à dimension « prestige », plutôt concentrés dans l'ouest parisien.

Les caractéristiques du lieu vont définir la relation avec l'événement. En effet, « *le lieu est unique, du point de vue de ses coordonnées, mais si, par hypothèse, on le déplaçait, il serait impossible de le reconstituer ailleurs, l'arrangement initial étant à la fois cause et conséquence* » (Moine, 2006). C'est cette idée de cause/conséquence appréhendée conjointement qui rend difficile la compréhension du phénomène de l'ancrage territorial et des dynamiques locales. Cela nécessite d'intégrer dans la même analyse les caractéristiques de l'événement, celles du lieu, et les effets produits par cet alliage « territoire/événement ». C'est l'ambition du modèle des dynamiques locales.

La figure suivante présente le cheminement inductif de la thèse.

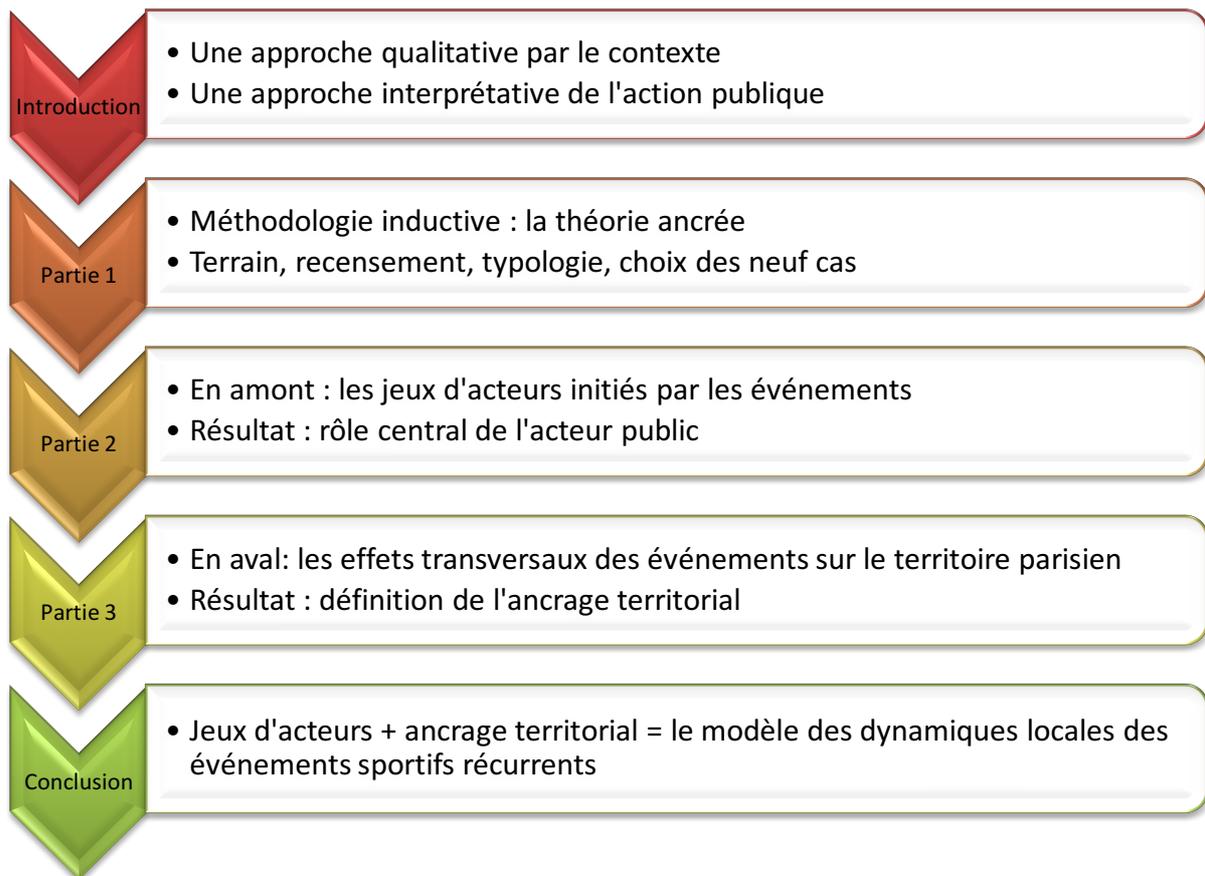


Figure 48 : cheminement inductif de la thèse conduisant au modèle des dynamiques locales

Le modèle des dynamiques locales appliqué à l'événementiel sportif

Le raisonnement mené depuis le recensement des projets événementiels sportifs parisiens nous amène à présenter ce modèle qui vise à éclairer méthodiquement la relation immatérielle entre le territoire et l'événement. Il a l'ambition de supplanter l'étude d'impact d'une simple dimension en appréhendant, par la définition de certains indicateurs, le contexte, permettant l'émergence ou la pérennisation du projet. Il pourrait aussi éviter l'écueil de l'impossible comparaison des études d'impact puisqu'il intègre à la fois ce qui produit et ce qui est produit par le projet événementiel. Mais de manière plus pragmatique, c'est avant tout un élargissement du prisme d'observation au-delà de l'événement. Il invite à respecter le plus possible la complexité du réel tout en essayant humblement de la rendre intelligible.

Plus concrètement, ce modèle est construit sur les résultats des parties sur les jeux d'acteurs et l'ancrage territorial. Ces développements thématiques révèlent des dimensions et des mécanismes à travers les événements étudiés qui nous permettent de construire des indicateurs d'analyse. À l'échelle de cette thèse, c'est aussi et surtout un moyen de reprendre l'ensemble des éléments produits, dans l'optique de les agréger pour aboutir à la proposition d'un outil d'analyse. Ainsi, les dynamiques locales correspondraient à l'addition des thématiques suivantes (chaque thématique comportant de nombreux indicateurs) :

- Caractéristiques de l'événement,
- Caractéristiques du territoire,
- Le produit de l'alliage événement/territoire (ancrage territorial),
- Le rôle déterminant de l'acteur public et de la mise en réseau d'acteurs (gouvernance).

Les dynamiques locales, ambitionnent d'appréhender tout ce qui se joue autour de l'événement sportif, ce qui lui permet d'émerger, autant que ce qu'il fait émerger. En conséquence, nous allons présenter dans le tableau suivant des indicateurs relatifs à ces aspects que nous détaillerons par la suite. Il présente également en italiques les méthodes de collecte de données nécessaires à la compréhension de chacune des dimensions.

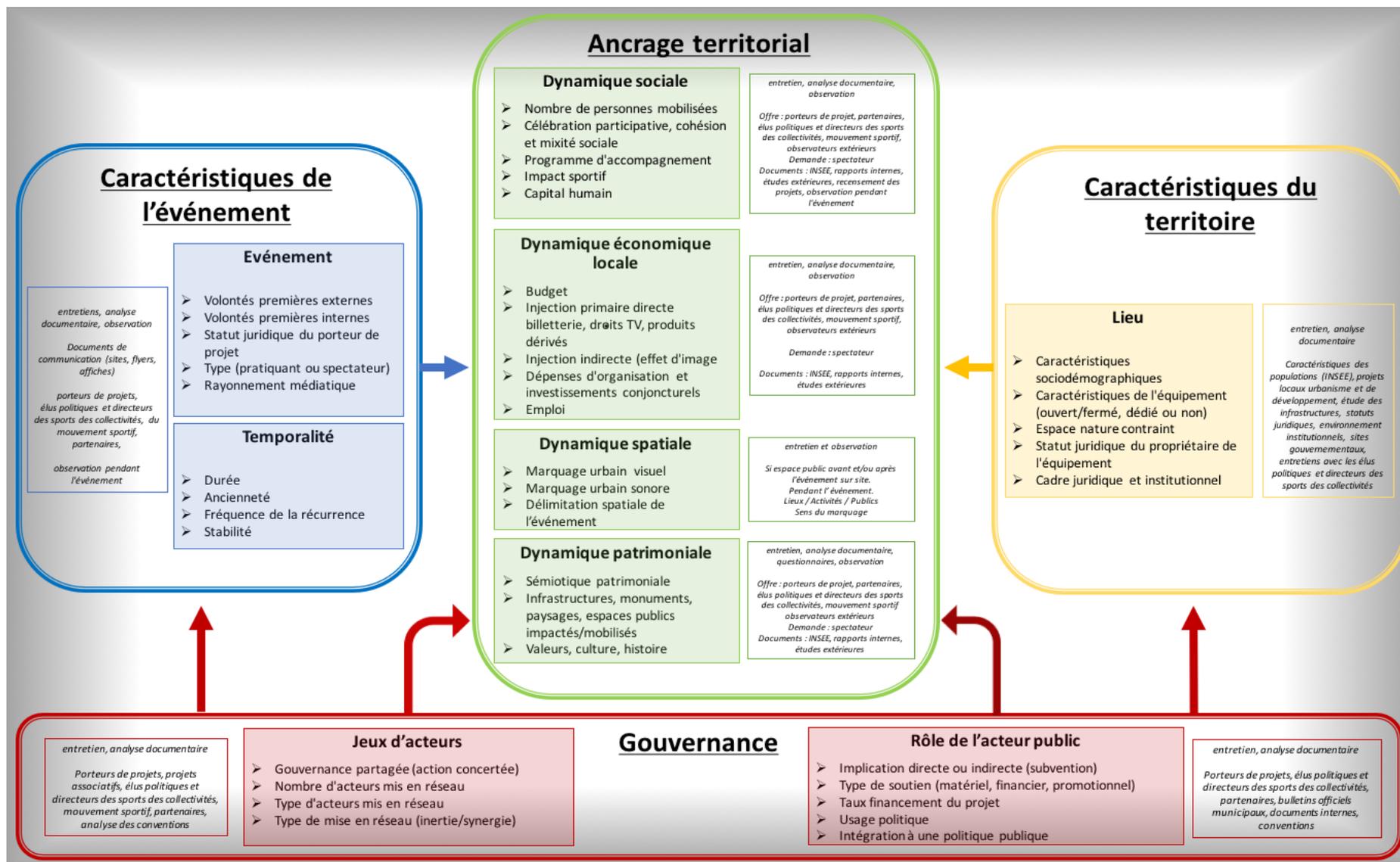


Figure 49 : le modèle des dynamiques locales appliqué à l'événementiel sportif

Remplir ce tableau correspond à renseigner l'ensemble des ingrédients constitutifs des dynamiques locales. Il s'agit, par un focus sur certains indicateurs, de porter des informations sur le lieu hôte, sur l'événement, et surtout sur ce qui constitue l'ancrage territorial de l'événement que nous avons identifié, analysé, puis défini dans cette thèse. C'est une tentative de formalisation des représentations analytiques de la relation entre l'événement et le territoire, et surtout de ce que cela produit. C'est la raison pour laquelle nous y avons agrégé des indicateurs comme la temporalité, les jeux d'acteurs, ou encore le rôle de l'acteur public qui, nous l'avons vu, tient une place centrale dans l'événementiel sportif et surtout dans les impacts qu'il génère sur le territoire parisien.

Le premier bloc dans le cadre des caractéristiques de l'événement, à gauche (en bleu), permet immédiatement de savoir à quel type d'événement nous avons affaire. En renseignant le statut juridique du porteur et les volontés premières nous disposons du point de départ de l'analyse, la carte d'identité de l'événement avec l'énonciation de ses objectifs internes et externes. Nous savons aussi si l'événement mobilise plus de spectateurs ou de pratiquants, ce qui oriente son rayonnement vers plus ou moins de proximité.

Le second bloc (du cadre bleu) renseigne les éléments qui inscrivent l'événement dans le temps : son ancienneté, la fréquence de sa récurrence, sa durée, sont autant d'indicateurs qui indiquent sa place dans l'environnement et son ancrage. En outre, la stabilité renvoie à l'évolutivité du concept et de la forme du projet événementiel. Un événement organisé par l'acteur public, soumis aux orientations politiques, sera plus instable dans le temps qu'un événement porté par un acteur privé ou une association qui a trouvé un « *rythme de croisière* » depuis plusieurs années (Bourbillères, Evrard, Charrier, 2015).

À droite, (en jaune), un seul bloc renseigne les caractéristiques générales du lieu : données socio démographiques, cadre juridique et institutionnel, type d'équipement (ouvert sur l'espace public ou fermé). Par exemple, pour les événements de cette thèse, cela revient à indiquer les principales spécificités du contexte parisien : saturation des équipements, densité urbaine, complexité administrative, etc. Une fois ces trois premières cases, principalement descriptives, renseignées (hormis la volonté première interne qui peut inviter à l'interprétation), nous traitons des dimensions qui constituent la relation entre l'événement et le territoire.

Au centre du schéma, on trouve les quatre blocs relatifs aux dynamiques observées et constitutives de l'ancrage territorial (en vert). C'est le produit de la relation entre le territoire hôte et le projet événementiel.

Le premier bloc (de haut en bas) évoque la dynamique sociale³³¹. Elle indique le potentiel de l'événement à mobiliser les attentions, à susciter les enthousiasmes, à créer de la cohésion et de la mixité ou encore à entraîner le développement de projets afférents. C'est aussi un moyen d'identifier si l'événement génère du capital humain ou un impact sur la pratique sportive. Tous ces éléments, en créant des expériences partagées, participent à la construction du territoire vécu et nourrissent la métastructure socio-spatiale du territoire.

Le deuxième bloc traite la dimension relative au dynamisme économique³³². Elle est traitée dans cette thèse qualitativement du côté de l'offre, par des entretiens et de l'analyse

³³¹ Chapitre 6

³³² Chapitre 7

documentaire. Une étude du côté de la demande, plus lourde à mettre en œuvre et vectrice de nombreux biais peut toutefois être proposée dans une optique d'exhaustivité du modèle. En ce qui concerne cette thèse, nous avons identifié qualitativement différentes formes d'impacts économiques. Celles-ci viennent ancrer l'événement sur le territoire par un développement de relations formalisées par des flux économiques spatialement fixés. L'impact peut être direct ou indirect, s'il est décalé dans le temps par un effet d'image. Doivent être intégrées : dépenses des spectateurs, dépenses d'organisation et investissements pour l'accueil de l'événement. Le budget est, bien sûr, une donnée à prendre en compte et bien qu'elle puisse n'apparaître que comme un renseignement comme un autre à insérer dans le modèle, elle vient considérablement modifier la portée de l'ensemble des indicateurs.

Le troisième bloc analyse l'espace³³³. Il vise à appréhender, de manière spatialement délimitée, la façon dont l'événement se donne à voir sur le territoire. Par l'étude de neuf événements sportifs parisiens, nous avons identifié différents types de marquages urbains. Nous avons également vu avec l'exemple de la « course cycliste du 14^e arrondissement », que le rayonnement médiatique est étroitement lié aux moyens mis à disposition pour le développement de supports de communication. C'est un outil de lisibilité des stratégies et des volontés politiques. À cet égard il permet d'identifier la manière dont l'événement fait rayonner l'espace hôte et nous renseigne sur des formes de dominations dans l'espace social, d'où son intégration dans le modèle.

Le quatrième et dernier bloc de l'ancrage territorial s'intéresse à la façon dont l'événement s'appuie sur ou revendique des éléments du patrimoine³³⁴. Ce peut être une infrastructure comme un stade, ou un espace public, jalonné par des monuments prestigieux. Nous l'observons aussi lorsque l'événement s'appuie sur des valeurs ou une culture locale qui lui confèrent une dimension historique et pérenne. La sémiotique est à cet égard un prisme d'observation pertinent.

La gouvernance dans le bas du schéma (en rouge) influe sur toutes les dimensions évoquées. C'est la raison pour laquelle elle est présentée de manière transversale. Le premier bloc, à gauche, renvoie aux jeux d'acteurs³³⁵. Ils font l'objet d'un développement analytique à part entière dans cette thèse. Nous avons vu que les projets événementiels permettent par leur simple formalisation d'une part, et leurs effets d'autre part, de favoriser la mise en réseau. Le cas échéant, l'événement devient le moyen de créer des relations entre des acteurs qui n'auraient pas forcément collaboré ensemble. Cela peut donner lieu à des projets événementiels innovants ou à des partenariats inattendus. Nous avons repéré différents types de mises en réseaux débouchant sur des synergies, qui renforcent le projet événementiel ou le pérennisent. Mais cet indicateur est aussi intéressant pour analyser les « non-relations » (les trous structuraux). C'est un moyen d'observer qui s'implique, qui ne s'implique pas et surtout comprendre les raisons qui justifient ces choix. Les jeux d'acteurs sont donc, par l'étude de la mise en réseau, un outil central car ils permettent d'identifier des relations de pouvoir. Ils révèlent également des enjeux qui dépassent généralement le cadre de l'événementiel pour rejoindre des questions plus transversales de politiques

³³³ Chapitre 8

³³⁴ Chapitre 9

³³⁵ Partie 1

publiques et d'organisation des activités physiques et sportives³³⁶. La notion d'intérêt commun est la pierre angulaire de ce processus central dans la définition des dynamiques locales. C'est la raison pour laquelle, nous souhaitons lui accorder une place importante dans notre modèle, bien qu'il puisse être intégré dans l'impact social selon les définitions des différents auteurs (Misener, Mason, 2006 ; Djaballah et *al.*, 2015 ; Taks, 2015).

Enfin, le second bloc de la gouvernance, à droite, mentionne le rôle de l'acteur public. Ces indicateurs renseignent les éléments relatifs à son éventuelle implication. Nous avons vu tout au long de la dernière partie que son intervention était soumise à des objectifs politiques qui renvoient à des conceptions du sport bien définies. En outre, l'acteur public mérite d'être mentionné à part dans ce modèle des dynamiques locales puisque son soutien est aussi un catalyseur d'effets vertueux. Nous l'avons vu à de nombreuses reprises dans cette thèse, que ce soit à travers une mise en réseau favorisée (« Courir Ensemble », « Roland Garros ») ou un soutien administratif, financier ou matériel salvateur (« course cycliste du 14^e arrondissement », « La Parisienne »). Enfin, c'est aussi un moyen d'observer l'usage politique de l'événement, c'est-à-dire la manière dont l'acteur public l'utilise pour ses propres intérêts. En effet, son soutien est aussi tributaire de l'ancrage de l'événement, puisqu'il peut représenter une opportunité promotionnelle pour la ville. Dans le cas d'événements portés entièrement par la sphère publique, nous analysons sa place par rapport à la politique publique et à son éventuelle transversalité. Ce bloc, juxtaposé aux jeux d'acteurs doit faciliter la compréhension de la dynamique générée par l'événement du point de vue de la gouvernance. Un événement qui présenterait le cas d'une mise en synergie malgré l'absence d'un soutien de l'acteur public, pose par exemple un certain nombre de questions sur sa cohérence ou la représentation que les élus s'en font (« Famillathlon »).

Ce dernier bloc illustre bien la volonté qui se trouve derrière la conceptualisation du modèle des dynamiques locales, appliqué à l'événementiel sportif. Il ne s'agit pas d'identifier les impacts d'un événement et de s'en tenir là. L'objectif sous-jacent est de comprendre ce qui se joue à travers l'accueil ou l'organisation d'un événement sur le territoire par l'identification d'enjeux et de questionnements analytiques. Il reprend les indicateurs proposés par Bessy (2014) dans son « système territorial » comme les jeux d'acteurs, les représentations ou le milieu environnant. Il s'appuie également sur la ressource territoriale de Gumuchian et Pecqueur (2007) en intégrant les principes socio-culturels, environnementaux (dynamiques sociale et patrimoniale, chapitres 6 et 9), géographiques (dynamique spatiale, chapitre 8), économiques (dynamique économique locale, chapitre 7) et politiques (jeux d'acteurs, partie 2 et plus précisément chapitre 5).

En revanche, il se distingue des travaux précédemment évoqués dans la mesure où il est la résultante d'une analyse des impacts des événements. Tout le long de la thèse, le point de départ est l'événementiel sportif et l'analyse de la dialectique qu'il instaure avec son territoire hôte. Dès lors, il y a moins dans notre modèle la volonté de souligner l'attractivité touristique d'un territoire, que de comprendre les effets du projet événementiel dans son rapport au local, que ce soit à travers les dynamiques qu'il génère, ou justement celles qu'il ne génère pas.

³³⁶ Chapitre 5

Implications et perspectives du modèle

Chaque projet, à quelque niveau que ce soit, s'appréhende à travers l'ensemble de ces dimensions. Celles-ci, bien que comportant parfois des biais de simplification, tentent de rendre intelligible cette relation immatérielle productrice d'effets plus ou moins vertueux. Le terme « immatériel » renvoie à une approche qualitative ambitieuse visant à comprendre et non à mesurer. Finalement, ce qui ressort de l'analyse est le lien étroit et non coercible entre le contexte du territoire, les volontés politiques et l'événement. En effet, tout ce qui est observé à travers ce modèle est relatif à la situation localement analysée en fonction de conjonctures et de volontés politiques ou stratégiques. La principale limite réside donc dans l'ambition même de vouloir rendre intelligible une complexité non réductible. À cet égard, le modèle est chronophage et nécessite une expertise analytique en amont de la récolte des éléments. Toutefois, il a le mérite de mettre en relation l'événement avec le territoire en centrant l'analyse de l'étude d'impact sur le lien abscons qui se tisse entre les deux éléments, à défaut d'éclairer une seule dimension avec tous les écueils que cela comporte.

Néanmoins, la limite du contexte local se situe ici : l'élu municipal va s'appuyer sur des associations qui s'inscrivent dans sa politique, il va faire des efforts financiers sans être sûr de satisfaire l'ensemble de la demande locale, les associations soutenues ne vont pas représenter tous les pratiquants (Noé, 1991), les événements ne satisferont pas tous les citoyens, des conflits d'usage relatifs à une privatisation de l'espace public peuvent apparaître... C'est à ce niveau que se situe l'arbitrage du « politique » qui soutiendra ou non le projet, ne serait-ce qu'à travers l'octroi d'autorisations administratives. Ce sont donc avant tout des décisions politiques et stratégiques liées à une représentation de la société, une conjoncture, qui peuvent aussi renvoyer aux référentiels, à la culture d'un élu qui a le pouvoir décisionnaire. C'est bien pour cela qu'à l'issue des développements thématiques sur les jeux d'acteurs et l'ancrage territorial nous avons voulu développer la réflexion autour de l'acteur public, de son implication et des enjeux que cela suscite sur la structuration des activités physiques et sportives. Sa centralité qui se caractérise par la « *position plus ou moins accessible d'un nœud dans un réseau* » (Granovetter, 1973) est sous-jacente à tous les éléments analytiques de cette thèse, d'où notre choix d'appréhender la question de l'impact d'un événement sportif à travers une analyse socio-politique.

La diversité des événements vient justifier une nouvelle fois cette idée de complexité débouchant sur ce que nous appelons l'« universelle singularité » des effets. Le cas de Roland Garros³³⁷ est unique au monde. Celui de « La Parisienne » le devient³³⁸ grâce au réseau du porteur de projet, au soutien de la ville et à une tendance conjoncturelle très favorable sur le « running » féminin. Le « LNB All Star Game » est un dispositif plus classique de sport-spectacle, mais il reste très dépendant de l'image de la ville de Paris et de son écrin de Bercy. La « course cycliste du 14^e arrondissement » est riche d'enseignements, en dépit de son rayonnement restreint, elle représente l'adéquation parfaite entre un territoire, un patrimoine et une discipline sportive peu présente dans l'espace urbain. Le soutien des élus est d'ailleurs salvateur sur cet aspect. « Femmes en sport » et « Charléty sur Neige » alimentent des politiques publiques. À ce titre, ces dispositifs émergent en réaction à des

³³⁷ Par cela nous entendons le cas d'un événement de cette ampleur appartenant à une fédération et finançant le développement d'une discipline à l'échelle d'un pays.

³³⁸ Première course féminine d'Europe en 2017.

situations établies : sous-utilisation d'un équipement, taux de féminisation de la pratique sportive trop faible. Ils sont par définition des émanations du territoire, puisqu'ils sont des réponses formalisées par les élus et les techniciens de la ville de Paris à des questions sociétales.

Les événements prenant place sur le site des « Berges de Seine », quant à eux, illustrent parfaitement les tensions qui existent entre différentes conceptions du sport par des acteurs qui poursuivent diverses finalités. L'acteur public, tourné vers le sport auto-organisé, choisit de développer une modalité de pratique qui n'est pas anodine. Ce dispositif, présenté comme le laboratoire du sport urbain de demain, relègue encore un peu plus la dimension éducative et collective de l'organisation des activités physiques et sportives au second rang. De leurs côtés, « Courir Ensemble » et le « Famillathlon », deux événements portés par des associations, montrent bien la prégnance du territoire et de l'emplacement de l'événement. Sans le dynamisme du relais bénévole parisien pour l'un et le soutien du ministère des Sports pour l'autre, ces projets n'auraient pas vu le jour.

Une nouvelle fois, cela illustre la complexité inhérente à l'émergence d'un projet événementiel, au moment même où de plus en plus d'acteurs investissent ce champ. Cela renforce aussi notre conviction selon laquelle les effets d'un événement ne peuvent se traiter de manière indépendante de ce qui se déroule en amont. L'ambition de ce modèle est bien de respecter cette complexité pour comprendre, analyser, identifier de nouveaux enjeux et se « requestionner » sur l'organisation des activités physiques et sportives. En les mettant en relation avec le territoire, c'est à la fois un moyen d'appréhender plus globalement ce qu'ils génèrent, et un outil pour appréhender ce qui s'y déroule à moyen terme. Les événements sportifs par leur potentiel fédérateur, la vitrine qu'ils représentent et la diversité de finalités et d'acteurs qu'ils véhiculent, constituent un baromètre riche en enseignements. Pour toutes ces raisons, ils méritent une attention toujours plus soutenue pour ne plus seulement être traités de manière quantitative au moment de l'accueil d'un événement international.

Cette compréhension relative ouvre la voie à notre ambition de prendre en compte à plus long terme les effets vertueux d'un projet événementiel. En systématisant ce type d'approche, cela peut permettre de développer *in fine* des cadres de réflexions débouchant sur une meilleure compréhension du rôle des événements sur un territoire, eu égard à l'ensemble de leurs caractéristiques et de leurs effets. Ces événements, par effet de récurrence, sont un moyen de créer de la dynamique au niveau local. En comprenant mieux la situation d'un territoire à travers le potentiel d'un événement sportif, nous pouvons envisager le développement d'un outil permettant d'appréhender ce que la complémentarité entre plusieurs projets pourrait produire à plus long terme.

Le potentiel du portefeuille d'événements sportifs

La notion de portefeuille d'événements sportifs correspond à une mise en réseau généralisée d'acteurs participant à l'organisation d'événements sportifs récurrents et complémentaires. La cohérence d'un portefeuille s'appuie sur l'idée que les événements, par leur singulière relation avec le territoire, ne génèrent pas les mêmes impacts. Il s'agit donc de formaliser un système au sein duquel chaque événement viendrait nourrir l'ensemble en jouant son unique et singulière partition, en complément des autres. Chalip (2008), par exemple, évoque l'idée de se concentrer sur les relations entre les événements et la constitution de portefeuille de petits événements sportifs récurrents, cohérents en tant que facteur constitutif de synergies. Selon lui, ils peuvent initier le ciment de politiques sportives et/ou touristiques. Cette diversité permet de répondre à différents problèmes de la vie en société comme la qualité de vie où les questions identitaires. La formalisation est donc un moyen pour l'acteur public d'organiser une réponse coordonnée par différents acteurs du champ sportif, de la jeunesse, de la culture ou du tourisme. Ils vont plus généralement permettre la rencontre et la mise en relation entre des acteurs. Dans le cas d'événements récurrents, ils vont générer un renforcement de ces relations et des mises en réseau se traduisant par des synergies. Surtout, par leur mise en relation et leur systématisation, ils vont permettre un effet d'expérience à moyen terme bénéficiant à toutes les entités mobilisées par l'organisation.

« L'essence de cette approche réside dans la mise à disposition d'un portefeuille constituant un modèle stratégique concernant les événements et leurs interrelations. Celles-ci seront cultivées et renforcées par l'exploitation de leur opérationnalisation et de leur parenté (la manière dont ils se complètent les uns les autres)³³⁹. » (Ziakas, Costa, 2011a).

Cela sera possible par la mise en relation d'événements symbiotiquement connectés, la mobilisation de ressources communes et d'un vivier de bénévoles communs (c'est par exemple déjà le cas dans le 14^e arrondissement de Paris particulièrement dynamique en termes d'événementiel sportif et culturel). La planification stratégique est nécessaire pour éviter l'épuisement des ressources locales, l'accueil d'événements redondants ou tout simplement pour que l'offre ne dépasse pas la demande (Ziakas, Costa, 2011b). Selon ces auteurs, le portefeuille peut d'ailleurs inclure les événements culturels. Il s'agit d'une approche globalisée et pas seulement focalisée sur le sport, la culture, la jeunesse ou le tourisme.

En réalité, très peu d'études traitent ce phénomène. Les rares universitaires qui s'y intéressent le font généralement par le prisme d'un marketing à visée commerciale. Par ce biais le portefeuille est vu comme le moyen de créer une marque (événement / destination). Ils peuvent toucher des cibles variées sur des marchés divers s'ils sont mis en relation au sein d'un portefeuille complémentaire (Ziakas, Costa, 2011b). Sur ce modèle, les événements sont répertoriés par taille et chacun a un but bien précis, le plus souvent économique, avec les dépenses touristiques liées à l'image (Gibson et al., 2003, 2012 ; Chalip et al., 2004 ; Chalip, 2005 ; Getz, 2005, 2008, 2013 ; Kotze, 2006 ; Kaplanidou, Gibson, 2010). Par exemple, Horne en 2000 a travaillé sur une série d'événements sportifs récurrents (proche du concept

³³⁹ Traduit de l'anglais.

de portefeuille) basés sur le sport amateur. Il a montré que leur organisation crée une image accueillante du territoire qui est à même d'augmenter les revenus liés au tourisme.

D'ailleurs, il est à noter que les travaux sur les portefeuilles d'événements sportifs glissent souvent vers un plaidoyer en faveur des petits événements sportifs récurrents. En opposition aux événements sportifs majeurs, ils généreraient selon ces études beaucoup d'impacts positifs et surtout peu, voire pas, de nuisances. Pour Daniels et Norman (2003), ils apportent un impact potentiellement beaucoup plus durable pour les territoires hôtes que les grands événements puisqu'ils s'appuient sur des infrastructures locales préexistantes et sont en lien avec les besoins et apports du territoire. En conséquence, ils permettent d'avoir un meilleur « contrôle du local » (Daniels, Norman, 2003). De la même manière, Higham (1999), travaillant sur sept projets événementiels récurrents, a mis en exergue exclusivement des revenus positifs : pas de coûts, pas de nuisances pour les résidents. D'autres ont montré l'impact positif sur l'économie (Gibson, 2003 ; Ritchie, Adair, 2004 ; Saayman, Saayman, 2008). Bien que les effets soient générés plus difficilement et qu'ils soient de très court terme... ils ont lieu chaque année (Giampacoli et al., 2015).

Malgré ces travaux, nous ne souhaitons pas nécessairement appuyer une vision d'un portefeuille exclusivement constitué de petits événements sportifs. Si l'on prend l'exemple de l'événementiel sportif à Paris, il semble que ce soit justement à la faveur du prestige et de l'attractivité de la capitale que certains projets événementiels d'envergure y rayonnent (« LNB All Star Game », « La Parisienne », Roland Garros ; Marathon de Paris, les grands événements équestres, l'arrivée du Tour de France, etc.). En l'occurrence, à Paris les ressources territoriales (Gumuchian, Pecqueur, 2007) semblent constituer un espace attractif pour les événements sportifs médiatiques, figure de proue de leur discipline.

Quels que soient les événements sélectionnés, le portefeuille nécessite l'établissement d'une action concertée inter-disciplinaire pour appréhender la diversité des caractéristiques de chaque projet. Dans la sous-partie suivante, nous présentons quelques tentatives de formalisation qui peuvent s'apparenter à un portefeuille. Toutefois, ces projets restent généralement considérés par le prisme du tourisme sportif.

La nécessaire « intégration stratégique » : une approche interdisciplinaire

Une tentative de formalisation a été faite par la « National Association Sport Commission³⁴⁰ » (NASC) aux États-Unis. Bien sûr, cette approche s'effectue dans un contexte américain où les événements et l'organisation des activités physiques et sportives sont structurés de manière générale par une sphère privée marchande. Toutefois, cet organisme a joué un rôle prépondérant en soutenant et en encourageant le tourisme sportif lié aux petits événements sportifs récurrents³⁴¹ comme un secteur à part entière. Don Schumacher le directeur exécutif en a même fait son « cheval de bataille » : défendre le tourisme sportif par les petits événements récurrents. Selon le NASC, « *l'intérêt pour une collectivité de se constituer un portefeuille d'événements sportifs de petite échelle, surtout au niveau de la jeunesse semble avoir du sens* » (Doshi, Schumacher, Snyder, 2001). L'existence de ce type d'initiatives outre-Atlantique, s'opère sans le concours des acteurs publics. En France, le sport relève d'un intérêt général qui légitime l'intervention de la sphère publique dans l'organisation et la gouvernance du sport. Néanmoins, si les moyens nécessaires pour la mise en œuvre de ce type de réseau semblent manquer, le processus qui peut être généré par le portefeuille semble être tout à fait similaire d'un point de vue théorique, au niveau des mises en synergie d'acteurs ou de l'effet d'expérience.

Une des stratégies peut viser à construire les petits événements au cœur des plus grands et améliorer ainsi la cohérence des stratégies régionales en matière d'événement sportif. Au niveau régional, dans les petites communes ou les communautés rurales, ces petits événements et festivals sont souvent des réussites mais les effets sont très éphémères, généralement en raison d'un manque de vision stratégique (Higham, Ritchie, 2001 ; Getz, 2005, 2013, 2016). Cela renvoie à ce que nous observons dans le cadre de « Femmes en Sport » ou du « Famillathlon », qui ne s'inscrivent pas dans le temps. Il faut effectuer un effort coordonné pour organiser, implanter les différents événements en termes d'objectifs et d'utilisation des ressources. Cela ne permettra pas uniquement de maximiser les impacts, mais aussi d'améliorer et de renforcer la collaboration entre les parties prenantes (Ziakas, Costa, 2011b). Le plus important serait d'intégrer tous les produits et services régionaux en vue de répondre à de multiples objectifs. L'effort concerté pour développer des stratégies autour des portefeuilles doit servir *in fine* d'espace commun pour divers acteurs. Dans ce contexte, la communauté d'accueil va employer une approche intégrée pour créer délibérément de la synergie entre les événements culturels et sportifs ; en vue de les inclure dans des structures locales pour initier ou contribuer au développement régional (Ziakas, Costa, 2011a). Les politiques publiques ont à cet égard un rôle stratégique à jouer.

Le cas de Fort Stockton dans l'étude de Ziakas et Costa (2011a) montre un terrain commun construit par la communauté pour accueillir et capitaliser sur une série d'événements sportifs récurrents et le développement d'interconnexions internes entre les parties prenantes. Ainsi, la collaboration entre ces acteurs peut se faire au sein d'un système inter-

³⁴⁰ Cet organisme, fondé en 1992, compte à l'époque 13 membres. Aujourd'hui, fort de plus de 500 membres, il fournit un réseau de communication entre les commissions des sports, les agences de tourisme, les chambres du commerce et les détenteurs de droits sur des événements. Cela permet d'améliorer l'accès aux informations sur les événements sportifs entre les acteurs. En outre, le NASC a aussi pour mission d'éduquer les membres dans les domaines du marketing sportif et du management pour fournir une réelle connaissance du monde sportif.

³⁴¹ Les « *small scale sport events* » comme nous les trouvons dans la littérature anglo-saxonne.

organisationnel ancré sur des relations stables (Provan, Milkward, 1995 ; Uzzi, 1997 ; Scott et al, 2008) dont les événements récurrents peuvent être porteurs (Gibson et al., 2003 ; O'Brien, Chalip, 2007). La collaboration peut induire des buts communs, des ressources partagées (Girginov, Hills, 2009), un accord sur des valeurs communes (Snelgrove et al., 2008) ou encore une coordination de l'activité au niveau local (Bramwell, Sharman, 1999 ; Hall, 2001). Il semble qu'il y ait une nécessaire répartition entre les sphères économique et sociale dans la distribution des bénéfices (John, Campbell, 1996) et une répartition harmonieuse des impacts économiques, sociaux, culturels et environnementaux (John, Campbell, 1996 ; Quinn, 2009 ; Smith, Smith, 2009). Ces travaux rejoignent les conclusions de Getz (2013, 2016) ou de Green et Jones (2005) sur l'importance de débiter une intégration stratégique des événements dans des politiques (Coalter, 2004) qui vont soutenir le développement régional (Girginov, 2012). Cela nécessite une approche inter-disciplinaire quant à la manière dont nous pensons les événements.

La principale difficulté : assembler une toile fragmentée

Il est souvent difficile de mettre cela en place sur le terrain en raison des intérêts divergents des différentes parties prenantes (Higham, 1999 ; Brown et al., 2007 ; Parent, 2008 ; Getz, 2010). De plus, dans la constitution du portefeuille, plus il y aura d'événements, plus il y aura très logiquement de parties prenantes (Andersson, Getz, 2008). Parfois les valeurs de celles-ci ne vont pas s'accorder (influence politique ou commerciale par exemple dans le cas du « Famillathlon » et de « La Parisienne »). Cela peut alors exacerber l'antagonisme entre certains acteurs et compromettre le caractère authentique des événements (Johnson, Sack, 1996 ; Chalip, 2006). La constitution du portefeuille s'en trouvera fragilisée. Cela peut également rejaillir sur les événements ponctuels.

De nombreuses études sur l'identification et le rôle des parties prenantes (Hede, 2008) sont nées du constat de cette complexité. Brown et collaborateurs (2007) ont également développé une typologie de parties prenantes d'événements différenciés selon un critère interne (propriétaires des droits de l'événement, managers, employés, bénévoles, etc.) et un externe : alliés et collaborateurs (association sportive), régulateurs (gouvernement), facilitateurs (fournisseurs de ressources), directeurs d'infrastructures, etc.

Le problème qui se pose est donc celui de la complexité que comporte le concept de portefeuille d'événements puisqu'il nécessite la mise en congruence de nombreuses parties prenantes ayant des conceptions différentes du sport. De plus, l'absence de guide dans la littérature sur la stratégie de ces portefeuilles peut freiner certains décideurs face à l'ampleur et l'intangibilité de la tâche. Pourtant, une approche stratégique intégrée peut permettre de cultiver ces synergies sur différents événements basés autour de l'utilisation partagée de ressources (Green, 2001). Mais avant tout, comprendre le contexte et le cadre d'analyse semble essentiel pour utiliser un portefeuille (Putnam, 2001 ; Rohe, 2004). Les conclusions de notre thèse rejoignent ce constat.

Le développement d'un portefeuille est aussi très difficile à mettre en place car il mobilise des aspirations économiques et sociales parfois antinomiques. Il faut, dès lors, trouver des synergies intégrant ces deux perspectives. Cela conforte notre analyse selon laquelle l'action concertée (Honta, 2008) entre acteur public et acteur privé (marchand ou non) génère à travers l'événementiel sportif plus d'effets sur le territoire. C'est un catalyseur de mise en

réseau et d'émulation territoriale. Pour Chalip (2006), « *les impacts sociaux des événements sportifs sont renforcés lorsque l'art est utilisé en complément du sport, et quand la dimension commerciale soutient les effets sociaux*³⁴² ». Le modèle des dynamiques locales qui intègre conjointement ces différentes dimensions correspond à cette idée. Les volontés premières ne sont pas antinomiques mais complémentaires à la faveur d'une hiérarchisation des finalités. Pour cette raison, comprendre l'impact social ne peut faire l'économie d'une analyse soutenue des dynamiques locales.

Toutes ces catégories illustrent la difficulté de faire converger les intérêts de parties prenantes aussi diverses. Si l'objectif est de développer un portefeuille, il faut faire ce travail au niveau local pour identifier puis faciliter la satisfaction et la collaboration. Dès lors, le vrai challenge est d'assembler une toile fragmentée. Cette « fragmentation » entre le sport et le tourisme est un défi pour le développement de synergies et pour le développement du tourisme sportif (Hinch, Higham, 2001, 2002 ; Weed, 2001, 2003 ; Devine et al, 2010 ; Gibson et al., 2012). C'est également le cas pour ce qui est de la culture et du sport (Charrier, Jourdan, 1999 ; Chalip, 2006 ; Jourdan, 2014). Au sein d'un portefeuille, les événements aux finalités différentes peuvent venir se compléter pour trouver un équilibre générateur de dynamisme territorial pérenne.

L'acteur public, par sa position centrale et surtout sa légitimité politique et légale sur l'échiquier territorial, constitue le nœud autour duquel ces relations se construisent. Il peut aussi être à la base d'un programme d'accompagnement ou d'héritage (Coalter, 2004 ; O'Brien, Chalip, 2007 ; Girginov, Hills, 2009). Par une politique sportive active à ce niveau, il peut générer de la congruence vertueuse par un soutien planifié de projets événementiels complémentaires. Aujourd'hui, la décision inhérente au soutien est encore très informelle, reliée à un large faisceau de circonstances. La formalisation d'une réflexion sous forme de portefeuille, légitimée par une approche en termes de dynamiques locales, peut offrir cet espace pour la mise en réseau et le développement de relations sur le moyen/long terme. L'accompagnement de synergies s'appuyant sur le renforcement des interactions à la faveur de la récurrence et du réajustement du système, peut permettre de maintenir la perception d'un intérêt commun pour chacun des acteurs impliqués. Il semble donc nécessaire d'examiner les rôles divers tout autant que les éléments communs de ces événements. Ce constat doit rester étroitement lié au contexte sociopolitique et économique du territoire hôte. Les dynamiques locales représentent potentiellement un véhicule analytique adapté pour rendre cette complexité un peu plus intelligible.

Les portefeuilles parisiens

La plupart des études soulignent qu'une approche systémique du portefeuille d'événements sportifs peut induire un développement social et économique. C'est aussi et surtout le moyen de construire des relations entre différentes parties prenantes en mettant en congruence le sport et la culture au service de l'intérêt général. À terme, cette ligne de pensée peut conduire à inciter les collectivités territoriales à accueillir et incorporer des événements dans le cadre d'études institutionnelles, pour délivrer une vision plus stratégique du territoire à travers ses événements et aboutir à un développement régional durable (Ziakas, Costa, 2013). C'est ce qui a été amorcé par la mairie de Paris à travers le

³⁴² « *Social outcomes of sport events may be furthered when the arts are used to complement sport, and when commercial elements support social leverage.* »

dispositif des « Berges de Seine » qui vise théoriquement à intégrer sur un même site des acteurs culturels et sportifs dans l'optique de créer de nouveaux usages urbains et une dynamique à l'échelle municipale voire régionale. Nous avons vu que la mise en réseau qui résulte de cette initiative se traduit en réalité par une situation de déconnexion et ce pour diverses raisons : illisibilité du projet et de ces objectifs, manque de volontarisme politique/stratégique, logiques divergentes dans la manière de concevoir la pratique sportive, gouvernance complexe et jeux d'acteurs révélant des incompréhensions. Cela renvoie totalement à la difficulté précédemment évoquée de concilier des aspirations antinomiques.

Amine Bouabbas³⁴³ ou Jean Vuillermoz³⁴⁴ sont d'ores et déjà convaincus de l'intérêt de développer une réflexion de ce type. Ils l'ont évoqué clairement lors de leurs entretiens respectifs en indiquant surtout la manière dont cela s'opère déjà de manière informelle sur leur territoire. L'un et l'autre relèguent la planification stratégique au rang secondaire. Ils vont aider tel ou tel projet événementiel par rapport aux volontés politiques ou au contexte local. Parfois ces projets génèrent l'apparition de ce type de synergies sans qu'il n'y ait de réelles réflexions en amont, aussi formalisées qu'un portefeuille.

En revanche, ce que développe la mairie de Paris à travers la mission des « Grands Événements Sportifs Internationaux » (GESI) et l'accueil de ces grands projets, est un laboratoire particulièrement pertinent auquel notre réflexion sur la diversité des projets parisiens vient s'ajouter. Ce travail transversal mobilise l'ensemble des directions, capitalisant sur les effets vertueux, les modes de gouvernance et les réseaux créés à la faveur des événements précédents. C'est un moyen d'aborder l'événementiel sportif de manière plus systématique comme un levier, une opportunité pour le territoire.

Prenant le contre-pied des études anglo-saxonnes évoquées précédemment qui insistent sur le rôle vertueux des petits événements sportifs récurrents, la ville de Paris développe une réflexion autour d'événements majeurs³⁴⁵. Ainsi, la nouveauté réside dans la façon d'aborder l'ensemble de ces projets comme une seule et unique ressource durable pour le territoire, pas seulement à travers l'accueil d'un unique projet comme l'Euro 2016. Nous entrevoyons aussi l'intérêt des effets de la récurrence qui viennent alimenter les dynamiques générées par les événements à travers leur complémentarité et les réseaux d'acteurs pérennes qu'ils engendrent. C'est enfin le moyen de créer une compétence organisationnelle par le développement d'une expertise dans l'accueil de projets d'envergure. Karim Hérída, directeur de la mission GESI à la mairie de Paris évoque bien cette idée par laquelle la réception conjuguée de plusieurs grands événements sportifs génère un effet d'apprentissage et une fluidification des processus internes à la gouvernance de ces projets³⁴⁶. Pour une meilleure compréhension du portefeuille d'événements sportifs, il serait particulièrement intéressant de suivre les dynamiques locales initiées par ces projets dans les années à venir.

³⁴³ Adjoint à Carine Petit, maire du 14^e arrondissement de Paris, en charge des Sports.

³⁴⁴ Adjoint à Bertrand Delanoë, maire de Paris, en charge des Sports de 2008 à 2014.

³⁴⁵ Euro 2016, mondiaux de handball 2017, Gay Games 2018, Ryder Cup 2018, coupe du monde de football féminin 2019, Jeux Olympiques de Paris 2024.

³⁴⁶ Entretien du mercredi 16 mars 2016 que nous menons dans le cadre d'une étude de l'impact social de l'Euro 2016 en collaboration avec d'autres chercheurs du laboratoire d'Orsay sous la coordination de Dominique Charrier et Jean Jourdan.

L'analyse des impacts, un moyen et non une finalité

Les sciences sociales et de gestion appliquées au sport se sont structurées en tant que discipline à part entière, à la faveur des particularismes du contexte à l'étude. Ce dernier confère par essence à ce champ un cadre qui permet d'en dresser les contours comme une discipline reconnue et digne d'intérêt d'un point de vue scientifique (Gerrard, 2015). C'est pourquoi il ne faut pas l'aborder comme un problème mais plutôt l'intégrer telle une caractéristique centrale, préservée et mise en valeur. De la même manière, le phénomène sportif dans les municipalités s'intègre à la politique et ne peut s'analyser sans les données sociales (Noé, 1991).

Plutôt que de s'intéresser uniquement à ce que génère l'événement sportif en termes d'impact, nous avons suggéré de prendre en compte les caractéristiques du contexte qui lui permettent d'émerger. Cette tendance se retrouve d'ailleurs dans la littérature scientifique et les débats les plus récents. Les dimensions sociales et politiques produites par l'événementiel sportif sont abordées de manière plus régulière depuis les années 2000 (Chalip, 2006). Cette évolution s'accompagne d'une mutation des approches au sujet des impacts. L'attention est de plus en plus portée sur la compréhension des effets (Crompton, 2006). Par exemple, l'ouverture du congrès de l'European Association for Sport Management à Dublin en septembre 2015 par l'économiste anglais Bill Gerrard, fut une ode au contexte et aux spécificités sportives. Le « *workshop* » sur les études d'impact du même congrès révèle dans sa conclusion portée par les universitaires anglo-saxons Mike Weed, Marije Taks et Laura Misener, qu'il semble désormais nécessaire de faire une analyse conjointe des impacts de l'événement et des ressources du territoire. Ces conclusions rejoignent aussi l'approche que l'on trouve dans la littérature autour du terme « héritage³⁴⁷ » (Preuss, 2007 ; O'Brien, Chalip, 2007 ; Girginov, Hills, 2009 ; Girginov, 2012 ; Thomson et al., 2013 ; Holt, Ruta, 2015). Pour Cornelissen et collaborateurs (2011), un événement pourra avoir un impact seulement s'il est intégré dans le contexte local au sein d'une approche systématique de la « *triple bottom line*³⁴⁸ ». Pour ces auteurs, il est dommageable que la plupart des modèles d'évaluation se reposent sur « *la vision hégémonique néo-libérale et aide à évaluer les impacts politiques, économiques et culturels d'une manière restreinte et non holistique* » (Cornelissen, Bod et Swart, 2011).

Mike Weed (2011, 2015), Marijke Taks (2015) ou Vassil Girginov (2012) évoquent justement l'analyse des effets d'un événement sportif par la mise en relation des ressources et des impacts. On parle aussi de rationalité situationnelle (Salisbury, 2015). En ce sens, ces auteurs évoquent une approche « réaliste » en vue de comprendre comment les effets apparaissent et pas seulement de les décrire. Pour cela, il peut être pertinent de se focaliser sur les mécanismes en amont qui vont permettre, en s'appuyant sur des configurations locales singulières, de produire des effets vertueux que ce soit à moyen ou long terme. Souvent, ces raisonnements s'opèrent dans le cadre des grands événements sportifs. Mais dans le cas de ceux de moindre envergure, le raisonnement est similaire : s'il n'y a pas « *d'inputs réels* » (programme d'accompagnement, investissement), ce sont les ressources du territoire qui prévalent. Dominique Charrier et Jean Jourdan (2009, 2014) ont, à ce sujet, évoqué le

³⁴⁷ Traduction de « legacy ».

³⁴⁸ Les trois piliers de la responsabilité sociétale à savoir les impacts : économiques, sociaux et environnementaux.

concept de dynamiques locales qui vise à appréhender l'ensemble des phénomènes et interactions entre acteurs qui s'opèrent autour d'un équipement, d'un projet ou d'un événement sportif. En appliquant ce canevas analytique au cas de l'événementiel sportif, il s'agit d'éclairer les ressources (conditions de réalisation de l'événement) en amont et les externalités qui apparaissent en aval de son organisation (les effets). Plutôt que de traiter la question « *quel est l'impact économique ou social de cet événement ?* », l'approche que nous proposons envisage plutôt l'interrogation suivante : « *Pourquoi un projet événementiel se développe sur un territoire plutôt qu'un autre et pourquoi génère-t-il ces effets ?* ».

Dès lors, il s'agit bien d'éclairer conjointement les conditions qui rendent possibles l'émergence de l'événement et les effets qu'il génère sur le territoire. Pour ce faire, il faut opter pour une approche intégrative dans l'analyse des caractéristiques de l'événement, du territoire, des effets produits par cet alliage « événement/territoire » et d'une analyse de la gouvernance des projets, en particulier du rôle déterminant de l'acteur public. C'est l'objectif du modèle des dynamiques locales appliqué à l'événementiel sportif que nous proposons en conclusion de cette thèse.

Trop souvent, les études d'impact des événements sportifs se sont focalisées sur le projet événementiel et ses caractéristiques. Pour comprendre ce qui se joue par l'organisation d'un événement sportif sur un territoire, il nous semble qu'il faille s'intéresser autant au territoire hôte qu'à l'événement. Pour cela, une analyse en trois temps offre un découpage chronologique (avant, pendant, après) qui vise à appréhender ce qui relève du terreau, et ce qui relève de l'impact. Ainsi, nous utilisons les impacts non pas comme une finalité mais plutôt comme un point d'appui analytique permettant de révéler des enjeux. Il nous semble intéressant de traiter la question de l'impact de la manière la plus transversale possible, éclairant ce que cela révèle en termes de jeux d'acteurs ou de politiques publiques. C'est pourquoi nous utilisons les termes « appréhender » ou « comprendre », plutôt que « mesurer » ou « évaluer ». Ces derniers orientent inévitablement l'analyse vers une approche quantitative incitant au jugement et aux préconisations managériales. C'est également la raison pour laquelle nous ne les traitons pas du côté de la demande : ils offrent un prisme d'analyse, un point d'ancrage à la compréhension du fait sportif et à l'aménagement du territoire.

Les impacts de chacun des projets événementiels nous ont conduits à analyser les dynamiques générées par le prisme de la mise en réseau. Les événements, très différents dans leurs concepts et volontés premières, sont des outils de mise en synergie des acteurs par leur simple opérationnalisation. Nous avons vu que ceux qui permettent de mettre les acteurs en réseau sont plus à même de diffuser des effets vertueux. La notion d'ancrage territorial vise à identifier, puis éclairer, ce lien qui existe entre le territoire et l'événement. Elle est composée de plusieurs dimensions construites sur la base des impacts identifiés : social, économique, spatial et patrimonial. Cette entrée par les impacts ne constitue donc pas une finalité. C'est un moyen d'analyser les dynamiques locales pour accéder à une compréhension des enjeux inhérents à l'organisation d'un événement sportif sur un territoire donné.

Des dynamiques locales à la dynamique territoriale

Pour conclure définitivement la thèse, revenons synthétiquement sur ce que nous avons appréhendé dans cette conclusion qui traite du passage de l'éloge de la complexité (modèle des dynamiques locales) à l'éloge de la complémentarité (portefeuille d'événements sportifs).

Nous avons vu que chaque événement sportif parisien utilise un élément du territoire pour se pérenniser ou se développer. Cependant, dans le cas de certains concepts événementiels plus « standards », ils peuvent aussi se développer ailleurs. L'ancrage territorial ne sera pas forcément moindre, mais il sera probablement moins vecteur d'identité puisque les représentations véhiculées par l'événement à travers le lieu seront diluées. De manière générale, il semble que Paris soit un terrain fertile pour les événements qui pourraient profiter d'une certaine forme de prestige ou d'effet de taille (« La Parisienne », « LNB All Star Game », « Roland Garros »). Cependant, pour que cette relation soit vertueuse, il paraît nécessaire de trouver des soutiens politiques. Ainsi, l'ancrage territorial de l'événement devient un précieux atout pour s'attirer le soutien de la sphère publique. Celui-ci est indispensable pour obtenir l'usufruit de lieux réputés (Champ de Mars, stade Roland Garros à Auteuil) qui sont la propriété de la ville de Paris. C'est la raison pour laquelle nous avons, tout au long de cette thèse, accordée une importance particulière à l'implication de l'acteur public, par une analyse socio-politique des jeux d'acteurs. En étant une des caractéristiques de l'impact social, la synergie renforce l'ancrage territorial de l'événement. Ainsi, un événement plus ancré générera mécaniquement plus d'effets sur le territoire hôte.

Comprendre la manière dont l'acteur public utilise les différents projets événementiels, même lorsqu'il n'en est pas l'instigateur, nous amène à faire le constat d'une forme de porosité entre les sphères publiques et privées. Le prisme du projet événementiel nécessite une analyse affranchie de ces alternatives binaires et de l'éventuelle dualité qu'elle véhicule. Les événements sportifs sont des projets vecteurs de dynamisme lorsqu'ils se constituent au sein d'une transversalité mobilisatrice. Cette transversalité est induite par un événement sportif générateur de dynamique locale. Elle trouve sa pleine mesure dans l'événementiel par le caractère fédérateur et visible qu'il abrite.

L'analyse de l'événementiel sportif parisien semble enfin révéler un modèle de cogestion du sport par déconcentration. C'est-à-dire que l'on ne trouve pas de modèle général formalisant l'implication des différents acteurs, au profit d'un éclatement et d'une diversité d'initiatives. Cette situation génère une gouvernance et des effets qui se singularisent au cas par cas. À cet égard, nous rejoignons les travaux de Weed (2008, 2011, 2015), Weed et Bull (2012), O'Brien et Chalip (2007), Girginov (2012) ; Taks et collaborateurs (2013) ou encore Bell et collaborateurs (2015) qui reconnaissent qu'un événement sportif n'a pas d'effet intrinsèque positif sur un territoire. C'est en imaginant ce qui peut l'accompagner, le faire vivre par les populations qu'il deviendra générateur d'impact. C'est la raison pour laquelle selon ces auteurs l'analyse doit se concentrer sur l'action publique et l'investissement dans les programmes d'accompagnement afférents aux événements sportifs (Coalter, 2004 ; Girginov, Hills, 2009).

Proche de cette analyse, d'autres auteurs tels que Green et Jones (2005) Kellett et collaborateurs, (2008), Charrier et Jourdan (2009, 2014), Coulom et Bessy (2014) ou encore

Salisbury (2015), nous invitent à nous concentrer en premier lieu sur le territoire ou l'une de ses principales caractéristiques pour comprendre le potentiel d'un événement sportif. Cette seconde approche « compréhensive » des impacts tendrait à être plus large que la première dans la mesure où elle intégrerait par exemple à la fois les jeux d'acteurs qui se créent grâce à l'événement (Ferrand, Barget, 2012) et la manière dont ce dernier questionne l'identité locale (Green, 2001), par une analyse du système territorial (Gumuchian, Pecqueur, 2007 ; Bessy, 2013).

Conformément à ces approches, nous avons entrepris de proposer dans cette thèse un modèle qui vise à présenter méthodiquement cette relation immatérielle entre l'événement et son territoire hôte. Il a l'ambition de définir, par certains indicateurs, le contexte permettant l'émergence ou la pérennisation du projet événementiel. À l'échelle de la thèse, c'est avant tout un moyen de reprendre l'ensemble des éléments produits, dans l'optique de les agréger, pour aboutir à la proposition d'un outil d'analyse. Il ne s'agit pas d'identifier les impacts d'un événement et de s'en tenir là. L'objectif sous-jacent est de comprendre ce qui se joue à travers l'accueil ou l'organisation d'un événement sur le territoire par l'identification d'enjeux et de questionnements analytiques. Ce modèle est un outil permettant une vision systématisée de ce que génère le projet événementiel sur un territoire en prenant en compte le plus possible des éléments du contexte, qu'ils soient conjoncturels ou non. Il s'appuie sur des dimensions relatives à l'événement et à sa temporalité, au lieu, puis à la relation qui s'opère entre les deux à travers les jeux d'acteurs et la notion d'ancrage territorial.

Tout en respectant cette complexité, le modèle des dynamiques locales est un éloge de la singularité. Rien ne permet de statuer qu'un type d'événement nécessite mécaniquement certaines conditions pour émerger, ni qu'il ne puisse induire des impacts attendus de manière discursive. Ce qui ressort de l'analyse est le lien étroit et non coercible entre le contexte du territoire, les volontés politiques et l'événement analysé.

Nous suggérons à ce stade que le terme « projet événementiel » employé généralement comme synonyme de « l'événement sportif » dans cette thèse, malgré sa connotation entrepreneuriale, est le plus approprié pour représenter ce que nous étudions. L'événement qui survient est un moment, un fragment de réalité perçue qui n'a pas d'autre unité que le nom qu'on lui donne. Cependant comme le rappelle Farge (2002), il ne peut se définir qu'à l'intérieur d'un système complexe de temporalités puisqu'il est « *fabricant et fabriqué, constructeur et construit, il est d'emblée un morceau de temps et d'action mis en morceaux, en partage comme en discussion* ». Pour lier cette analyse du « fait historique » à notre approche socio-politique, le terme « projet événementiel » se révèle pertinent pour appréhender ce qui se joue en amont, au cours et en aval de l'événement. Précisément, il engloberait ce qui produit l'événement, l'événement en lui-même et le cadre qui garantit les (éventuelles) actions développées pour garantir sa vie, au-delà de sa stricte temporalité présumée.

En comprenant mieux la situation d'un territoire à travers le potentiel d'un projet événementiel sportif, nous pouvons même envisager le développement d'un outil permettant d'appréhender ce que la complémentarité entre plusieurs projets pourrait produire. L'agrégation des dynamiques locales identifiées par ce modèle, pourrait alors se muer en une dynamique territoriale, initiée par un portefeuille d'événements sportifs.

Epilogue

Pour terminer ce manuscrit relatant quatre pleines de années de travail, je vais délaissier le nous de majesté pour adopter un ton plus personnel.

Ce travail sur les dynamiques locales trouve sa source dans ma volonté d'étudier les impacts des événements sportifs. En réalité, c'est un stage de master 1³⁴⁹ de quatre mois ayant pour problématique « *comment mesurer l'impact d'un évènement sur un territoire ?* » qui est le point de départ de ce travail de recherche. Plus précisément, il s'agissait de « mesurer » l'impact économique et médiatique de la réception du Tour de France à Bagnères-de-Luchon dans les Pyrénées les 18 et 19 juillet 2012. Délesté de tout appareillage théorique j'étais parti tête baissée sur le terrain, mettant en place une ambitieuse enquête à trois volets (55 commerçants, 24 hébergements et 458 spectateurs sondés). À l'époque, cet embryon de théorie ancrée était le fait de mon ignorance. Ce n'est qu'une semaine avant la date de remise du mémoire que ma tutrice m'avait suggéré d'insérer quelques références théoriques. Je me souviens particulièrement de ce soir où j'ai découvert l'existence de tous ces travaux sur ce sujet qui me motivait tant. Munie d'une très grande naïveté, je n'avais pas imaginé un instant ce foisonnement théorique. Je passais la semaine qui suivait à réaliser progressivement l'étendue des erreurs que j'avais commises dans l'étude, lisant en particulier un rapport pour la DIGES sur l'état de la recherche sur ces questions. Lors de ma soutenance, on m'avait reproché une trop grande ambition, voire une « mégalomanie » à vouloir mesurer un impact territorial. Pourtant, à l'issue de ce travail sur l'impact économique, j'avais la conviction que les événements pouvaient être le support de bien d'autres choses.

Une semaine après, lors de la rentrée du Master 2, on m'indique l'existence d'un parcours recherche auquel je n'avais absolument jamais songé. Toujours bien ancré dans ma naïveté je pensais que l'accession à cette formation ne s'obtenait qu'à la faveur d'une très bonne moyenne. Me situant autour de douze tout au long du master, je considérais cette porte fermée. Pourtant, sous le regard étonné de certains collègues de classe, je levais la main lorsque Marie-Christine Monnoyer, professeure émérite en sciences de gestion et responsable de ce parcours, sondait les candidats. Je su immédiatement que je voulais le faire quand elle trouva les mots pour m'expliquer que j'avais « *d'ores et déjà fait de la recherche* » à travers mon étude sur le Tour de France. D'un coup, l'idée d'une thèse devenait quelque chose d'accessible. C'était ce que je voulais.

Mon mémoire de recherche porte sur l'impact sociétal des événements sportifs. Lorsque les autres étudiants partent en stage au mois de février, je me plonge à plein temps dans la littérature inhérente à ces événements sportifs. Enfin renseigné dans les semaines/mois qui suivent sur le fonctionnement d'une thèse, j'entame la recherche d'un financement. Marie-Liesse Dovergne, chargée de cours dans mon M2 toulousain et ancienne doctorante du laboratoire SPOTS d'Orsay me met en contact avec Dominique Charrier. Après quelques échanges de mails, je sens son intérêt pour mon projet. Il me propose de candidater au contrat doctoral. La réussite de mon côté, les événements s'enchaînent parfaitement dans les semaines qui suivent, m'accordant même le luxe de ne pas donner suite à la négociation

³⁴⁹ Master Ingénierie Management des Organisations Sportives (IMOS) à l'IAE de Toulouse, Université Capitole 1.

pour un contrat CIFRE avec le comité régional olympique et sportif de Midi-Pyrénées. En septembre 2013, je suis dans les conditions optimales pour faire une thèse : je suis financé et encadré par des directeurs très à l'écoute, enthousiastes et bienveillants.

Par ces quelques lignes je voulais montrer que la thèse est le prolongement de mon intérêt pour cette thématique. Surtout, je ne peux pas me résoudre à penser que cela en représente l'aboutissement. J'imagine des pistes de réflexion à mener pour prolonger ce travail autour des dynamiques locales.

La première est déjà engagée depuis l'automne 2015. Sous la coordination de Dominique Charrier et Jean Jourdan et aux côtés de deux jeunes maîtres de conférences, Charlotte Parmantier (Université de Brest) et Mathieu Djaballah (Université Paris Sud), j'ai l'opportunité de travailler sur l'impact social de l'Euro 2016. Cette étude prolonge le travail de l'équipe de recherche « Sports, Politique et Transformations Sociales » de l'Université de Paris-Sud, autour de la coupe du monde de rugby qui s'est déroulée en France en 2007 (Charrier, Jourdan, 2009). Elle concluait notamment sur l'utilité de travailler *ex ante* et *ex post* et sur la nécessité de construire pour chaque événement une stratégie de recherche adaptée aux spécificités culturelles de l'activité sportive support, de l'événement et des contextes locaux. En mettant en œuvre des méthodes de collecte déjà testées dans cette thèse comme l'observation participante, je me suis intéressé en priorité aux thématiques des mobilités urbaines et de l'implication des habitants. Je participe aussi à la réflexion autour des jeux d'acteurs et à l'analyse du programme d'accompagnement de l'événement qui a donné lieu à un recensement extensif de plus de 600 points d'impact de projets liés à l'Euro à l'échelle régionale. La comparaison entre un portefeuille informel de neuf événements sportifs récurrents et un événement sportif majeur ponctuel est selon moi une opportunité de premier plan à saisir pour renforcer ce modèle à court terme. Ce serait aussi le moyen de comprendre encore mieux ce qui se joue à l'échelle parisienne, avec les Jeux Olympiques 2024 comme ligne d'horizon. Plus personnellement, je profite de ces lignes pour souligner que ce fut une aubaine de pouvoir concilier à la fois la relative solitude du travail de thèse et la richesse de la réflexion collective associée à ce projet.

La deuxième piste n'est pas incompatible avec la première, elle pourrait même en constituer le prolongement. Il s'agirait d'adopter une approche plus déductive. Fort de ce modèle construit sur le territoire parisien, il serait intéressant de pouvoir le tester dans un autre contexte, une autre ville française, voire un autre pays. Là où les études d'impact sont généralement incomparables, nous pourrions tester ce canevas analytique sur un autre terrain puisqu'une large part du modèle s'intéresse justement aux caractéristiques locales. Il ne s'agirait donc pas d'importer un modèle d'analyse « hors sol » mais plutôt des indicateurs qui visent justement à identifier ce qui se joue dans toute la complexité du contexte local par le rapport qu'il instaure avec un/des projet(s) événementiel(s) sportif(s). Ce serait justement l'occasion de le faire évoluer et de le renforcer. Surtout, ce serait une manière de continuer à explorer les méthodes d'analyse « compréhensive » des impacts, questionnant l'action publique (l'investissement autour du projet événementiel, les jeux d'acteur qui se créent) et/ou le territoire (notion de territorialité, construction identitaire, ressources territoriales). *In fine*, la notion de portefeuille d'événements sportifs toujours sous-jacente, pourrait occuper une place de plus en plus centrale dans l'analyse.

La troisième et dernière piste consisterait à faire évoluer le modèle vers plus d'indicateurs traitant la demande. En effet, il est un peu paradoxal d'expliquer vouloir entrer sur ce sujet

par les impacts des événements sportifs et de ne jamais s'intéresser aux ressentis des publics. Nous ne nous sommes intéressés « qu'aux » organisateurs et aux acteurs politiques liés aux projets étudiés. Cela s'explique et se justifie à la faveur d'une posture qualitative en lien avec la théorie ancrée. La vivacité des débats autour des impacts économiques et sociaux, conjuguée aux nombreux biais des méthodes hypothético-déductives relayés par la littérature scientifique (Sack, Johnson, 1996 ; Crompton, 2006 ; Weed, 2006 ; Guillemette, Anadon, 2007 ; Coalter, Taylor, 2008) nous ont encouragés à faire ce choix pour la thèse. Toutefois, une piste de réflexion future pourrait être justement d'accorder une part plus importante aux perceptions du côté de la demande. Ce serait aussi l'occasion de mettre l'accent sur la dimension « vécue » d'un événement, le frisson que l'on peut ressentir en foulant les Champs-Élysées parmi les milliers de coureurs du Marathon de Paris, ou encore en tant que spectateur lorsque les cyclistes pénètrent dans le vélodrome de Paris-Roubaix.

De quelque nature qu'il soit, l'événement se fabrique, se déplace et s'accomplit dans le large champ des émotions (Farge, 2002). Nous l'avons vu dans la thèse, c'est bien dans la multiplicité et la diversité (parfois fantasmées) de ses externalités qu'il puise son caractère insaisissable. Finalement, la seule chose qui peut s'affirmer avec certitude à la fin de ces trois années, c'est qu'il est et restera un objet d'étude passionnant.

Références utilisées dans la thèse

A

- Adamkiewicz, E. (1998). Les performances sportives de la rue. *Annales de la Recherche urbaine*, 79, 50-59.
- Aktouf, O. (1987). Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations. *Presses de l'Université du Québec*.
- Aldhuy, J. (2008). Au-delà du territoire, la territorialité. *Géodoc*, 55, 35-42.
- Alexandre, M. (2013). La rigueur scientifique du dispositif méthodologique d'une étude de cas multiple. *Recherches qualitatives*, 32(1), 26-56.
- Allen, J.-B., Bartle, M. (2014). Sport event volunteers' engagement : management matters. *Managing Leisure*, 19(1), 36-50.
- Allmers, S., Maennig, W. (2009). Economic impacts of the FIFA soccer World Cups in France 1998, Germany 2006, and outlook for South Africa 2010. *Eastern Economic Journal*, 35(4), 500-519.
- Alvesson, M., Sköldbberg, K. (2009). *Reflexive methodology: New vistas for qualitative research*. Sage.
- Anadón, M. (2006). La recherche dite « qualitative » : de la dynamique de son évolution aux acquis indéniables et aux questionnements présents. *Recherches qualitatives*, 26(1), 5-31.
- Anadón, M. (Ed.). (2007). *La recherche participative : multiples regards*. PUQ.
- Anadón, M., Guillemette, F. (2006). La recherche qualitative est-elle nécessairement inductive ?. *Recherches qualitatives*, 5, 26-37.
- Andersson, T.-D., Getz, D. (2008). Stakeholder management strategies of festivals. *Journal of Convention & Event Tourism*, 9(3), 199-220. Taylor & Francis Group.
- Andreff, W. (1999). Les finances du sport et l'éthique sportive. *Revue d'Economie Financière*, 55, 135-175.
- Andreff, W. (2011). Événementiel sportif, impact économique et régulation. In Desbordes, M., Richelieu, A. (2011). *Néo-marketing du sport. Regards croisés entre Europe et Amérique du Nord*, De Boeck : Management & sport, 67-90.
- Andreff, W. (2012). The winner's curse: Why is the cost of mega sporting events so often underestimated. *International handbook on the economics of mega sporting events*, 37-69.
- Andreff, W. (2012). *La mondialisation économique du sport*. De Boeck.
- Andres, L. (2006). Temps de veille de la friche urbaine et diversité des processus d'appropriation : la Belle de mai (Marseille) et le Flon (Lausanne). *Géocarrefour*, 81/2, 159-166.
- Ansart, P. (1998). Nation et ethnie : archéologie du problème. *Tumultes*, 11, 11-22.
- Ansart, P., Akoun, A. (Eds.). (1999). *Dictionnaire de sociologie*. Le Robert, Éditions du Seuil.
- Apostolopoulou, A., Clark, J., Gladden, J.-M. (2006). From H-Town to Mo-Town: The Importance of Super Bowl Entertainment. *Sport Marketing Quarterly*, 15(4).
- Archambault, E. (2005). Le bénévolat en France et en Europe. *Pensée plurielle*, 1, 11-34.
- Atelier Parisien d'Urbanisme. (2010). *Paris, métropole sur Seine*. Actes Sud.
- Aubel, O. (2005). *L'escalade libre en France : sociologie d'une prophétie sportive*. L'Harmattan.
- Augustin, J.-P. (2002). Corps sportifs en ville. *Urbanisme*, 325, 38-40.
- Augustin, J.-P. (2011). *Qu'est-ce que le sport ? Cultures sportives et géographie*. Armand Colin.
- Augustin J.-P. (2007). *Géographie du sport. Spatialités contemporaines et mondialisation*. Armand Colin.

- Augustin, J.-P. (1999). Assiste-t-on vraiment à un rejet de la culture sportive traditionnelle ?. *Agora débats/jeunesses*, 16(1), 11-20.
- Augustin, J.-P., Bourdeau, P., Ravenel, L. (2008). *Géographie des sports en France*. Vuibert.
- Augustin, J.-P. (2001). Espaces publics et cultures sportives. *Géocarrefour*, 76, 27-31.
- Ayerbe, C., Missonier, A. (2006). Validité externe et validité interne de l'étude de cas : une opposition à dépasser. *Journée "Études de cas", AIMS-IAE de Lille*.

B

- Baade, R. A. (1996). Professional sports as catalysts for metropolitan economic development. *Journal of urban affairs*, 18(1), 1-17.
- Baade, R. A., Dye, R. F. (1990). The Impacts of Stadiums and Professional Sports on Metropolitan Area Development. *Growth and Change*, 21(2), 1-14.
- Badie, B. (1995). *La fin des territoires : essai sur le désordre international et sur l'utilité sociale du respect*. Fayard.
- Bakouche, I. (2000). *La trace du fleuve. La Seine et Paris (1750-1850)*. Editions de l'EHESS.
- Baldock, A.-L., Maes, M., & Buelens, M. (2011). The Social Impact of the Tour de France: Comparisons of Residents' Pre-and Post-event Perceptions. *European Sport Management Quarterly*, 11(2), 91-113.
- Bell, B., Widdop, P., Minshull, S. (2015). *Olympic Impacts and Sport Development as Soft Legacy: Challenges of Measures and Evidence. Workshop Impacts and outcomes of sport events: Streamlining tools. Communication présentée au 23^{ème} congrès de l'European Association for Sport Management*.
- Barbot, M.-J., Camatarri, G. (2015). *Autonomie et apprentissage : L'innovation dans la formation*. PUF.
- Barbusse, B. (2002). Sport et entreprise : des logiques convergentes ?. *L'Année sociologique*, 52(2), 391-415.
- Barget, E. (2001). *Le spectacle sportif ponctuel : essai d'évaluation*. Thèse de doctorat, Université de Limoges, Faculté de droit et des sciences économiques.
- Barget, E., Ferrand, A. (2012). Impact économique des événements sportifs sur le territoire : une méthode d'analyse basée sur les échanges entre les parties prenantes. *Management & Avenir*, (7), 96-112.
- Barget, E. (2002). L'analyse coûts avantages appliquée aux spectacles sportifs : l'exemple de la Coupe Davis. *Revue européenne de management du sport*, 7.
- Barget, E., Gouguet, J. J. (2010). *Événements sportifs : impact économique et social*. De Boeck.
- Barget, E., Gouguet, J.-J. (2000). L'impact économique des spectacles sportifs : analyse critique de la littérature, in *Sport et mondialisation : quel enjeu pour le XXI^{ème} siècle. Reflet et perspective de la vie économique*, 39(2-3), 17-33.
- Barnes, J. A. (1972). *Social networks* (26). Addison-Wesley Publishing Company.
- Barthon, C., Garat, I., Gravari-Barbas, M., Veschambre, V. (2007). L'inscription territoriale et le jeu des acteurs dans les événements culturels et festifs : des villes, des festivals, des pouvoirs. *Géocarrefour*, 82(3), 111-121.
- Basson, J. C. (2001). *Sport et ordre public*. La Documentation Française.
- Baudin, G. (2001). La mixité sociale : une utopie urbaine et urbanistique. *Les utopies de la ville*, 13-23.
- Bauman, Z. (2002). Identity: Then, now, what for. *Identity in Transformation: Postmodernity, Postcommunism, and Globalization*, 19.
- Bayeux, P. (2000). *La décision dans les communes : essai de modélisation dans le domaine des activités physiques et sportives*. Thèse de doctorat, Université Toulouse 1.

- Bayeux, P. (2011). *Le sport et les collectivités territoriales : « Que sais-je ? »* n° 3198. PUF.
- Bayeux, P. (2013). *Guide de l' élu délégué aux sports : élaborer et piloter une politique sportive*. Editions Territorial.
- Bayeux, P., Baslé, G. (2006). « Quatre scénarios prospectifs sur le sport ». Communication au Colloque « *Sport, loisirs, tourisme et territoire* », organisé par infosport.org) à Grenoble. 25-27.
- Bayeux, P., Dupuis, J. (1994). Les politiques publiques sportives territoriales : de l'élaboration à l'évaluation. *Revue EPS*. CNFPT.
- Bayle, E. (2007). Essai de définition du management des organisations sportives : objet, champ, niveaux d'analyse et spécificités des pratiques managériales. *Staps*, 1, 59-81.
- Bayle, E., Durand, C. (2004). Vingt ans de relations entre le mouvement sportif et l'État : d'une collaboration ambivalente vers une régulation managériale ?. *Politiques et management public*, 22(2), 113-134.
- Bayle, E., Bruzek, M. (2005). *Le management associatif*. CNOSF.
- Becker, H. S. (1963). *Outsiders-Etudes de sociologie de la déviance-trad*. Editions Métailié.
- Becker, H. S. (1971). *Sociological work*. Transaction publishers.
- Becker, H. S. (2002). *Les ficelles du métier : comment conduire sa recherche en sciences sociales*. La découverte.
- Becker, H. S. (2007). *Telling about society*. University of Chicago Press.
- Bergeron, Y. (2010). L'invisible objet de l'exposition. *Ethnologie française*, 40(3), 401-411.
- Berthelot, J-M. (1996). *Les vertus de l'incertitude*. PUF.
- Bessy, O. (2004). Le rôle des loisirs sportifs dans l'attractivité touristique de La Réunion. *Revue européenne de management du sport*, 12, 107-112.
- Bessy, O. (2007). Du plein air aux sports de nature. Nouvelles pratiques, nouveaux enjeux, in Corneloup J. (dir.), *Sciences Sociales et loisirs sportifs de nature*. Editions Fournel, collection Sportsnature.org, 21-32.
- Bessy, O. (2013). De l'innovation événementielle à l'innovation territoriale. In Bessy, O. (dir.). *L'Innovation dans l'événementiel sportif. De l'attractivité touristique au développement des territoires*. PUS, 38-53.
- Bessy, O. (2014). Innovations événementielles et structuration des destinations touristiques. Pour une hybridation des approches : l'exemple de The North Face Ultra-Trail du Mont-Blanc, *Monde du Tourisme*, 9.
- Bessy, O., Coulom, J-C. (2014). La contribution des événements sportifs à l'attractivité touristique des territoires, in Lapeyronie B., Charrier D. (dir.). *Les politiques sportives territoriales. Savoirs & questionnements*, Editions Kreaten, 166-185.
- Bessy, O., Hillairet, D. (2002). *Les espaces sportifs innovants. Tome 2 : Nouvelles pratiques, nouveaux territoires*. PUS.
- Bessy, O., Lapeyronie, B. (2009). Culture des loisirs et diffusion sociale du sport. L'exemple des marathoniens. *Movement & Sport Sciences*, 3, 83-95.
- Bessy, O., Naria O. (2004). La provenance des participants au Grand Raid de La Réunion. *Mappemonde*, 74, 29-36.
- Bessy, O., Naria O. (2005). La contribution différenciée des sports de nature dans la construction identitaire de la population créole et métropolitaine : interférences culturelles entre norme locale et valeur de la modernité occidentale, in Labache L., Médéa L., Vergès F. (dir.). *Identité et société réunionnaise. Nouvelles perspectives et nouvelles approches*, Karthala, 205-238.
- Bessy, O., Suchet, A. (2016). Une approche théorique de l'événementiel sportif. *Mondes du Tourisme*, 11.
- Blanchard, E. (2016). Bleus et beurs ?. *Plein droit*, 1, 15-18.
- Blandin, C. (2011). La famille, valeur de droite ?. *Semen : Revue de sémio-linguistique des textes et discours*, 30, 71-86.

- Bodinas, D., Robène, L., & Héas, S. (2008). Racisme, xénophobie et idéologies politiques dans les stades de football. *Raisons politiques*, 1, 147-167.
- Bonnemaïson, J. (1981). Voyage autour du territoire. *Espace géographique*, 10(4), 249-262.
- Bonnemaïson, J. (1990). Vivre dans l'île. Une approche de l'îlénité océanienne. *Espace géographique*, 19(2), 119-125.
- Bonnemaïson, J., Cambrézy, L., Quinty-Bourgeois, L. (2000). Les Territoires de l'identité. *Logiques identitaires, logiques territoriales*, 14, 177.
- Bonnemaïson, S. (1990). City policies and cyclical events. *Celebrations: urban spaces transformed, Design Quarterly*, 147. MIT, 24-32.
- Bonnieux, F. (1998). Principes, mises en oeuvre et limites de la méthode d'évaluation contingente. *Revue d'économie publique*. IDEP Centre de la Vieille-Charité.
- Borraz, O., Loncle-Moriceau, P. (2000). Permanences et recompositions du secteur sanitaire : Les politiques locales de lutte contre le sida. *Revue Française de Sociologie*, 41(1), 37-60.
- Bortolotto, C. (2011). *Le patrimoine culturel immatériel : enjeux d'une nouvelle catégorie* (Vol. 26). Éditions de la Maison des sciences de l'homme.
- Botton, M., Cegarra, J.-J. (1990). Le nom de marque. *Creation et strategies de marques*, 3.
- Bouchet, P., Bouhaouala, M. (2009). Tourisme sportif : un essai de définition socio-économique, *Téoros*, 28(2), 3-9.
- Boudon, R. (1967). *L'analyse mathématique des faits sociaux* (Vol. 21). Plon.
- Boudon, R. (1967). Remarques sur la notion de fonction. *Revue française de sociologie*, 8(2), 198-206.
- Boudon, R. (1979). *La logique du social*. PUF.
- Bouet, M. (1968). *Signification du sport*. Bd universitaires.
- Bourbillères, H., Charrier, D., Evrard, B. (2015). Démocratie participative et politique sportive : l'exemple des événements parisiens. *Revue Européenne de Management du Sport*, 45, 17-31.
- Bourbillères, H., Djaballah, M., (2015). La Fédération Française de Tennis et Roland Garros : cinquante nuances de vert. *Jurisport*, 157(1), 31-33.
- Bourbillères, H., Evrard, B., Charrier, D., (2017). L'événementiel sportif municipal au secours des éléphants blancs : l'exemple de Charléty sur Neige. *Loisir et Société*. (Sous presse).
- Bourdieu, P. (1980). *Le sens pratique*. Editions de Minuit.
- Bourdieu, P. (1986). Habitus, code et codification. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 64(1), 40-44.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, 241-258.
- Bourdieu, P. (1992). *Réponses : pour une anthropologie réflexive*. Seuil.
- Bourdieu, P. C., Chamborderon, C., Passeron, J.-C. (1968). *Le métier de sociologue*. Mouton Bordas.
- Bourdieu, P., Accardo, A., Balazs, G., Beaud, S. (1993). *La misère du monde*. Seuil.
- Bourg, J.-F., Gouguet, J.-J. (1998). *Analyse économique du sport*. PUF.
- Bourg, J.-F., Gouguet, J.-J., (2012). *Economie du sport*. La découverte.
- Bouttet, F. (2015). *Organiser la pratique sportive des personnes handicapées*. Thèse de doctorat, Université de Strasbourg.
- Bramwell, B., Sharman, A. (1999). Collaboration in local tourism policymaking. *Annals of tourism research*, 26(2), 392-415.
- Breuer, C. (2004). Zur Dynamik der Sportnachfrage im Lebenslauf/Dynamics of Life-Span Demand for Sport. *Sport und Gesellschaft*, 1(1), 50-72.
- Bromberger, C. (1995). *De quoi parlent les sports ?*. Ministère de la culture/Maison des sciences de l'homme. Hachette Littérature.
- Bromberger, C., Lestrelin, L. (2008). Le sport et ses publics, in Arnaud, P., Attali, M., Saint-Martin, J. (dir.). *Le sport en France. Une approche politique, économique et sociale*. La Documentation française, 2e éd. (revue et augmentée), 113-133.

- Brown, G. P., Havitz, M. E., Getz, D. (2007). Relationship between wine involvement and wine-related travel. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 21(1), 31-46.
- Bruner, J. (1999). Narratives of aging. *Journal of Aging Studies*, 13(1), 7-9.
- Bruner, J. S. (1990). *Acts of meaning* (Vol. 3). Harvard University Press.
- Brunet, F. (1995). An economic analysis of the Barcelona'92 Olympic Games: resources, financing and impact. *The Keys of success: the social, sporting, economic and communications impact of Barcelona, 92*, 250-285.
- Brunet, R., Ferras R., Théry H. (1992). *Les Mots de la géographie*. La Documentation française.
- Bullen, P., Onyx, J. (1998). *Measuring social capital in five communities in NSW: A practitioner's guide*. Management Alternatives Pty Limited.
- Burgan, B., Mules, T. (1992). Economic impact of sporting events. *Annals of tourism research*, 19(4), 700-710.
- Burlot, F., Pichot, L. (2004). L'événement sportif et la cohésion des salariés en entreprise. In Desbordes, M., *Stratégies des entreprises dans le sport*. Economica, 221-248.
- Burns, J., Hatch, J., Mules, T. (1986). *The Adelaide Grand Prix: the impact of a special event*. The Centre for South Australian Economic Studies, Adelaide, South Australia.

C

- Callède, J.-P., Dané, M. (1991). *Sociologie des politiques locales : trente ans d'action sportive à Bègles* (Gironde), MSHA de Bordeaux.
- Callède, J.-P. (1998). La réalité sociale du bénévolat dans l'évolution du sport en France. *Les Cahiers de l'Université Sportive d'été*, 12, 101-116.
- Callède, J.-P. (2002). Les politiques du sport en France. *L'Année sociologique*, 52(2), 437-457.
- Callède, J.-P., Menaut, A. (2007). *Les logiques spatiales de l'innovation sportive : conditions d'émergence et configurations multiples*. GiantChair.
- Callède, J.-P. (1992). La définition sociale de l'espace sportif : quelques perspectives sociologiques. *Sociologie des pratiques d'exercice corporel. Université des sciences humaines de Strasbourg*, 84-93.
- Callède, J.-P. (2007). Réseaux d'équipements sportifs, innovation culturelle et fonctionnalité urbaine. *Revue HES (Histoire, Economie et Société)*, 2, 75-85.
- Camy, J., Leroux, N. (Éds) (2002). *L'emploi sportif en France : situation et tendance d'évolution*. Co-édition AFRAPS-RUNOPES.
- Candau, J. (1998). *Mémoire et identité*. PUF.
- Castells, M. (1996). *The network society* (Vol. 469). Oxford : Blackwell.
- Castells, M. (1997). *The information age: Economy, society and culture. Vol. 2, The power of identity*. Blackwell.
- Castells, M. (1999). *Le pouvoir de l'identité*. Fayard.
- Cavaillé, F. (1999), *L'expérience de l'expropriation*. ADEF.
- Chalip, L. (1995). Policy analysis in sport management. *Journal of sport management*, 9(1), 1-13.
- Chalip, L. (2001). Sport and tourism: Capitalising on the linkage. In Kluka, D., Schilling, G. (Eds.). *The business of sport*. Oxford : Meyer and Meyer, 77-89.
- Chalip, L. (2004). Beyond impact: A general model for sport event leverage. In Ritchie, B. W., Adair, D. (Eds.). *Sport tourism: Interrelationships, impacts and issues*. Channel View Publications, 226_252.
- Chalip, L. (2005). Marketing, media, and place promotion. *Sport Tourism Destinations*, 163, 165.

- Chalip, L. (2006). Towards Social Leverage of Sport Events. *Journal of Sport & Tourism*, 11(2), 109–127.
- Chalip, L., Green, B.C., Hill, B. (2003). Effects of sport event media on destination image an intention to visit. *Journal of Sport Management*, 17, 214-234.
- Chalmers, A. F. (1987). *Qu'est-ce que la science ?*. La découverte.
- Chamard, C., Liquet, J. C., Mengi, M. (2013). L'image de marque des régions françaises : évaluation du capital territoire. *Revue Française du Marketing*, 27, 244-245.
- Chamard, C., Alaux C., Gayet J., Gollain V., Boisvert Y. (2014). *Le marketing territorial : Comment développer l'attractivité et l'hospitalité des territoires ?*. In Chamard, C. (éd.). *Le marketing territorial*. De Boeck.
- Chanavat, N., Desbordes, M. (2013). Le parrainage sportif multiple événementiel : atouts, défis et conditions de succès. *Gestion*, 38 (4), 27-36.
- Chanavat, N., Martinent, G., & Ferrand, A. (2010). Brand images causal relationships in a multiple sport event sponsorship context: Developing brand value through association with sponsees. *European Sport Management Quarterly*, 10(1), 49-74.
- Chantelat, P. (2001). *La professionnalisation des organisations sportives : nouveaux enjeux, nouveaux débats*. L'Harmattan.
- Chantelat, P. (2001). Sport, enjeux économiques et corruption : crépuscule ou renaissance de l'utopie sportive ?. *Sport et ordre public*. La documentation française, 251.
- Chantelat, P., Fodimbi, M., Camy, J. (1996). *Sports de la cité : anthropologie de la jeunesse sportive*. L'Harmattan.
- Chanut-Guieu, C. (2009). La professionnalisation de la fonction de bénévole : quand l'État impulse le changement. *Management & Avenir*, 7, 13-30.
- Chappelet, J.-L. (2004). *Revue européenne de management du sport*, 12, 5-29.
- Chappelet, J. L. (2012). Mega sporting event legacies: a multifaceted concept. *Papeles de Europa*, 25, 76.
- Chappelet, J.-L. (2014). Les événements sportifs patrimoniaux comme vecteur de développement territorial. In Bessy, O. (dir.), *L'Innovation dans l'événementiel sportif. De l'attractivité touristique au développement territorial*, PUS.
- Charmaz, K. (1990). Discovering chronic illness: Using grounded theory. *Social science & medicine*, 30(11), 1161-1172.
- Charmaz, K., Belgrave, L. (2002). Qualitative interviewing and grounded theory analysis. *The SAGE handbook of interview research: The complexity of the craft*, 2.
- Charreton, P. (1985). *Les fêtes du corps : histoire et tendances de la littérature à thème sportif en France, 1870-1970* (Vol. 45). Université de Saint-Etienne.
- Charrier, D. (1990). *L'économie du sport en France : une analyse socio-économique des phénomènes sportifs*. Thèse de doctorat, Université Paris 9.
- Charrier, D. (1997). *Financement du sport par les collectivités locales : Données 1993 et 1994, rapport pour le ministère de la Jeunesse et des Sports*. Ministère de la Jeunesse et des Sports.
- Charrier, D. (1999). *Coupe du monde de marche. Étude d'impact économique*. CEMIS-CRAPS, Université de Caen-Basse Normandie.
- Charrier, D. (2002). *Le financement du sport par les conseils régionaux, les conseils généraux, les communes de plus de 20 000 habitants, les syndicats d'agglomération nouvelle et les communautés urbaines-1995-1998*. PUS.
- Charrier, D. (2009). L'impact médiatique de la coupe du monde de rugby 2007 : éléments théoriques et méthodologiques. *Les Cahiers du journalisme*, 19, 40-51.
- Charrier, D. (2014). Système sportif et politiques locales : analyse rétrospective et éclairage prospectif (1960-2030). In Lapeyronie, B., Charrier, D., (dir.). *Les politiques sportives territoriales : savoirs et questionnements*. Editions Kreaten.
- Charrier, D., Durand, C. (2005). Le financement des politiques sportives locales : sport pour tous, sport professionnel, une dualité à réinventer. *Annuaire des collectivités locales*, 25(1), 65-75.

- Charrier, D., Jourdan, J. (2005). Pratiques sportives et jeunes en difficulté : 20 ans d'innovations et d'illusions... et des acquis à capitaliser. *Intégration par le sport : représentations et réalités*. L'Harmattan, 17-37.
- Charrier, D., Jourdan, J. (2009). L'impact touristique local des grands événements sportifs : une approche qualitative de la Coupe du monde de rugby en Île-de-France. *Revue de recherche en tourisme*, 28(2), 45-54.
- Chazel, F. (1983). Pouvoir, structure et domination. *Revue française de sociologie*, 369-393.
- Chen, N., Funk, D. C. (2010). Exploring destination image, experience and revisit intention: A comparison of sport and non-sport tourist perceptions. *Journal of Sport & Tourism*, 15(3), 239-259.
- Ciattoni, A., Veyret, Y. (2013). *Les fondamentaux de la géographie*. Armand Colin.
- Clandinin, D. J., Rosiek, J. (2007). Borderland spaces and tensions. *Handbook of narrative inquiry. Mapping a methodology*. Sage.
- Clary et al., (1998). Understanding and assessing the motivations of volunteers: a functional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(6).
- Clément, J-P., Defrance, J., Pociello, C. (1994). *Sport et pouvoirs au XXe siècle : Enjeux culturels, sociaux et politiques des éducations physiques, des sports et des loisirs dans les sociétés industrielles*. Presses Universitaires de Grenoble.
- Coalter, F. (2004). Stuck in the blocks? A sustainable sporting legacy?. In Vigor, A., Mean, M. (eds.). *After the Gold Rush? The London Olympics*. Institute for Public Policy Research/Demos, London.
- Coalter, F. (2004). London 2012: a sustainable sporting legacy. *After the Goldrush: a sustainable Olympics for London*. Institute for Public Policy Research/Demos, London.
- Coalter, F., Taylor, J. (2008). Large Scale Sports Events: Event Impact Framework. *Report to UK Sport*. University of Stirling.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American journal of sociology*, 94, 95-120.
- Collerette, P. (2009). Étude de cas (Méthodes des). In A. Mucchielli (Éd.). *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines*. Armand Colin, 3è édition, 91-94.
- Collins, M. F. (1991). The economics of sport and sports in the economy: some international comparisons. *Progress in tourism, recreation and hospitality management*, 3, 184-214.
- Cornelissen, S., Bob, U., Swart, K. (2011). Towards redefining the concept of legacy in relation to sport mega-events: Insights from the 2010 FIFA World Cup. *Development Southern Africa*, 28(3), 307-318.
- Corneloup, J., Bourdeau, P., & Mao, P. (2004). Le marquage culturel des territoires touristiques de nature. *Revue de géographie alpine*, 92(4), 11-20.
- Coulom J-C., Bessy O. (2014). La coupe du monde de canoë-kayak à Pau : un événement au service du modèle territorial communautaire. In Bessy O. (dir.). *L'innovation dans l'événementiel sportif. De l'attractivité touristique au développement territorial*. L'Harmattan, 99-113.
- Crompton, J. L. (1995). Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication. *Journal of Sport Management*, 9, 14-35.
- Crompton, J. L. (2000). The Economic Impact of 30 Sports Tournaments, Festivals, and Spectator Events in Seven U.S. Cities. *Journal of Park and Recreation Administration*, 18(2), 107-126.
- Crompton, J. L. (2006). Economic Impact Studies: Instruments for Political Shenanigans?. *Journal of Travel Research*, 45-67.
- Crozier, M., Friedberg, E. (1977). *L'acteur et le système*. Seuil.
-

D

- Dalmas, L., Géronimi, V., Noël, J. F., Sang, J. T. K. (2014). L'évaluation économique du patrimoine urbain et ses enjeux : une approche par la soutenabilité. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 5, 843-863.
- Daniels, M. J., Norman, W. C. (2003). Estimating the economic impacts of seven regular sport tourism events. *Journal of sport tourism*, 8(4), 214-222.
- De Bortoli, D., Palu, P. (2009). Le système maison comme déterminant de la pérennité organisationnelle. *Revue française de gestion*, 2, 141-150.
- De Carvalho, P. G., Alves, A. A. (2011). How can we get to know local governance of sports ? A case study in a Lagged region. *Journal of Physical Education and Sport*, 11(2), 194.
- De La Villarmois, O. (2001). Le concept de performance et sa mesure : un état de l'art. *Les cahiers de la recherche*, 1-21.
- De Weerd-Nederhof, P. C. (2001). Qualitative case study research. The case of a PhD research project on organising and managing new product development systems. *Management Decision*, 39(7), 513-538.
- Debarbieux, B. (1995). Le lieu, le territoire et trois figures de rhétorique. *Espace géographique*, 24(2), 97-112.
- Debarbieux, B. (2003). Territoire. *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, 912.
- Deery, M., Jago, L., Fredline, L. (2004). Sport tourism or event tourism: are they one and the same ?. *Journal of Sport Tourism* 9(3), 235-245.
- Deery, M., Jago, L., Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda. *Tourism Management*, 33(1), 64-73.
- Defrance, J. (1995). L'autonomisation du champ sportif. 1890-1970. *Sociologie et sociétés*, 27(1), 15-31.
- Defrance, J. (2000). La politique de l'apolitisme. Sur l'autonomisation du champ sportif. *Politix. Revue des sciences sociales du politique*, 50(13), 13-27.
- Defrance, J. (2012). *Sociologie du sport. La découverte*.
- Degenne, A., Forsé, M. (1994). *Les réseaux sociaux. Une approche structurale en sociologie*. Armand Colin.
- Delamere, T. A. (2001). Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, Part II. Verification of the scale. *Event management*, 7(1), 25-38.
- Delamere, T. A., Wankel, L. M., Hinch, T. D. (2001). Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, Part I: Item generation and purification of the measure. *Event Management*, 7, 11-24.
- Dematteis, G., Governa, F., & Vinci, I. (2003). *La territorializzazione delle politiche di sviluppo. Un'applicazione del modello SLoT alla Sicilia*. Archivio di studi urbani e regionali.
- Desbordes, M., Falgoux J. (2003). *Organiser un événement sportif*. Eyrolles.
- Desbordes, M., Ohl, F., Tribou, G. (2001). *Marketing du sport*. Economica.
- Devine, A., Boyd, S., Boyle, E. (2010). Unravelling the complexities of inter-organisational relationships within the sports tourism policy arena. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 2(2), 93-112.
- Dey, I. (1999). *Grounding Grounded Theory: Guidelines for Qualitative Inquiry*. Emerald Group, Publishing limited, San Diego.
- Di Méo, G. (1990). De l'espace subjectif à l'espace objectif : l'itinéraire du labyrinthe. *Espace géographique*, 19(4), 359-373.
- Di Méo, G. (1991). *L'homme, la société, l'espace*. Anthropos.

- Di Meo, G. (1993). Les territoires de la localité. *Espace géographique*, 22(4), 306-317.
- Di Meo, G. (1998). De l'espace aux territoires : éléments pour une archéologie des concepts fondamentaux de la géographie. *L'information géographique*, 62(3), 99-110.
- Di Méo, G. (2001). De l'effet de lieu au territoire : la question du sujet et de la territorialité. *Faire la géographie sociale aujourd'hui*. Presses Universitaires de Caen, collection Les Documents de la MRSB, 14, 69-80.
- Di Méo, G. (2002). L'identité, une médiation essentielle du rapport espace/société, *Géocarrefour*, 2, 175- 184.
- Di Méo, G. (2001). Le sens géographique des fêtes, *Les Annales de Géographie*, 622, 624-646.
- Di Méo, G. (2004). Composantes spatiales, formes et processus géographiques des identités. *Annales de Géographie*, 113(638-639), 339-362.
- Di Méo, G., Morales, M., Giraud, M. (1998). *Géographie sociale et territoires*. Nathan.
- Di Ruzza, F., Gerbier, B. (1978). *Ski en crise, essai sur l'économie du sport*. *Revue de géographie alpine*, 66(3), 357-358.
- Djaballah, M. (2014). *Une approche sensemaking de la responsabilité sociale dans le secteur de l'événementiel sportif*. Thèse de doctorat, Université Paris-Sud 11.
- Djaballah, M., Hautbois C., Desbordes M. (2015). Non-Mega Sporting Events' Social Impacts: A Sensemaking Approach of Local Governments' Perceptions and Strategies. *European Sport Management Quarterly*, 15(1), 48-76.
- Djaballah, M., Hautbois C., Desbordes M. (2016). Sponsor's CSR strategies in sport: a sensemaking approach in the French context. *Sport Management Review* (Sous presse).
- Doherty, A., Misener, K. (2008). Community sport. *Sport and social capital*, 113.
- Dominguez, P. (2008). *La fabuleuse histoire de Roland-Garros*. Plon.
- Doshi, K., Schumacher, D., Snyder, K. (2001). *Report on economic impact*. NASC.
- Dowding, K. (1996). *Power*. University of Minnesota Press.
- Downward, P. M., Ralston, R. (2006). The sports development potential of sports event volunteering: Insights from the XVII Manchester Commonwealth Games. *European Sport Management Quarterly*, 6(4), 333-351.
- Downward, P., Dawson, A., Dejonghe, T. (2009). *Sports economics*. Routledge.
- Dubar, C. (1998). Trajectoires sociales et formes identitaires. Clarifications conceptuelles et méthodologiques. *Sociétés contemporaines*, 29(1), 73-85.
- Dubois, V. (2012). Ethnographier l'action publique. *Gouvernement et action publique*, 1, 83-101.
- Dumazedier, J. (1962). *Vers une civilisation du loisir*. PUF.
- Dumazedier, J. (1988). Révolution culturelle du temps libre 1968-1988. *Cahiers Internationaux de Sociologie*, 86, 173-177.
- Dumont, P. (2001). Le cyclisme : le mécanisme refoulé. *Cités*, 3, 79-91.
- Dupaquier, J., Demonet, M. (1972). Ce qui fait les familles nombreuses. *Annales. Histoire, Sciences Sociales EHESS*, 27(4-5), 1025-1045.
- Dupuis, J., Bayeux, P. (2008). *Coût de fonctionnement, tarification et pilotage des équipements sportifs*. PUS.
- Durand, C., Ravenel, L., Helleu, B. (2005). *Basket professionnel en France : approche stratégique et géomarketing*. PUS.
- Duret, P. (2012). *Sociologie du sport : Que sais-je ?*. n° 2765. PUF.
- Durkheim, É. (1924). *Sociologie et philosophie*. Alcan.
- Dwyer, L., Forsyth, P., Spurr, R. (2005). Estimating the impacts of special events on an economy. *Journal of Travel Research*, 43(4), 351-359.
- Dwyer, L., Jago, L. (2006). *Economic Evaluation of Special Events*. Sustainable Tourism, CRC.

E

- Ehlinger, S., Perret, V., Chabaud, D. (2015). Quelle gouvernance pour les réseaux territorialisés d'organisations ?. *Revue française de gestion*, 8, 369-386.
- Ehrenberg, A. (1991). *Le Culte de la performance*. Calmann-Lévy.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building Theories from Case Study Research. *The Academy of Management Review*, 14(4), 532-550.
- Elias, N. (1981). Zivilisation und Gewalt : Über das Staatsmonopol der körperlichen Gewalt und seine Durchbrechungen. *Deutscher Soziologentag der Deutschen Gesellschaft für Soziologie-DGS*. Campus Verl, 98-122.
- Elias, N., Dunning, E., Chicheportiche, J., Chartier, R. (1998). *Sport et civilisation : la violence maîtrisée*. Fayard.
- Epstein, R., Kirszbaum, T. (2003). L'enjeu de la mixité sociale dans les politiques urbaines. *Regards sur l'actualité*, 63-74.
- Errais, B., Mathieu, D., Praicheux, J. (Eds.). (1990). *Géopolitique du sport*. Actes du colloque des 23 et 24 Mars 1990 à Besançon.
- Escaffre, F. (2005). Les lectures sportives de la ville. Formes urbaines et pratiques ludosportives. *Espaces et Sociétés*, 122(3), 137-157.
- Eve, M. (2002). Deux traditions d'analyse des réseaux sociaux. *Réseaux*, 5, 183-212.
- Evrard, B. (2014). *La côte, un terrain de jeu ? De l'utilitaire au récréatif*. PUR.

F

- Fagnoni, E. (2013). La dialectique patrimoine/modernité, support de la ressource territoriale. *Bulletin de l'Association de géographes français*, 90(2), 117-126.
- Fagnoni, E. (2013). *La ressource territoriale entre patrimoine et création*. BAGF Géographies.
- Fagnoni, E., Bonnet-Pineau, E., Gavrari-Barbas, M. (2015). Patrimoine et patrimonialisation, de l'objet à la relation. Compte rendu du *Café Géographique* du 24 novembre 2015 à Paris (Café de Flore). *Les Cafés Géographiques*.
- Falcoz, M., Chifflet, P. (1998). La construction publique des équipements sportifs. Aspects historiques, politiques et spatiaux. *Les Annales de la recherche urbaine*, 79.
- Farge, A. (2002). Penser et définir l'événement en histoire. Approche des situations et des acteurs sociaux. *Terrain. Anthropologie & sciences humaines*, 38, 67-78.
- Fauconnier, G. (1997). *Mappings in thought and language*. Cambridge University Press.
- Faulkner, B., Tideswell, C., Weston, A. M. (1998). *Leveraging tourism benefits from the Sydney 2000 Olympics: Keynote address*. Communication présentée pour la quatrième conférence annuelle de management du sport : *Opportunities and change*, 26-28 novembre 1998, Gold Coast, Australia. Sports Management Association of Australia and New Zealand, SMAANZ.
- Faure, S., Garcia, M.-C. (2002). *Danses des villes et danses d'école : le hip-hop. Procédures de l'inventivité quotidienne des « danses urbaines » confrontées aux modalités d'apprentissage lors de leur insertion en milieu scolaire*. Rapport de recherche, Université de Lyon 2.
- **Ferrand, A.** (1993). La communication par l'événementiel sportif : entre émotion et rationalité. In Loret, A. (dir.). *Sport et management. De l'éthique à la pratique*, Dunod.
- Ferrand, A. (1995). *Contribution à l'évaluation de l'efficacité du sponsoring événementiel d'image*, Thèse de doctorat, Université de Lyon 1.
- Ferrand, A., Chanavat, N. (2006). Le marketing territorial événementiel. *Les politiques publiques d'accueil et d'organisation d'événements sportifs*, 72-85.

- Ferrand, A., Chappelet, J.-L. (2015). Smaller is beautiful : vers de plus petits événements sportifs ?. *Reflets et perspectives de la vie économique*, 54(3), 111-125.
- Ferrand, A., Robin, J. (2009). Les stratégies de marketing relationnel associées aux événements sportifs majeurs comme support au développement touristique des villes. *Revue Européenne de Management du Sport*, 24, 4-16.
- Ferrand, A., Torrigiani, L., Camps, A. (2006). *Sport et Sponsoring*, Collection Droit–Economie-Management. INSEP.
- Filo, K., Funk, D. C., O'Brien, D. (2009). The meaning behind attachment: Exploring camaraderie, cause, and competency at a charity sport event. *Journal of Sport Management*, 23(3), 361-387.
- Fink, J. S., Pastore, D. L., Riemer, H. A. (2001). Do differences make a difference? Managing diversity in Division IA intercollegiate athletics. *Journal of Sport Management*, 15(1), 10-50.
- Fixot, A. M. (1997). Une querelle de bornage disciplinaire : L'exemple de la « morphologie sociale » : Marcel Mauss et le projet d'une paix perpétuelle. *Revue du M.A.U.S.S. semestrielle*, 10, 241-258.
- Flahault, F. (2013). Bien commun. In Casillo, I., Barbier R., Blondieaux L., Chateauraynaud, F., Fourniau, J.-M., Lefebvre, R., Neveu, C., Salles, D. (dir.). *Dictionnaire critique et interdisciplinaire de la participation*, GIS Démocratie et Participation.
- Flonneau, M. (2002). *L'automobile à la conquête de Paris, 1910-1977 : formes urbaines, champs politiques et représentations*. Thèse de doctorat, Université Paris 1.
- Flonneau, M. (2007). Les banlieues et Paris. *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 94, 249-251.
- Flonneau, M., Prost, A. (2005). *Paris et l'automobile : un siècle de passions*. Hachette Littératures.
- Fodimbi, M. (2008). Sport et intégration. In Arnaud, P., Attali, M., Saint-Martin, J. (dir.). *Le sport en France. Une approche politique, économique et sociale*, La documentation française, 2e éditions revue et augmentée, 113-133.
- Forsé, M. (2002). Les réseaux sociaux chez Simmel : les fondements d'un modèle individualiste et structural. *La Sociologie de Georg Simmel (1908). Eléments de modélisation sociale*, PUF, Collection Sociologies, 93-94.
- Fortin, M. F., Gagnon, J. (2010). *Fondements et étapes du processus de recherche : méthodes quantitatives et qualitatives*. Chenelière éducation.
- Fourny M.-C. (1995). Identités territoriales et stratégies d'aménagement. Les réseaux de villes en Rhône-Alpes. *L'Espace géographique*, 24(4), 329-340.
- Fourny, M. C. (2008). Identité et aménagement du territoire. Modes de production et figures de l'identité de territoires dans les recompositions spatiales. In Thuriot, F., Nemery, J.-C., Rautenberg, M. (2008). *Les stratégies identitaires de conservation et de valorisation du patrimoine*. L'Harmattan, 101-114.
- Fourny, M. C., Velasco-Graciet, H. (2005). L'eurorégion Aquitaine Euskadi Navarre, un espace transfrontalier émergent ?. *Sud-Ouest européen*, 19(1), 71-84.
- Frank, A. (1995). *The wounded storyteller*. The University of Chicago Press.
- Frank, A. (2000). The standpoint of storyteller. *Qualitative Health Research*, 10(3), 354–365.
- Frawley, S., Cush, A. (2011). Major sport events and participation legacy: The case of the 2003 Rugby World Cup. *Managing leisure*, 16(1), 65-76.
- Frawley, S., Veal, A. J. (2009). *Sport for All and major sporting events: Trends in sport participation and the Sydney 2000 Olympic Games, the 2003 Rugby World Cup and the Melbourne 2006 Commonwealth Games*. Australian Centre for Olympics Studies.
- Fredline, E. (2005). Host and guest relations and sport tourism. *Sport in Society*, 8, 263–279.
- Fredline, E., Faulkner, B. (2000). Host community reactions: A cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 27, 763-784.
- Fredline, E., Faulkner, B. (2001). Residents' reactions to the staging of major motorsport events within their communities: a cluster analysis. *Event Management*, 7(2), 103-114.

- Fredline, E., Jago, L., Deery, M. (2003). The development of a generic scale to measure the social impacts of event. *Event Management*, 8, 23-27.
- Freeman, R. E., Reed, D. L. (1983). Stockholders and stakeholders: A new perspective on corporate governance. *California Management Review*, 3.
- Frémont, A. (1976). *La région, espace vécu*, 19. PUF.
- Friedberg E. (1997). *Le pouvoir et la règle. Dynamiques de l'action organisée*, Seuil, 1^{ère} édition 1993.
- Fumey, G. (2006). Le Tour de France ou le vélo géographique. *Annales de géographie*, 4, Armand Colin, 388-408.
- Funk, D. C., Toohey, K., Bruun, T. (2007). International sport event participation : Prior sport involvement ; destination image ; and travel motives. *European Sport Management Quarterly*, 7(3), 227-248.

G

- Gagnon, Y-C. (2012). *L'étude de cas comme méthode de recherche*. Presses Universitaires du Québec, 2^{ème} édition.
- Garrigues, P. (1988). *Evolution de la pratique sportive des Français de 1967 à 1984*. Ministère de l'économie, des finances et du budget, Institut national de la statistique et des études économiques.
- Gasparini, W. (1997). La construction sociale de l'organisation sportive, *Staps*, 43, 51-68.
- Gasparini, W. (1998). Les associations sportives dans le bassin de vie strasbourgeois. *Les Annales de la recherche urbaine*, 79(1), 101-111.
- Gasparini, W. (2000). *Sociologie de l'organisation sportive*. Editions La découverte.
- Gasparini, W. (2011). Un sport européen ?. *Savoir/Agir*, 1, 49-57.
- Gasparini, W., Koebel, M. (2011). La double réalité du monde sportif. *Savoir/Agir*, 1, 9-10.
- Gasparini, W., Vieille-Marchiset, G. (2008). *Le sport dans les quartiers. Pratiques sociales et politiques publiques*. PUF, collection Pratiques physiques et Société.
- Gaudin, J. P. (1995). Politiques urbaines et négociations territoriales : quelle légitimité pour les réseaux de politiques publiques ?. *Revue française de science politique*, 31-56.
- Gaudin, J. P. (2001). L'acteur. Une notion en question dans les sciences sociales. *Revue européenne des sciences sociales*, 39(2), 2-2.
- Gavrari-Barbas, M., Jacquot, S. (2007). L'événement, outil de légitimation de projets urbains : l'instrumentalisation des espaces et des temporalités événementiels à Lille et Gênes. *Géocarrefour*, 82(3).
- Gay, J.-C. (2006). Sur les pistes de la mondialisation. *Mappemonde*, 82.
- Genest, S. (1996). *Les représentations de l'ethnicité dans les politiques locales du logement, rapport de recherche*. Rapport ACADIE, PCA.
- Genest, S. (2001). *Étude en vue de l'élaboration d'un guide méthodologique de lutte contre les discriminations face au logement*. Rapport ACADIE, FAS/DIV.
- Genestier, P. (2010). La mixité : mot d'ordre, vœu pieux ou simple argument ?. *Espaces et sociétés*, 1, 21-35.
- Gergen, K. J. (1999). *An invitation to social construction*. Sage.
- Gerrard, B. (2015). Rigour and relevance in sport management: reconciling the competing demands of disciplinary research and user-value. *European Sport Management Quarterly*, 15(5), 505-515.
- Getz, D. (1997). *Event Management and Event Tourism*, Cognizant Communications.
- Getz, D. (2005). *Event management and event tourism*. Cognizant Communications Corporation, 2^{ème} édition.

- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism management*, 29(3), 403-428.
- Getz, D. (2010). The nature and scope of festival studies. *International Journal of Event Management Research*, 5(1), 1-47.
- Getz, D. (2013). *Event Tourism: Concepts, International Case Studies, and Research*. Cognizant Communication.
- Getz, D., Page, S. J. (2016). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Routledge.
- Gibson, H. J. (1998). Sport tourism: A critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1, 45–76.
- Gibson, H. J. (2003). Sport Tourism: An Introduction to a Special Issue. *Journal of Sport Management*, 2003, 17, 205-213.
- Gibson, H. J., Pennington-Gray, L. (2005). Insights from role theory: understanding golf tourism. *European Sport Management Quarterly*, 5(4), 443-468.
- Gibson, H. J., Kaplanidou, K., Kang, S. J. (2012). Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. *Sport Management Review*, 15(2), 160-170.
- Gibson, H. J., Willming, C., Holdnak, A. (2003). Small-scale event sport tourism: fans as tourists. *Tourism management*, 24(2), 181-190.
- Giovannoni, G. (1931). *Città vecchia ed edilizia nuova*. Nuova Antologia.
- Girginov V, Hills, L. (2008). The 2012 London Olympic Games and participation in sport: Understanding the link. *The International Journal of the History of Sport*, 25(14), 2091-2116
- Girginov V, Hills, L. (2009). The political process of constructing a sustainable London Olympics sports development legacy. *International Journal of Sport Policy* 1(2), 161-181.
- Girginov, V. (2011). *Governance of London 2012 Olympic Games legacy*. *International Review for the Sociology of Sport*, 1-16.
- Girginov, V. (2012). *Handbook of the London 2012 Olympic and Paralympic Games: Volume One: Making the Games*. Routledge.
- Glaser, B. G. (1978). *Theoretical sensitivity: Advances in the methodology of grounded theory*. Sociology Press.
- Glaser, B. G. (1992). *Basics of grounded theory analysis: Emergence vs forcing*. Sociology Press.
- Glaser, B. G. (2001). *The grounded theory perspective: Conceptualization contrasted with description*. Sociology Press.
- Glaser, B. G. (2005). *The grounded theory perspective III: Theoretical coding*. Sociology Press.
- Glaser, B. G., Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Transaction Publishers.
- Gohier, C., Anadon, M. (2000). Le sujet, une posture épistémologique à la base de l'identité professionnelle de l'enseignant : Au-delà d'un modèle sociologique du sujet. *La construction de l'identité professionnelle*, 17-28.
- Gold, R. L. (1958). Roles in sociological field observations. *Social forces*, 217-223.
- Gouguet, J. J. (2004). Sport et territoire : un état des lieux. *Revue de droit et d'économie du sport*, 70, 7-26.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American journal of sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Gratton, C., Dobson, N., & Shibli, S. (2000). The economic importance of major sports events: a case-study of six events. *Managing leisure*, 5(1), 17-28.
- Gratton, C., Preuss, H. (2008). Maximizing Olympic impacts by building up legacies. *The international journal of the history of sport*, 25(14), 1922-1938.
- Gratton, C., Taylor, P. (1985). *Sport and recreation. An economic analysis*. Spon Press.
- Gratton, C., Taylor, P. (2000). *Economics of sport and recreation*. Routledge, 1ère édition en 2000, Spon Press.

- Gravari-Barbas, M. (1999). La "ville décor" : accueil de tournages de films et mise en place d'une nouvelle esthétique urbaine. *Cybergeo : European Journal of Geography*.
- Gravari-Barbas M. (2000). *La ville festive. Espaces, expressions, acteurs*. Habilitation à diriger des recherches, Université d'Angers.
- Gravari-Barbas, M. (Ed.). (2013). *Métropolisation et tourisme : comment le tourisme redessine Paris*. Belin.
- Gravari-Barbas, M., Delaplace, M. (2015). Le tourisme urbain « hors des sentiers battus ». Coulisses, interstices et nouveaux territoires touristiques urbains. *Téoros*, 34(34), 1-2.
- Gravari-Barbas, M., Veschambre, V. (2005). S'inscrire dans le temps et s'approprier l'espace : enjeux de pérennisation d'un événement éphémère. *Annales de géographie*, 3, 285-306. Armand Colin.
- Gravari-Barbas, M., Violier, P. (2003). *Lieux de Culture—Culture des lieux. Production(s) culturelle(s) locale(s) et émergence des lieux : dynamiques, acteurs, enjeux*, Presses Universitaires de Rennes.
- Grawitz, M. (1972). *Méthodes des sciences sociales*. Dalloz, 11^{ème} édition.
- Grawitz, M., Leca, J., Thoenig, J. (1985). *Analyse des politiques publiques. Traité de science politique*. PUF.
- Green, B. C. (2001). Leveraging subculture and identity to promote sport events. *Sport Management Review*, 4(1), 1-19.
- Green, B. C., Chalip, L. (1998). Sport tourism as the celebration of subculture. *Annals of Tourism Research*, 25(2), 275-291.
- Green, B. C., Jones, I. (2005). Serious leisure, social identity and sport tourism. *Sport in Society*, 8(2), 164-181.
- Green, H., Hunter, C., Moore, B. (1989). Assessing the Environmental Impact of Tourism Development: The Use of the Delphi Technique. *International Journal of Environmental Studies*, 35, 51-62.
- Greffe, X. (1990). *La valeur économique du patrimoine : la demande et l'offre de monuments*. Anthropos-Economica.
- Greffe, X. (2003). *La valorisation économique du patrimoine*. Ministère de la culture ; Département des Etudes de la Prospective et des Statistiques (DEPS). La documentation française.
- Greffé, X., (2011). *Artisans et métiers d'art : les enjeux du patrimoine culturel immatériel*. Complément au rapport Benhamou et Thesmar, 1-120.
- Gregory P. (1984). Sponsoring et mécénat : instruments de communication institutionnelle, *Revue Française de Gestion*, 47/48, 163-175.
- Grémy, J. P., Le Moan, M. J. (1977). Analyse de la démarche de construction de typologies dans les sciences sociales. *Informatique et sciences humaines*, 35, Numéro spécial.
- Gresser, B., Bessy, O. (1999). Le management d'un événement sportif. In Lacroix, G., Waser, A-M. (1999). *Le management du sport : 15 études de cas corrigées*. Les Éditions d'Organisation.
- Griffond-Boitier, A. (1993). *Équipements sportifs et structuration de l'espace en Franche-Comté*. Thèse de doctorat de géographie, Université de Franche-Comté.
- Grossetti, M., Bès, M. P. (2003). Dynamiques des réseaux et des cercles. Encastremets et découplages. *Revue d'économie industrielle*, 103(1), 43-58.
- Guillemette, F. (2006). L'approche de la Grounded Theory, pour innover ?. *Recherches qualitatives*, 26(1), 32-50.
- Guillemette, F., Luckerhoff, J. (2009). L'induction en méthodologie de la théorisation enracinée (MTE). *Recherches qualitatives*, 28(2), 4-21.
- Gumuchian, H. (1993). Des représentations spatiales aux retombées économiques : les Jeux Olympiques d'hiver. *Géographie économique et représentations*. Anthropos, 55-71.
- Gumuchian, H., Pecqueur, B. (2007). *La ressource territoriale*. Economica.
- Gurvitch, G., Moore, W. E. (Eds.). (1947). *La Sociologie au XXe siècle*, 1. PUF.

- Gwinner, K. P., Eaton, J. (1999). Building brand image through event sponsorship: The role of image transfer. *Journal of advertising*, 28(4), 47-57.

H

- Habermas, J. (1987). *Théorie de l'agir communicationnel : Rationalité de l'agir et rationalisation de la société*, 1. Fayard.
- Hackbert, P. (2009). *Economic Impacts of Appalachian Festivals*. ASBBS Annual Conference: Las Vegas, 16(1).
- Hall, C. M. (1992). *Hallmark tourist events: Impacts, management and planning*. London : Belhaven.
- Hall, C. M. (2001). Imaging, tourism and sports event fever: the Sydney Olympics and the need for a social. *Sport in the City*, Routledge, 166-183.
- Hall, P. A. (1993). Policy paradigms, social learning, and the state: the case of economic policymaking in Britain. *Comparative politics*, 275-296.
- Hallmann K., Breuer, C. (2010). Image Fit between Sport Events and their Hosting Destinations from an Active Sport Tourist Perspective and its Impact on Future Behaviour. *Journal of Sport & Tourism*, 15(3), 215-237.
- Hallmann, K., Wicker, P., Breuer, C., Schönherr, L. (2012). Understanding the importance of sport infrastructure for participation in different sports—findings from multi-level modeling. *European Sport Management Quarterly*, 12(5), 525-544.
- Harris, J. (2006). The science of research in sport and tourism: some reflections upon the promise of the sociological imagination. *Journal of Sport & Tourism*, 11(2), 153–171.
- Haschar Noé, N. (1998). L'évolution des subventions municipales aux associations sportives (1965-1995). In Vivier, C., Loudcher, J-F. (1998). *Le sport dans la ville*, Paris, L'Harmattan, 135-152.
- Haschar-Noé N., Bayeux, P. (1998). Politiques sportives et gestion du sport dans les communes. Première partie : Finalités, publics et actions prioritaires. *Revue Économique et Juridique du Sport*, 49.
- Haschar-Noé, N. (2004). L'évolution des politiques sportives municipales en France : entre rationalisation et construction identitaire. *Loisir et Société/Society and Leisure*, 27(2), 489-527.
- Haschar-Noé, N., Morales, Y., Rivière, M. (2009). L'aménagement d'un espace sportif : action publique et intérêts particuliers. In Slimani H., Guibert C., Loirand G. (2009). *Le sport entre public et privé : frontières et porosités*, L'Harmattan.
- Haumont, A. (1998). Le sport post-moderne dans les villes des États-Unis, *Les annales de la recherche urbaine*, 79, 23-32.
- Hautbois C., Desbordes M. (2011). Stratégies de communication des collectivités locales : les événements sportifs peuvent-ils changer l'image d'un territoire ? Le cas de la Seine-Saint-Denis, *Politiques et Management Public*, 28(4), 467-488.
- Hautbois, C., Desbordes, M., Pierce, D. (2010). Improving territorial image through sport-based communication by local government bodies: a case study of the French Seine-Saint-Denis department, *International Journal of Sport Communication*, 4(3), 336-354.
- Hede, A. M. (2005). Sports-events, tourism and destination marketing strategies: an Australian case study of Athens 2004 and its media telecast. *Journal of Sport Tourism*, 10(03), 187-200.
- Hede, A. M. (2008). *Food and Wine Festivals: Stakeholders, Long-term Outcomes and Strategies for Success*. In Colin, M., Sharples, L. (2008). *Food and Wine Festivals and Events Around the World: Development, Management and Markets*. BH, 85-100.

- Heere, B., Walker, M., Gibson, H., Thapa, B., Geldenhuys, S., Coetzee, W. (2013). The power of sport to unite a nation: the social value of the 2010 FIFA World Cup in South Africa. *European Sport Management Quarterly*, 13(4), 450-471.
- Higham, J.E.S. (1999). Sport as an avenue of tourism development: An analysis of the positive and negative impacts of sport tourism. *Current Issues in Tourism*, 2(1), 82-90.
- Higham, J.E.S., Hinch, T. (2002). Tourism, sport and seasons: The challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors. *Tourism Management*, 23, 175-185.
- Higham, J.E.S., Hinch, T. (2008). Sport and tourism research: A geographic approach. In Weed, M. (ed.) (2008). *Sport & Tourism: A Reader*. Routledge, 72-89.
- Higham, J.E.S., Ritchie, B. (2001). The evolution of festivals and other events in rural southern New Zealand. *Event management*, 7(1), 39-49.
- Hillairet, D. (1999). *L'innovation sportive : entreprendre pour gagner*. L'Harmattan.
- Hillairet, D. (2002). Les espaces ludosportifs innovants autour de la thématique de l'aventure. In Bessy, O., Hillairet, D. (dir.) (2002). *Les espaces sportifs innovants*, 2, 145-193.
- Hiller, H. H. (2000). Mega-events, urban boosterism and growth strategies: an analysis of the objectives and legitimations of the Cape Town 2004 Olympic Bid. *International journal of urban and regional research*, 24(2), 449-458.
- Hinch, T. D., Higham, J. (2001). Sport tourism: A framework for research. *The international journal of tourism research*, 3(1), 45.
- Hindson, A., Gidlow, B., Peebles, C. (1994). The trickledown effect of top-level sport: Myth or reality? A case study of the Olympics. *Australian journal of leisure and recreation*, 4(1), 16-24.
- Hirschmann, A. (1970). *Exit. Voice and Loyalty: Responses to the Decline in Firms, Organisations and States*, Harvard University Press.
- Hobsbawm, E. J., Ranger, T. O. (1983). *The invention of tradition*. Cambridge University Press.
- Holloway, I., Wheeler, S. (2002). *Qualitative Research in Nursing*. Blackwell, 2ème édition.
- Holt, R., Ruta, D. (Eds.). (2015). *Routledge handbook of sport and legacy: Meeting the challenge of major sports events*. Routledge.
- Homans, G. C., Merton, R. K. (1962). Social behavior: its elementary forms. *Revue française de sociologie*, 3(4), 450-451.
- Honta, M. (2002). *Les territoires de l'excellence sportive*. Presses Universitaires de Bordeaux.
- Honta, M. (2004). Sport et action publique locale : des initiatives entre concurrence et complémentarité inter-institutionnelles. Le cas de la ville de Mérignac (Gironde). *Staps*, 1, 107-122.
- Honta, M. (2007). Les nouveaux territoires du sport : des changements d'échelle sous influences, *Géographie, Economie et Société*, 9, 403-418.
- Honta, M. (2008). Sport et intercommunalité : quels enjeux pour la définition des politiques départementales et l'articulation de l'action publique sportive locale ? *Staps*, 2, 115-136.
- Honta, M. (2017). Les épreuves du mandat de coordonnateur des Ateliers santé ville. Mutations de l'action publique et stratégies de résistance. *Sciences sociales et santé*, 35(1), 71-96.
- Honta, M., Haschar-Noé, N. (2011). Les politiques préventives de santé publique à l'épreuve de la territorialisation : l'introuvable gouvernance régionale du Programme national Nutrition santé en Aquitaine, *Sciences Sociales et Santé*, 29(4), 33- 62.
- Honta, M., Julhe, S. (2014). Concurrence et division du travail dans le secteur de l'organisation des activités physiques et sportives. *Revue européenne des sciences sociales*, 52(2), 161-190.
- Hornby, P., Symon, G. (1994). Tracer studies. *Qualitative methods in organizational research: A practical guide*. Sage, 167-186.
- Horne, J., Manzenreiter, W. (2006). An introduction to the sociology of sports mega-events. *The Sociological Review*, 54(2), 1-24.

- Hoyt, H. (1954). Homer Hoyt on the concept of the economic base. *Land Economics*, 30(2), 182-186.
- Helen-Hughes, K. H. (2013). *Sport Mega-Events and a Legacy of Increased Sport Participation: An Olympic Promise or an Olympic Dream ?*. Thèse de doctorat, Leeds Metropolitan University.
- Hoyt, H. (1961). The utility of the economic base method in calculating urban growth. *Land Economics*, 37(1), 51-58.
- Hughes, G. (1999). Urban revitalization: The use of festive time strategies. *Leisure studies*, 18(2), 119-135.
- Hutchinson, S. A., Wilson, H. S. (2001). Grounded theory: The method. *Nursing research: A qualitative perspective*, 3, 209-243.

I

- Irlinger, P., Louveau, C., Métoudi, M. (1987). *Les pratiques sportives des français : usages sportifs du temps libéré*. Institut national du sport et de l'éducation physique, Laboratoire de sociologie.

J

- Jago, L., Fyall, A. (2009). Sustainability Sport and Tourism. *Journal of Sport & Tourism*. 14(2-3), 77-81.
- Jallat, F., Mestressat, A. (1995). Une analyse de la communication événementielle au sein de l'entreprise : le mécénat comme vecteur privilégié de motivation interne. *Revue française du marketing*, 151, 53-62.
- Jeanrenaud, C. (Ed.). (1999). *The economic impact of sport events*. Editions Cies.
- Johansson, R. (2003). *Case study methodology*. Communication présentée lors de *The International Conference on Methodologies in Housing Research*, Stockholm.
- John, G., Campbell, K. (1996). *Handbook of sports and recreational building design: Indoor sports*, 2, Architectural Press.
- Johnson, A. T., Sack, A. (1996). Assessing the value of sports facilities: The importance of noneconomic factors. *Economic Development Quarterly*, 10(4), 369-381.
- Jolé, M. (2012). Hôtel du Nord. La construction d'un patrimoine commun dans les quartiers nord de Marseille. *Métropolitique* : metropolitiques.eu le 04/01/2012.
- Juan, S. (1999). *Méthodes de recherche en sciences socio-humaines*. PUF.

K

- Kaplanidou, K., Gibson, H. J. (2010). Predicting behavioral intentions of active event sport tourists: The case of a small-scale recurring sports event. *Journal of Sport & Tourism*, 15(2), 163-179.
- Kaplanidou, K., Jordan, J., Funk, D., Rindinger, L. (2012). Recurring Sport Events and Destination Image Perceptions Impact on Active Sport Tourist Behavioral Intentions and Place Attachment. *Journal of Sport Management*, 26, 237-248.
- Kaplanidou, K., Vogt, C. (2007). The interrelationship between sport event and destination image and sport tourists' behaviors. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3-4), 183-206.
- Kaplanidou, K., Vogt, C. (2010). The meaning and measurement of a sport event experience among active sport tourists. *Journal of Sport Management*, 24, 544-566.

- Kasimati, E. (2003). Economic aspects and the Summer Olympics: a review of related research. *International journal of tourism research*, 5(6), 433-444.
- Kauffman, G. B., Kauffman, L. M. (1996). An Interview with Linus Pauling. *J. chem. Education*, 73(1), 29.
- Kavetsos, G., Szymanski, S. (2010). National well-being and international sports events. *Journal of Economic Psychology*, 31(2), 158-171.
- Keerle, R. (2007a). *Imaginaire, territoires, sociétés. Contribution à un déploiement transdisciplinaire de la géographie sociale*. Presses Universitaires de la Méditerranée, Collection territoires en mutation.
- Keerle, R. (2007b). Territorialisations par le sport : Un regard géographique. In Louveau, C., Drouet, Y. (dir.). (2007). *Sociologie du sport. Débats et critiques*. L'Harmattan, 235-250.
- Kelle, U., Bird, K. (Eds.). (1995). *Computer-aided qualitative data analysis: Theory, methods and practice*. Sage.
- Kellett, P., Hede, A. M., Chalip, L. (2008). Social policy for sport events: Leveraging (relationships with) teams from other nations for community benefit. *European Sport Management Quarterly*, 8(2), 101-121.
- Kévonian, D. (2005). L'organisation non gouvernementale, nouvel acteur du champ humanitaire. *Cahiers du Monde russe*, 46(4), 739-756.
- Kim, N. S., Chalip, L. (2004). Why travel to the FIFA World Cup? Effects of motives, background, interest, and constraints. *Tourism Management*, 25(6), 695-707.
- Koebel, M. (1998). Le conseil de jeunes, outil de revalorisation de la politique. *Revue des Sciences Sociales*, 25, 75-80.
- Koebel, M. (1999). Le recours à la jeunesse dans l'espace politique local : les conseils de jeunes en Alsace. Présentation de thèse. *Revue Européenne de Management du Sport*, 1, 209-212.
- Koebel, M. (2000). Les profits politiques de l'engagement associatif sportif. *Regards sociologiques*, 20, 165-176.
- Kotze, N. (2006). Cape Town and the Two Oceans Marathon: The impact of sport tourism. *Urban Forum*, 17(3), 282-293. Springer Netherlands.
- Kurscheidt, M. (1999). *Le poids macro-économique du sport et le spectacle sportif : Méthodologie, résultats empiriques et perspectives économiques pour le cas de l'Allemagne*, Rapport d'Expert, Université de Paderborn.
- Kurtzman, J., Zauhar, J. (2003). A Wave in Time - The Sports Tourism Phenomena. *Journal of Sport Tourism*, 1, 35(7).
- Kvale, S. (1996). *InterViews: An introduction to qualitative research interviewing*. Sage.

L

- Lagroye, J. (2003). *La politisation*. 1270. Belin.
- Lallement, E. (2010). *La ville marchande, enquête à Barbès*. Téraèdre.
- Landel, P. A., Senil, N. (2009). Patrimoine et territoire, les nouvelles ressources du développement. *Développement durable et territoires. Économie, géographie, politique, droit, sociologie*.
- Lanfranchi, P. (2000). Entre initiative privée et question nationale. Genèse et évolution des politiques sportives en Europe (Grande-Bretagne, Allemagne, France, Italie). *Politix*, 13(50), 29-48.
- Laperrière, A. (1997). Les critères de scientificité des méthodes qualitatives. *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques*, 1, 365-389.

- Lapeyronie, B. (2007). *Analyse socio-économique des processus de développement des pratiques sportives : l'exemple des marathons en France*. Thèse de doctorat, Université Paris-Sud 11, UFR STAPS.
- Lapeyronie, B. (2009). Retombées socio-économiques du tourisme sportif : exemples des marathons en France. *Téoros*, 28(2), 37-44.
- Lapeyronie, B., Charrier, D. (2014). *Les politiques sportives territoriales*. Kreaten.
- Lapeyronie, B., Le Fur, S. (2012). Les impacts territoriaux des grands événements sportifs Analyse sociale du tour de France à Montpellier. *Revue européenne du management du sport*, 36.
- Laporte, A. (2011). *De Bonn à Berlin : le transfert d'une capitale, 1990-2010*. Presses universitaires du Midi.
- Larson, M., Wikström, E. (2001). Organizing events: Managing conflict and consensus in a political market square. *Event Management*, 7(1), 51-65.
- Larson, M., Wikström, E. (2007). Relational interaction processes in project networks: the consent and negotiation perspectives. *Scandinavian Journal of Management*, 23(3), 327-352.
- Lascoumes, P. (1994). L'éco-pouvoir. *Revue française de science politique*, 45(3), 491-493.
- Lascoumes, P. (1999). *Instituer l'environnement : vingt-cinq ans d'administration de l'environnement*. L'Harmattan.
- Lascoumes, P. (2002). L'expertise, de la recherche d'une action rationnelle à la démocratisation des connaissances et des choix. *Revue française d'administration publique*, 3, 369-377.
- Lascoumes, P., Le Bourhis, J.-P. (1998). Le bien commun comme construit territorial. Identités d'action et procédures. *Politix*, 11(42), 37-66.
- Lascoumes, P., Le Galès, P. (2007). Introduction: Understanding public policy through its instruments: From the nature of instruments to the sociology of public policy instrumentation. *Governance*, 20(1), 1-21.
- Lascoumes, P., Le Galès, P. (2012). *Sociologie de l'action publique : domaines et approches*. Armand Colin.
- Lassalle, F. (2010). Proposition d'un outil d'analyse des relations de pouvoir sur les événementiels sportifs internationaux. *Management & Avenir*, 9, 52-64.
- Lasswell, H. D. (1951). The Immediate Future of Research Policy and Method in Political Science. *American Political Science Review*, 45(01), 133-142.
- Lasswell, H. D., Lerner, D. (Eds.). (1951). *The policy sciences*. Stanford University Press.
- Laurent, J. (2010). En flat ou sur les curbs, l'influence de l'espace sur les interactions sociales chez les skaters montpelliérains. *Staps*, 2, 61-77.
- Laville, C., Dionne, J. (1996). *La construction des savoirs*. Chenelière/McGraw-Hill.
- Lazega, E. (1994). Analyse de réseaux et sociologie des organisations. *Revue française de sociologie*, 293-320.
- Le Berre, M. (1992). Territoires. *Encyclopédie de géographie*, 620-621.
- Le Gall, D., Bettahar, Y. (2001). *La pluriparentalité*. PUF.
- Le Goff, J.-P. (1999). *La barbarie douce : la modernisation aveugle des entreprises et de l'école*. La découverte.
- Lebreton, F. (2010). Cultures urbaines et sportives alternatives. *Socio-anthropologie de l'urbanité ludique*. L'Harmattan.
- Le Compte, M.-D., Goetz, J.-P. (1982). Problems of reliability and validity in ethnographic research. *Review of educational research*, 52(1), 31-60.
- Lee, S., Cornwell, T., Babiak, K. (2013). Developing an Instrument to Measure the Social Impact of Sport: Social Capital, Collective Identities, Health Literacy, Weil-Being and Human Capital. *Journal of Sport Management*, 27(1), 24-42.
- Lefebvre, S., Roult, R. (2013). Politiques urbaines et planification territoriale dans la ville festive/Urban policy and territorial planning in the festive city. *Loisir et Société/Society and Leisure*, 36(1), 1-7.

- Lefebvre, S., Roullet, R., Augustin, J.-P. (dir.), (2013). *Les nouvelles territorialités du sport dans la ville*. Presses de l'Université du Québec.
- Lemieux, V. (1999). *Les réseaux d'acteurs sociaux*. PUF.
- Lévy, J. (1991). Contrôle : un concept incontrôlé ? Pouvoir, espace et société. *L'État et les stratégies du territoire*, 33-43.
- Lévy, J., Lussault, M. (2003). *Dictionnaire de la géographie [et de l'espace des sociétés]*, volume 1034. Belin.
- Lheraud, J.L., Bouchet, P. (2011). Proposition d'un cadre d'analyse de la gouvernabilité du sport dans les collectivités territoriales en France. *Revue européenne du management du sport*.
- Lipiansky, E. M. (1992). *Identité et communication : l'expérience groupale*. PUF.
- Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development : A critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11, 459-475.
- Loirand, G. (2011). L'État et le sport en France. *Savoir/Agir*, 1, 11-18.
- Loret, A. (1995). *Génération glisse. L'eau, l'air, la neige. La révolution du sport des années fun*. Editions Autrement.
- Loret, A. (1998). Le sport en mouvement... reconnaître ses mutations. *Revue Dire*, 64-65, 15-21.
- Loup, J., Plassard, J. (1930). *Les sports et le droit*. Dalloz.
- Louveau, C. (2004). Sexuation du travail sportif et construction sociale de la féminité. *Cahiers du genre*, 1, 163-183.
- Lussault, M. (2007). *L'homme spatial : la construction sociale de l'espace humain*, volume 363. Seuil.

M

- Maennig, W., Zimbalist, A. S. (Eds.). (2012). *International handbook on the economics of mega sporting events*. Edward Elgar Publishing.
- Maigrot, J.-L. (1999). *Les dix postures du géographe agraire*. Actes des Quatrièmes Rencontres de Théo Quant, 11-12 février 1999, Besançon. Presses Universitaires de Besançon, 41-49.
- Maines, D. R. (2001). *The faultline of consciousness: A view of interactionism in sociology*. Aldine.
- Maltese, L., Pons, F., Danglade, J. P., Kéramidas, O. (2016). L'écosystème des spectacles sportifs : de la recherche aux pratiques managériales et inversement. *Recherches en Sciences de Gestion*, 4, 75-96.
- Mao, P. (2003). *Les lieux de pratiques sportives de nature dans les espaces ruraux et montagnards. Contribution à l'analyse de l'espace géographique des sports*. Thèse de doctorat de géographie, Université Joseph Fourier-Grenoble I.
- Marcellini, A. (2007). Eléments d'analyse sur l'accueil des personnes présentant des déficiences dans les clubs sportifs en France. *Handicaps, Sport, Intégration*, 91-98.
- Maresca, S., Meyer, M. (2013). *Précis de photographie à l'usage des sociologues*, Presses universitaires de Rennes.
- Marié, M., Tamisier, C. (1982). *Un territoire sans nom*, volume 5. Librairie des méridiens.
- Martel, L. (2006). Quand la diversité interroge les politiques publiques sportives ou la difficulté de faire face au défi..., *Management & Avenir*, 4, 161-178.
- Martel, L. (2010). La Via Romana, une course, un territoire, des hommes. *Espaces*, 287.
- Martel, L., Clément, J-P. (2009). Mission de service public-marchandisation des activités : le cas des sports nature en Corse. In Slimani H., Guibert C., Loirand G. (2009). *Le sport entre public et privé : frontières et porosités*. L'Harmattan.

- Martineau, S. (2005). L'observation en situation : enjeux, possibilités et limites. *Recherches qualitatives*, 2, 5-17.
- Mathieu, D., Praicheux, J. (1987). *Atlas des sports en France*. Fayard-Reclus.
- Maurence, E. (2012). La Mesure de l'impact économique d'un événement touristique. Rapport d'étude / Sous-direction de la Prospective, des Études Économiques et de l'Évaluation (P3E) / Direction Générale de la Compétitivité de l'Industrie et des Services.
- Mauss, M. (1924). *Rapports réels et pratiques de la psychologie et de la sociologie*. Alcan, 281-310.
- McCabe, S. (2006). The making of community identity through historic festive practice: The case of Ashbourne Royal Shrovetide Football. *Festivals, tourism and social change*, 99-118.
- McCormack, J. B., Chalip, L. (1988). Sport as socialization: A critique of methodological premises. *The Social Science Journal*, 25(1), 83-92.
- McGehee, N.G., Yoon, Y., Cardenas, D. (2003). Involvement and travel for recreational runners in North Carolina. *Journal of Sport Management*, 17(3), 305-324.
- McMillan, J. H., Schumacher, S. (1984). *Research in education: A conceptual introduction*. Little, Brown.
- Meenaghan, T., Shipley, D. (1999). Media effect in commercial sponsorship. *European journal of marketing*, 33(3/4), 328-348.
- Méliani, V. (2013). Choisir l'analyse par théorisation ancrée : illustration des apports et des limites de la méthode. *Recherches qualitatives-Hors-Série*, 15, 435-452.
- Menez, F. (2006). Le territoire au cœur des rapports publics privés : La cite internationale de Lyon. *Géocarrefour*, 81(2), 105-111.
- Mény, Y., Thoenig, J. C. (1989). *Politiques publiques*. PUF.
- Mercklé, P. (2003). *Les réseaux sociaux, les origines de l'analyse des réseaux sociaux*. CNED.
- Mercklé, P. (2004). *Sociologie des réseaux sociaux*. La découverte.
- Merle, S. (2004). Le stade Geoffroy Guichard de Saint-Etienne, un "monument" du sport local ? *Géocarrefour*, 79(3), 213-222.
- Merriam, S. B. (1998). Qualitative Research and Case Study Applications in Education. Revised and Expanded. *Case Study Research in Education*. Jossey-Bass Publishers.
- Merton, R. K. (1964). Anomie, anomia, and social interaction: Contexts of deviant behavior. *Anomie and deviant behavior*, 213-242.
- Merton, R. K., Mendras, H. (1965). *Éléments de théorie et de méthode sociologique*. Plon.
- Micoud, A. (2000). Patrimoine et légitimité des territoires. De la construction d'un autre espace et d'un autre temps commun. In Gerbeaux F. (2000). *Utopies pour le territoire : cohérence ou complexité ? La Tour d'Aigues*. Éditions de l'Aube, 53-78.
- Miles, M. B., Huberman, A. M. (1984). *Qualitative data analysis*. Beverly Hills.
- Miles, M. B., Huberman, A. M. (1990). Animadversions and reflections on the uses of qualitative inquiry. *Qualitative inquiry in education*, 339-357.
- Miles, M. B., Huberman, A. M. (2003). *Analyse des données qualitatives*. De Boeck Supérieur.
- Mills, C. W. (1970). *The sociological imagination*. Penguin Books, 1ère édition 1959.
- Misener, K., Doherty, A. (2009). A case study of organizational capacity in nonprofit community sport. *Journal of sport management*, 23(4), 457-482.
- Misener, L., Mason, D. S. (2006). Creating community networks: Can sporting events offer meaningful sources of social capital ? *Managing Leisure*, 11(1), 39-56.
- Misener, L., Taks, M., Chalip, L., Green, B. C. (2015). The elusive "trickle-down effect" of sport events: assumptions and missed opportunities. *Managing Sport and Leisure*, 20(2), 135-156.
- Moine, A. (2006). Le territoire comme un système complexe : un concept opératoire pour l'aménagement et la géographie. *L'Espace géographique*, 35(2), 115-132.
- Montès, C. (2003). La ville, le bruit et le son, entre mesure policière et identités urbaines. *Géocarrefour*, 78(2), 91-94.
- Moriset, B. (2007). La Métropole Parisienne, Centralités, inégalités, proximités. *Géocarrefour*, 82(3), 164.

- Morse, J. M., Field, P. A. (1995). *Qualitative research methods for health professionals*. Sage.
- Mucchielli, A. (1986). *L'identité, Que-sais-je ?*. PUF.
- Mucchielli, A., Paillé, P. (2003). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Armand Colin.
- Mucchielli, R. (1996). *L'observation psychologique et psychosociologique*. Esf Editeur.
- Mules, T., Faulkner, B. (1996). An economic perspective on special events. *Tourism Economics*, 1(1), 107-117.
- Muller, N., Poyan, D. (2006). *Olympism and Sport for All*. Communication présentée lors de la 11th World Sport for All Congress.
- Muller, P. (2000). L'analyse cognitive des politiques publiques : vers une sociologie politique de l'action publique. *Revue française de science politique*, 189-207.
- Murphy, N. M., Bauman, A. (2007). Mass sporting and physical activity events—are they “bread and circuses” or public health interventions to increase population levels of physical activity ?. *Journal of Physical Activity and Health*, 4(2), 193-202.
- Musselin, C. (2005). Sociologie de l'action organisée et analyse des politiques publiques : deux approches pour un même objet ?. *Revue française de science politique*, 55(1), 51-71.

N

- Nagel, S. S. (Ed.). (1990). *Policy theory and policy evaluation: Concepts, knowledge, causes, and norms*, volume 258. Praeger Pub Text.
- Nahrath, S., Varone, F., Gerber, J-D. (2009). Les espaces fonctionnels : nouveau référentiel de la gestion durable des ressources ?. *Vertigo - la revue électronique en sciences de l'environnement*, 9(1). Mis en ligne le 23 mai 2009, consulté le 16 avril 2017. URL : <http://vertigo.revues.org/8510>.
- Nana, F. M. M. (2016). *De nouvelles articulations entre les politiques publiques et les pratiques sportives auto-organisées : l'exemple des sept communes de Yaoundé (Cameroun)*. Thèse de doctorat, Université Paris-Sud 11.
- Nancy-Combes, J. P. (2002). Comment percevoir la modélisation en didactique des langues. *ASp. La revue du GERAS*, 35-36, 219-230.
- Naves, M. C., Wisnia-Weill, V. (2014). *Lutter contre les stéréotypes filles-garçons*. Rapport du Commissariat général à la stratégie et à la prospective.
- Nicholson, M., Hoyer, R. (Eds.). (2008). *Sport and social capital*. Routledge.
- Noé N., (1991). Politique sportive municipale : une analyse des relations Municipalité-Associations. *Revue Sciences et techniques des activités physiques et sportives*, 26, 23-35.
- Nora, P. (1984). *Les lieux de mémoire*. Gallimard.
- North, D. C. (1955). Location theory and regional economic growth. *Journal of political economy*, 63(3), 243-258.
- Norton, L. (1999). The philosophical bases of grounded theory and their implications for research practice. *Nurse Researcher*, 7(1), 31-43.
- Nosedá, V., Racine, J. B. (2001). Acteurs et agents, points de vue géographiques au sein des sciences sociales. *Revue européenne des sciences sociales. European Journal of Social Sciences*, 39(121), 65-79.

O

- O'Brien, D., Chalip, L. (2007). Sport events and strategic leveraging: Pushing towards the triple bottom line. In A. Woodside & D. Martin (Eds.), *Tourism management: Analysis, behavior and strategy* (pp. 318–338). Wallingford, Oxford : CAB International.

- Oldenboom, E. R. (2005). *Costs and benefits of major sports events: a case-study of Euro 2000* (Doctoral dissertation, Sheffield Hallam University).
- Onyx, J., Bullen, P. (2000). Measuring social capital in five communities. *The journal of applied behavioral science*, 36(1), 23-42.
- Ozouf-Marignier, M. V., Verdier, N. (2000). L'événement : un objet historique à emprunter. *Espace géographique*, 29(3), 218-223.

P

- Padioleau, J. G. (1983). Le journalisme politique à la française : Regards étrangers. *Esprit*, 74 (2), 147-155.
- Pagès, D. (2010). La métropole parisienne et ses récits : du projet de territoire à une possible identité narrative dialoguée ?. *Quaderni*, 3, 9-24.
- Pagès, D. (2016). Le Grand Paris qui mange : un projet politique culturel en émergence ? Seconde partie : La fabrique symbolique, des processus aux écritures. *Quaderni : la revue de la communication*, 90, 97-111.
- Paillé, P. (1994). L'analyse par théorisation ancrée. *Cahiers de recherche sociologique*, 23, 147-181.
- Paillé, P. (1996). De l'analyse qualitative en général et de l'analyse thématique en particulier. *Recherches qualitatives*, 15, 179-194
- Paillé, P. (2007). La méthodologie de recherche dans un contexte de recherche professionnalisante : douze devis méthodologiques exemplaires. *Recherches qualitatives*, 27(2), 133-151.
- Paquette, D. (2005). L'instrumentation dans la collecte des données. *Recherches qualitatives, Hors-série*, 2, 61-70.
- Parent, M. M. (2008). Evolution and issue patterns for major-sport-event organizing committees and their stakeholders. *Journal of Sport Management*, 22(2), 135-164.
- Parlebas, P. (1999). *Jeux, sports et sociétés : lexique de praxéologie motrice*. Insep.
- Parsons, T. (1937). 1968. *The structure of social action*, 2, 34-49.
- Pavlovich, K. (2003). The evolution and transformation of a tourism destination network: the Waitomo Caves, New Zealand. *Tourism Management*, 24(2), 203-216.
- Peloza, J., Hassay, D. N. (2007). A typology of charity support behaviors: Toward a holistic view of helping. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 17(1-2), 135-151.
- Perce, G. (1965). *Les choses*. Julliard.
- Peter, J. M. (2009). L'engagement bénévole des jeunes sportifs : crise ou mutation ?. *Agora débats/jeunesses*, 1, 29-42.
- Pierre, J., Tribou, G. (2013). L'événementiel sportif comme outil de communication interne en entreprise. *Gestion 2000*, 30(3), 113-128.
- Pigeassou, C., Garrabos, C. (1997). *Management des organisations de services sportifs*. PUF.
- Piquet, S. (1985). *Sponsoring et Mécénat. La communication par l'événement*. Vuibert gestion.
- Piquet, S. (1998). Sponsoring sportif et communication sociale. *Revue française de gestion*, 66-74.
- Piveteau, J. L. (1995). Le territoire est-il un lieu de mémoire ?. *Espace géographique*, 24(2), 113-123.
- Pociello, C. (1981). *Sports et société : approche socio-culturelle des pratiques*, volume 49. Vigot.
- Pociello, C. (1994). Le futur comme nouvelle forme d'enjeu. *Sport et Pouvoirs au XX^e siècle*, 139-176.

- Pociello, C. (1995). La production sociale de la performance. *Les Cultures sportives*, PUF, 199-217.
- Pociello, C. (1999). *Sports et sciences sociales : Histoire, sociologie et prospective*. Vigot.
- Porter, P. K. (1999). Mega-sports events as municipal investments: a critique of impact analysis. *Sports economics: current research*, 61-73.
- Pradel, B. (2007). Mettre en scène et mettre en intrigue : un urbanisme festif des espaces publics. *Géocarrefour*, 82(3), 123-130.
- Pressman, J. L., Wildavsky, A. B. (1973). *Implementation: How Grert Expectations in Washington are Dashed in Oakland; Or, why It's Amazing that Federal Programs Work at All...* University of California Press.
- Preuss, H. (2005). The economic impact of visitors at major multi-sport events. *European Sport Management Quarterly*, 5(3), 281-301.
- Preuss H. (2006), Special issue: Impact and Evaluation of Major Sporting Events. *European Sport Management Quaterly*, 6(4), 313-415.
- Preuss, H. (2007). The conceptualisation and measurement of mega sport event legacies. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3-4), 207-228.
- Prouteau, L. (1999). *Économie du comportement bénévole*. Economica.
- Provan, K. G., Milward, H. B. (1995). A preliminary theory of interorganizational network effectiveness: A comparative study of four community mental health systems. *Administrative science quarterly*, 1-33.
- Pulman, B. (2013). *Rouge est la terre : dans les coulisses de Roland-Garros*. Calmann-Lévy.
- Pumain, D., Saint-Julien T. (1997). *L'Analyse spatiale : localisations dans l'espace*. Armand Colin.
- Pumain, D., Saint-Julien, T. (2001). Les interactions spatiales, *Revue de géographie alpine*, 89(1), 135.
- Putnam, R. (2001). Social capital: Measurement and consequences. *Canadian Journal of Policy Research*, 2(1), 41-51.

Q

- Quinn, B. (2009). Festivals, events and tourism. In Jamal, T., Robinson, M. (Eds.). *The SAGE handbook of tourism studies*. Sage.
- Quiot, A.-L. (2014). Les grands équipements sportifs : analyse critique des méthodes de programmation et de gestion. In Lapeyronie, B., Charrier, D., (dir.). (2014). *Les politiques sportives territoriales : savoirs et questionnements*. Editions Kreaten.

R

- Raude, E., Prouteau, G. (1950). *Le message de Léo Lagrange*. La Compagnie du livre.
- Ravenel, L. (2006). Cinq facteurs clés pour comprendre les territoires sportifs. *Insaniyat. Revue algérienne d'anthropologie et de sciences sociales*, 34, 147-157.
- Ravenel, L. (2011). Une approche géomarketing du sport. *Annales de géographie*, 4, 383-404. Armand Colin.
- Ravenel, L., Durand, C. (2002). Structures urbaines et sports professionnels dans le Sud-Ouest. *Sud-Ouest Européen, Revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest*, 13, 11-24.
- Retailié, D. (1997). *Le monde du géographe*, Presses de Science Po.
- Reynaud, J. D. (1989). *Les règles du jeu : l'action collective et la régulation sociale*. Armand Colin.

- Reynaud, J. D. (Ed.). (1990). *Les systèmes de relations professionnelles : Examen critique d'une théorie*. Centre National de la Recherche Scientifique.
- Rial Rebullido, T., Villanueva Lameiro, C. (2016). Flashmob as a proposal for educational innovation in body expression and dance. *RETOS-Neuvas Tendencias en Educacion Fisica, Deporte y Recreacion*, 29, 126-128.
- Richardson, L. (2000). New writing practices in qualitative research. *Sociology of sport journal*, 17(1), 5-20.
- Riegl, A. (1903). *Le Culte Moderne des Monuments : son essence et sa genèse*. Seuil.
- Ripoll, F., Veschambre, V. (2002). Face à l'hégémonie du territoire, éléments pour une réflexion critique. In Jean, Y., Calenge, C. (dir.). (2002). *Lire les territoires. Perspectives Villes et Territoires*, 3, Presses universitaires François-Rabelais.
- Ripoll, F., Veschambre, V. (2005). Introduction. L'appropriation de l'espace comme problématique. *Norois. Environnement, aménagement, société*, 195, 7-15.
- Ritchie, B. W., Adair, D. (Eds.). (2004). *Sport tourism: Interrelationships, impacts and issues*, volume 14. Channel View Publications.
- Rogalsky, K., Doherty, A., Paradis, K. F. (2016). Understanding the Sport Event Volunteer Experience: An Investigation of Role Ambiguity and Its Correlates. *Journal of Sport Management*, 30(4), 453-469.
- Rohe, W. M. (2004). Building social capital through community development. *Journal of the American Planning Association*, 70(2), 158-164.
- Rosentraub, M. S., Swindell, D., Przybylski, M., Mullins, D. R. (1994). Sport and Downtown Development Strategy If You Build It, Will Jobs Come ?. *Journal of Urban Affairs*, 16(3), 221-239.
- Rouban, L., Jobert, B., Muller, P. (1988). L'État en action. *Revue française de science politique*, 38(3), Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques.
- Roult, R., Lefebvre, S. (2010). Reconversion des héritages olympiques et rénovation de l'espace urbain : le cas des stades olympiques. *Géographie, économie, société*, 4(12), 367-391.
- Rowe, D. (2012). The bid, the lead-up, the event and the legacy: global cultural politics and hosting the Olympics. *The British journal of sociology*, 63(2), 285-305.
- Roy, S.N. (2009). L'étude de cas. In Gauthier, B. (Éd.). (2009). *Recherche sociale de la problématique à la collecte de données*, Presses de l'Université du Québec, 5^e édition, 199-225.
- Ruhanen, L., Whitford, M. (2011). Indigenous sporting events: More than just a game. *International Journal of Event Management Research*, 6(1), 33-51.

S

- Saayman, A., Saayman, M. (2008). Determinants of inbound tourism to South Africa. *Tourism Economics*, 14(1), 81-96.
- Sabatier, P. A. (1986). Top-down and bottom-up approaches to implementation research: a critical analysis and suggested synthesis. *Journal of public policy*, 6(01), 21-48.
- Sabourin, P. (2003). L'analyse de contenu. *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données*, 357-385.
- Salisbury, P. (2012). Decision-making processes in bidding for large scale sports events. *Abstract Book 20th Conference of the EASM "Sport between business and civil society"*, Aalborg.
- Salisbury, P. (2015). *The rhetoric and reality of the 2014 Tour de France Grand Depart: examining gentrification and situational rationality in Leeds*. Communication présentée au 23^{ème} congrès de l'European Association for Sport Management.

- Sallent, O., Palau, R., Guia, J. (2011). Exploring the legacy of sport events on sport tourism networks. *European Sport Management Quarterly*, 11(4), 397-421.
- Sawicki, F., (2000). Les politistes et le microscope. In Bachir, M. (Ed.). (2000). *Les méthodes au concret*, PUF, CURAPP, 187-208.
- Schank, R. C. (1999). *Dynamic memory revisited*. Cambridge University Press.
- Scholz, R.W., Tictje, O. (2001). *Embedded Case Study Methods: Integrating Quantitative and Qualitative Knowledge*, Thousands Oaks, Sage.
- Schnapper, D. (2003). *La communauté des citoyens*. Gallimard.
- Schulenkorf, N. (2009). An ex ante framework for the strategic study of social utility of sport events. *Tourism and Hospitality Research*, 9(2), 120-131.
- Schulenkorf, N. (2012). Sustainable community development through sport and events: A conceptual framework for Sport-for-Development projects. *Sport management Review*, 15(1), 1-12.
- Schulenkorf, N., Thomson, A., Schlenker, K. (2011). Intercommunity sport events: Vehicles and catalysts for social capital in divided societies. *Event management*, 15(2), 105-119.
- Scott, J. (1992). *Social network analysis*. Sage.
- Scott, N., Baggio, R., Cooper, C. (2008). *Network analysis and tourism: From theory to practice*, volume 35, Channel View Publications.
- Sebileau, A. (2009). La mise sous tutelle publique d'intérêts privés : le cas de la planche à voile. In Slimani H., Guibert C., Loirand G. (2009). *Le sport entre public et privé : frontières et porosités*, L'Harmattan.
- Ségaud M., Brun J., Driant J.-C. (2002). *Dictionnaire de l'habitat et du logement*. Armand Colin.
- Segaud, M. (2010). *Anthropologie de l'espace : habiter, fonder, distribuer, transformer*. Armand Colin.
- Selltiz, C., Wrightsman, L. S., Cook, S. W. (1977). Les méthodes de recherche en sciences sociales, traduit par Bélanger D., Les Éditions HRW.
- Sénécal, G. (2005). Conflits de proximité et coopération : une géographie des acteurs et des interactions sociales. *Cahiers de géographie du Québec*, 49(138), 277-285.
- Sirost, O. (2014). *Équipement sportif et politique publique : les enjeux politiques de la Kindarena*. Séminaire CETAPS Rouen du 26/09/14.
- Skinner, J., Zakus, D. H., Edwards, A. (2008). Coming in from the margins: Ethnicity, community support and the rebranding of Australian soccer. *Soccer & Society*, 9(3), 394-404.
- Slimani H., Guibert C., Loirand G. (2009). *Le sport entre public et privé : frontières et porosités*. L'Harmattan.
- Small, K. (2007). Social dimensions of community festivals: An application of factor analysis in the development of the social impact perception (SIP) scale. *Event Management*, 11(1-2), 45-55.
- Small, K., Edwards, D., Sheridan, L. (2005). A Flexible Framework for Evaluating the Socio-cultural Impacts of a (small) Festival. *International Journal of Management Research*, 1(1), 66-77.
- Smith, A., Weed, M. (2007). The potential of narrative research in sport tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3/4), 249-269.
- Smith, D. A., White, D. R. (1992). Structure and dynamics of the global economy: Network analysis of international trade 1965-1980. *Social forces*, 857-893.
- Smith, M. K., Smith, M. M. (2009). *Issues in cultural tourism studies*. Routledge.
- Snelgrove, R., Taks, M., Chalip, L., Green, B. C. (2008). How visitors and locals at a sport event differ in motives and identity. *Journal of Sport & Tourism*, 13(3), 165-180.
- Sobry, C. (2003). *Socioéconomie du sport : Structures sportives et libéralisme économique*. De Boeck Supérieur.
- Solberg, H. A., Preuss, H. (2007). Major Sport Events and Long-Term Tourism Impacts. *Journal of Sport Management*, 21, 215-236.

- Someren, M. V., Barnard, Y. F., Sandberg, J. A. (1994). *The think aloud method: a practical approach to modelling cognitive processes*. Academic Press.
- Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. Sage.
- Stangherlin, G. (2001). Les organisations non gouvernementales de coopération au développement. *Courrier hebdomadaire du CRISP*, 9, 5-69.
- Staszak, J. F. (2004). L'exote, l'oviri, l'exilé : les singulières identités géographiques de Paul Gauguin, *Annales de géographie*, Armand Colin, 363-384.
- Steptoe, A. S., Butler, N. (1996). Sports participation and emotional wellbeing in adolescents. *The Lancet*, 347(9018), 1789-1792.
- Stern, P. N. (1980). Grounded theory methodology: Its uses and processes. *Journal of Nursing Scholarship*, 12(1), 20-23.
- Stokes, R. (2006). Network-based strategy making for events tourism. *European Journal of marketing*, 40(5/6), 682-695.
- Stokey, E., Zeckhauser, R. (1978). *Primer for policy analysis*. WW Norton.
- Stone, G. P., (1981) *Sport as a community representation*. *Handbook of social science of sport*. Department of Sociology, Minnesota University, 214-245.
- Strauss, A., Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Procedures and techniques for developing grounded theory*. Sage.
- Struna, N. L. (1988). Sport and society in early America. *The International Journal of the History of Sport*, 5(3), 292-311.
- 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*, 79(1), 2-20.
- Suchet, A. (2013). La reconversion des équipements d'une grande compétition sportive de nature. Désorganisation, stratégies d'acteurs et conflits d'intérêts autour de l'héritage matériel des Jeux pyrénéens de l'aventure 1993. *Revue européenne de management du sport*, 40, 65-76.
- Sugden, J., Tomlinson, A. (1998). *FIFA and the contest for world football: who rules the people's game ?*. Polity Press.
- Surel, Y. (1998). Idées, intérêts, institutions dans l'analyse des politiques publiques. *Pouvoirs : Revue française d'études constitutionnelles et politiques*, 87, 161-178.
- Symon, G., Clegg, C. W. (1991). Technology-led change: A study of the implementation of CAD/CAM. *Journal of Occupational Psychology*, 64(4), 273-290.

T

- Taks, M. (2013). Social sustainability of non-mega sport events in a global world. *EJSS : European Journal for Sport and Society*, 10(2), 121.
- Taks, M. (2015). *Construct Validity of Social Impact Scales for Sport Events*. *Workshop Impacts and outcomes of sport events: Streamlining tools*. Communication présentée au 23^{ème} congrès de l'European Association for Sport Management.
- Taks, M., Chalip, L., Green, B. C. (2015). Impacts and strategic outcomes from non-mega sport events for local communities. *European sport management quarterly*, 15(1), 1-6.
- Taks, M., Littlejohn, M., Snelgrove, R., Wood, L. (2016). Sport Events and Residential Happiness: The Case of Two Non-Mega Sport Events. *Journal of Global Sport Management*, 1(3-4), 90-109.
- Taks, M., Misener, L., Chalip, L., Green, B. C. (2013). Leveraging sport events for participation. *Canadian Journal for Social Research*, 3(1), 12-23.
- Taylor, P., Gratton, C. (2002). *The economics of sport and recreation: an economic analysis*. Routledge.

- Tchernonog, V., Pasqualini, E., Tabariés, M., Hely, M., Fretel, A. (2004). Quels acteurs dans les associations ? Premières données sur les dirigeants bénévoles et sur les bénéficiaires. *Revue internationale de l'économie sociale : Recma*, 292, 9-41.
- Texier, S. (2005). *Paris contemporain. De Haussmann à nos jours, une capitale à l'ère des métropoles*, Parigramme.
- Thoenig, J.-C., Muller, P., Surel, Y. (1998). *L'analyse des politiques publiques. Politiques et management public*, 16(4), 170-171.
- Thomson, A., Schlenker, K., Schulenkorf, N. (2013). Conceptualizing sport event legacy. *Event Management*, 17(2), 111-122.
- Tiebout, C. M. (1956). A pure theory of local expenditures. *Journal of political economy*, 64(5), 416-424.
- Tomas, F. (2004). Les temporalités du patrimoine et de l'aménagement urbain. *Géocarrefour*, 79(3), 197-212.
- Torgue, H., (2005). Immersion et émergence : qualités et significations des formes sonores urbaines, *Espaces et sociétés*, 122(3), 157-166.
- Touraine, A. (1992). *Critique de la modernité*. Fayard.
- Tribou, G., Augé, B. (2003). Management du sport. *Marketing et gestion des clubs sportifs*, 3. Dunod.
- Tribou, G., Dermit, N., Wojak, C. (2015). *Management du sport-4^{ème} édition : Marketing et gestion des clubs sportifs*. Dunod.
- Tronchet, D. (2000). *Petit traité de vélosophie : le monde vu de ma selle*. Plon.
- Trudel, L., Simard, C., Vonarx, N. (2007). La recherche qualitative est-elle nécessairement exploratoire ?. *Recherches Qualitatives, Hors Série*, 5, 38-45.
- Turgeon, L. (2010). Introduction. Du matériel à l'immatériel. Nouveaux défis, nouveaux enjeux. *Ethnologie française*, 40(3), 389-399.
- Tyrrell, T., and R. Johnson (2001). A Framework for Assessing Direct Economic Impacts of Tourist Events: Distinguishing Origins, Destinations and Causes of Expenditures. *Journal of Travel Research*, 40(1), 94-100.

U

- Uden, J. V. (2005). Transforming a football club into a 'total experience' entertainment company: implications for management. *Managing Leisure*, 10(3), 184-198.
- Ullmann-Margalit, E., Morgenbesser, S. (1977). Picking and choosing. *Social Research*, 757-785.
- Uzzi, B. (1997). Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness. *Administrative science quarterly*, 35-67.

V

- Van Campenhoudt, L. (2010). Pouvoir et réseau social : une matrice théorique. Travail, inégalités et responsabilité. Proceedings from the symposium organized for the creation of the CIRTES-UCL (Centre Interdisciplinaire de Recherche Travail, État et Société) and as a tribute to Georges Liénard, Louvain-La-Neuve, Presses universitaires de Louvain, 5-41.
- Van Campenhoudt, L., Quivy, R. (2011). *Manuel de recherche en sciences sociales-4e édition*. Dunod.
- Van der Maren, J. M. (1995). *Méthodes de recherche pour l'éducation*. De Boeck Université.
- Van der Maren, J. M. (1999). *La recherche appliquée en pédagogie : des modèles pour l'enseignement*. De Boeck Université.

- Veal, A. J. (2003). Tracking change: Leisure participation and policy in Australia, 1985–2002. *Annals of leisure research*, 6(3), 345-277.
- Veal, A. J., Darcy, S. (2014). *Research methods in sport studies and sport management: A practical guide*. Routledge.
- Veal, A. J., Toohey, K., Frawley, S. (2012). The sport participation legacy of the Sydney 2000 Olympic Games and other international sporting events hosted in Australia. *Journal of policy research in tourism, leisure and events*, 4(2), 155-184.
- Velut, S. (2004). L'Argentine : identité nationale et mondialisation/Argentine : national identity and globalization. *Annales de géographie*, Armand Colin, 489-510.
- Verhoeven, M. (2006). Traitement scolaire de la différence culturelle et identité de jeunes issus de l'immigration. Une recherche semi-inductive et comparative multi-niveaux. *L'analyse qualitative en éducation. Des pratiques de recherche aux critères de qualité*, 83-107.
- Vernières, M., Patin, V., Mengin, C., Geronimi, V., Dalmas, L., Noël, J. F., Sang, J. T. K. (2012). *Méthodologies d'évaluation économique du patrimoine urbain : une approche par la soutenabilité*. À Savoir, 13. Agence Française de Développement.
- Verret, M., (1995). *Chevilles ouvrières*, Les Éditions de l'Atelier/Éditions ouvrières.
- Veschambre, V., (2000). Patrimonialisation et enjeux politiques : les édifices Le Corbusier à Firminy, *Patrimoine et environnement : les territoires du conflit*, Norois, 85, 125-138.
- Veschambre, V. (2005). Le recyclage urbain, entre démolition et patrimonialisation : enjeux d'appropriation symbolique de l'espace, *Norois*, 195, 2005, 79-92.
- Veschambre, V. (2007). Patrimoine : un objet révélateur des évolutions de la géographie et de sa place dans les sciences sociales. *Annales de géographie*, 4, Armand Colin, 361-381.
- Veschambre, V. (2008). *Traces et mémoires urbaines, enjeux sociaux de la patrimonialisation et de la démolition*. Presses universitaires de Rennes.
- Veyret, Y., Reghezza, M. (2005). Aléas et risques dans l'analyse géographique. *Annales des mines*, 40, 61-69.
- Vieille-Marchiset, G. (2003). *Sports de rue et pouvoirs sportifs : Conflits et changements dans l'espace local*. Presses Universitaires de Franche-Comté.
- Vieille-Marchiset, G., Coignet, B. (2015). *Clubs sportifs en banlieue. Des innovations sociales à l'épreuve du terrain*. Presses Universitaires de Strasbourg.
- Vigarello, G. (1992). Le tour de France. *Les Lieux de mémoire*, 2, 469-500.
- Vigneau, F. (1995). Les équipements sportifs : quels référents architecturaux ? Pour quelle fonction ? In Augustin J.-P., Callède, J.-P. (Eds.). (1995). *Sport, relations sociales et action collective*. Editions de la M.S.H.A, 455-463.
- Vigneau, F. (1998). Les espaces du sport, *Que sais-je ? n°3410*. PUF.
- Vigneau, F. (2006). *Espaces du sport et aménagement sportif des territoires*. Thèse de doctorat en géographie et aménagement du territoire, Université de Toulouse Le Mirail.
- Vigneau, F. (2008). Le « sens » du sport : conquête de l'espace, quête du plaisir. *Annales de géographie*, 4, Armand Colin, 3-19.
- Vigneau, F. (2015). Les équipements sportifs : enjeux et impensés d'une politique publique, *Informations sociales*, 187(1), 38-45.
- Volle, J.-P. (1990). Jeux de ballons et territoires : sports collectifs en Languedoc-Roussillon : football, rugby, basket, hand, Volley. *Actes du colloque Géopolitique du sport*, 23- 24 mars 1990, Besançon, Université de Franche-Comté, 115-128.

W

- Wagenaar, H. (2006). Interpretation and Intention in Policy Analysis. In Fischer, F., Miller, J., Sidney, G.-J. M. (2006). *Handbook of Public Policy Analysis Theory, Politics, and Methods*, CRC Press, 429–441.

- Wagner, P. (1981). Sport: culture and geography. *Space and Time in Geography: Essays Dedicated to Torsten Hägerstrand*. Lund Studies in Geography, Series B., Human Geography, 48. CWK Gleerup, 85-108.
- Walker, B., Salt, D. (2012). *Resilience thinking: sustaining ecosystems and people in a changing world*. Island Press.
- Walo, M., Bull, A., Breen, H. (1996). Achieving economic benefits at local events: A case study of a local sports event. *Festival Management and Event Tourism*, 4(3-1), 95-106.
- Wäsche, H. (2015). Interorganizational cooperation in sport tourism: A social network analysis. *Sport Management Review*, 18(4), 542-554.
- Wäsche, H., Dickson, G., Woll, A. (2013). Quality in regional sports tourism: a network approach to strategic quality management. *Journal of Sport & Tourism*, 18(2), 81-97.
- Wäsche, H., Woll, A. (2010). Regional Sports Tourism Networks: A Conceptual Framework, *Journal of Sport & Tourism*, 15(3), 191–214.
- Waser, A. M. (1995). *Sociologie du tennis : genèse d'une crise (1960-1990)*. L'Harmattan.
- Waser, A. M. (1998). Du monopole fédéral au partage du pouvoir sportif : L'exemple du tennis. *Sociétés & représentations*, 7, 485-486.
- Weed, M. (2001). Towards a model of cross-sectoral policy development in leisure: The case of sport and tourism. *Leisure Studies*, 20(2), 125-141.
- Weed, M. (2002). Football hooligans as undesirable sports tourists: some meta-analytical speculations. *Sport tourism : Principles and practice*, 35-52.
- Weed, M. (2003). Why the two won't tango! Explaining the lack of integrated policies for sport and tourism in the UK. *Journal of Sport Management*, 17(3), 258-283.
- Weed, M. (2006). Sports tourism research 2000-2004: A systematic review of knowledge and a metaevaluation of methods. *Journal of Sport & Tourism*, 11(1), 5-30.
- Weed, M. (2008). A potential method for the interpretive synthesis of qualitative research: issues in the development of 'meta-interpretation'. *International journal of social research methodology*, 11(1), 13-28.
- Weed, M. (2011). The Human Impact of Major Sport Events. *Journal of Sport & Tourism*, 16(1), 1-4.
- Weed, M. (2015). *Workshop Summary Impacts and outcomes of sport events: Streamlining tools*. Communication présentée au 23^{ème} congrès de l'European Association for Sport Management.
- Weed, M., Bull, C. (2004). *Sports Tourism: Participants, Policy and Providers*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Weed, M., Coren, E., Fiore, J., Wellard, I., Chatziefstathiou, D., Mansfield, L., Dowse, S. (2015). The Olympic Games and raising sport participation: a systematic review of evidence and an interrogation of policy for a demonstration effect. *European Sport Management Quarterly*, 15(2), 195-226.
- Weinmann, G., Monnin, P. (1999). *L'impact économique des manifestations sportives : Bilan des connaissances*. Rapport à l'attention de l'Office fédéral du sport. Université de Neuchâtel.
- Weyer, J. (2000). Soziale Netzwerke als Mikro-Makro-Scharnier. Fragen an die soziologische Theorie. In J. Weyer (Ed.). (2000). *Soziale Netzwerke: Konzepte und Methoden der sozialwissenschaftlichen Netzwerkforschung*. Oldenbourg, 237-254.
- White, H. C., Boorman, S. A., Breiger, R. L. (1976). Social structure from multiple networks. I. Blockmodels of roles and positions. *American journal of sociology*, 81(4), 730-780.
- Willems-Braun, B. (1994). Situating cultural politics: fringe festivals and the production of spaces of intersubjectivity. *Environment and Planning : Society and Space*, 12(1), 75-104.
- Willig, C. (2001). *Qualitative Research in Psychology: A Practical Guide to Theory and Method*. OUP.
- Wilson, H. S., Hutchinson, S. A. (1991). Triangulation of qualitative methods: Heideggerian hermeneutics and grounded theory. *Qualitative Health Research*, 1(2), 263-276.

- Wilson, R. (2006). The economic impact of local sport events: Significant, limited or otherwise? A case study of four swimming events. *Managing Leisure*, 11, 57–70.
- Winand, M., Qualizza, D., Vos, S., Scheerder., J., Zintz, T. (2013). Fédérations sportives innovantes : attitude, perceptions et champions de l'innovation, *RIMHE : Revue Interdisciplinaire sur le Management et l'Humanisme*, 6, 5-20.
- Witte, E., Joost, N., Thimm, A. L. (1972). Field research on complex decision-making processes-the phase theorem. *International Studies of Management & Organization*, 2(2), 156-182.
- Woodside, A. G., Wilson, E. J. (2000). Constructing thick descriptions of marketers' and buyers' decision processes in business-to-business relationships. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 15(5), 354-369.
- Woodside, A. G., Wilson, E. J. (2003). Case study research methods for theory building. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 18(6/7), 493-508.
- Woolf, J., Heere, B., & Walker, M. (2013). Do charity sport events function as “Brandfests” in the development of brand community ?. *Journal of Sport Management*, 27(2), 95-107.

Y

- Yin, R. K. (1981). The case study as a serious research strategy. *Knowledge*, 3(1), 97-114.
- Yin, R. K. (1994). Discovering the future of the case study method in evaluation research. *Evaluation practice*, 15(3), 283-290.
- Yin, R. K. (2013). *Case study research: design and methods. Applied social research methods series, 5^{ème} edition*. Sage, 1ère édition en 1994.

Z

- Zaltman, G., Dotlich, D. L., Cairo, P. C. (2003). *How customers think*. Audio-Tech Business Book Summaries.
- Ziakas, V., Costa, C. A. (2011a). Event portfolio and multi-purpose development: Establishing the conceptual grounds. *Sport Management Review*, 14(4), 409-423.
- Ziakas, V., Costa, C. A. (2011b). The use of an event portfolio in regional community and tourism development: Creating synergy between sport and cultural events. *Journal of Sport & Tourism*, 16(2), 149-175.
- Ziakas, V., Costa, C. A. (2012). “The show must go on”: event dramaturgy as consolidation of community. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 4(1), 28-47.
- Ziakas, V. (2013). A multidimensional investigation of a regional event portfolio: Advancing theory and praxis. *Event Management*, 17(1), 27-48.
- Zieleskiewicz, A. (2015). *La transmission du tennis en France (2015) : sociographie d'une relation de service*. Thèse de doctorat, Université de Lorraine.
- Zintz, T., Vailliau, D. (2008). La gouvernance des fédérations sportives. *Revue française de gestion*, 7, 15-34.

Table des matières

<i>Index des figures</i>	8
<i>Index des tableaux</i>	9
INTRODUCTION GENERALE.....	11
L'ACTION PUBLIQUE COMME CADRE D'ANALYSE	11
LES IMPACTS DES EVENEMENTS SPORTIFS : DE LA QUESTION GRAND PUBLIC A L'INTERET SCIENTIFIQUE	13
UNE METHODOLOGIE DE RECHERCHE EN MUTATION ; L'APPROCHE QUALITATIVE PAR LE CONTEXTE	14
PROCESSUS METHODOLOGIQUE	16
STRUCTURE DE LA THESE	20
PARTIE 1 : CHEMINEMENT INDUCTIF DE LA THESE	
CHAPITRE 1 : UNE ENTREE PAR LE TERRAIN : LA THEORIE ANCREE	25
1.1 LES APPROCHES DE THEORISATION INDUCTIVE	25
1.1.1 <i>La suspension temporaire du recours à des cadres théoriques existants</i>	30
1.1.2 <i>Une façon particulière de préciser l'objet de recherche</i>	31
1.1.3 <i>L'interaction circulaire.</i>	32
1.1.4 <i>Des procédures d'analyse favorisant une ouverture à l'émergence</i>	33
1.1.4.1 La conceptualisation des données	34
1.1.4.2 La saturation des données :	35
1.2 LA POSITION EPISTEMOLOGIQUE	36
1.3 LE RECOURS A LA SUBJECTIVITE : UN MOYEN ET NON UNE LIMITE.	38
1.4 L'ETUDE DE CAS MULTIPLES	40
1.5 LES OUTILS DE COLLECTE	43
1.5.1 <i>L'analyse documentaire</i>	43
1.5.2 <i>Les entretiens</i>	44
1.5.3 <i>L'observation participante</i>	47
La posture	47
La restitution : la note d'observation	49
1.6 RECONSTRUCTION DU PROCESSUS ET VALIDITE DU CAS :	50
1.7 CONSTRUCTION DU VEHICULE ANALYTIQUE	52
1.7.1 <i>La délimitation spatiale du sujet : Paris</i>	52
1.7.2 <i>Préciser l'objet de recherche : l'événement sportif</i>	58
1.7.3 <i>L'intérêt de la récurrence</i>	60
1.7.4 <i>Le recensement extensif</i>	62
1.7.5 <i>Les typologies existantes des événements sportifs</i>	65
1.7.6 <i>La création de la typologie</i>	72
1.7.6.1 Les volontés premières	72
1.7.6.2 Le statut juridique du porteur de projet	75
1.7.6.3 Les événements parisiens par la typologie des volonté premières	76
1.7.7 <i>Quelques tendances concernant l'événementiel sportif parisien</i>	77
1.7.8 <i>L'essence de la typologie des volontés premières</i>	80
1.8 LE CHOIX DES ETUDES DE CAS : UN ELOGE DE LA DIVERSITE	81
1.8.1 <i>Les événements à finalité sportive</i>	82
1.8.2 <i>Les événements qui utilisent le sport comme un outil</i>	83
1.8.3 <i>Le choix de la représentativité du fait social</i>	86
SYNTHESE DU CHAPITRE 1	89
CHAPITRE 2 : LES EVENEMENTS SPORTIFS PAR LA DESCRIPTION VECUE DU QUOTIDIEN	90

2.1	SPORT FINALITE	91
2.1.1	<i>Roland Garros (Spectacle Compétitif – Privé non marchand)</i>	91
2.1.1.1	Observation aux abords de Roland Garros, le dimanche 25 mai 2014	92
2.1.1.2	Observation de Roland Garros, le lundi 2 juin 2014	95
2.1.1.3	Observation de Roland Garros dans la ville, le dimanche 31 mai 2014	109
2.1.1.4	Observation de Roland Garros dans la ville (2), le 8 juin 2014	112
2.1.2	<i>Femmes en Sport (Organisation de la pratique – Public)</i>	114
2.1.2.1	Observation de « Femmes en Sport » sur les berges de Seine, le 26 septembre 2015	115
2.1.2.2	Observation de « Femmes en Sport » sur la place des Fêtes dans le 19 ^e arrondissement	117
2.1.2.3	Observation de « Femmes en Sport » au Centre Sportif Elizabeth	119
2.1.3	<i>La Course Cycliste du 14^e arrondissement (Organisation de la pratique – Privé non marchand)</i>	122
2.1.3.1	Observation de la course cycliste, le mercredi 11 juin 2014	123
2.2	SPORT OUTIL	130
2.2.1	<i>Charléty sur Neige (Animation d'un équipement - Public)</i>	130
2.2.1.1	Observation de Charléty sur Neige, le 29 décembre 2014	132
2.2.2	<i>Les événements sur les Berges de Seine (Animation de la vie locale – Public)</i>	140
2.2.2.1	Observation du projet des « Berges de Seine », le 11 juillet 2015	141
2.2.3	<i>Famillathlon (Organisation de la vie locale – Acteur privé non marchand)</i>	151
2.2.3.1	Observation du Famillathlon, le 21 septembre 2014	152
2.2.4	<i>Courir Ensemble (Caritatif et Social – Privé non marchand)</i>	161
2.2.4.1	Observation de Courir Ensemble, le 10 mai 2015	162
2.2.5	<i>LNB All Star Game (Commercial – Acteur privé non marchand)</i>	169
2.2.5.1	Observation du LNB All Star Game, le 30 décembre 2015	170
2.2.6	<i>La Parisienne (Commercial - Acteur privé marchand)</i>	178
2.2.6.1	Observation du village de La Parisienne, le samedi 13 septembre 2014	179
2.2.6.2	Observation de la course La Parisienne, le dimanche 14 septembre 2014	184
2.3	MALGRE LA DIVERSITE UN DENOMINATEUR COMMUN : LE CARACTERE ECLAIRANT DE LA « VITRINE EVENEMENTIELLE »	191
CONCLUSION DE LA PARTIE 1		195
PARTIE 2 : ANALYSE DES DYMANIQUES LOCALES PAR LES JEUX D'ACTEURS		
CHAPITRE 3 : LES MISES EN RESEAU « VERTUEUSES » : LES SYNERGIES CONSTRUCTIVES ET PERENNANTES .200		
3.1	LA SYNERGIE « CONSTRUCTIVE ».	200
3.1.1	<i>Le cas de « Courir Ensemble » : l'attractivité de la cause</i>	200
3.1.1.1	Des relations partenariales facilitées par la loi	203
3.1.1.2	Des stratégies de développement basées sur les synergies de réseaux	206
3.1.1.3	Les spécificités inhérentes à l'événementiel sportif caritatif	208
3.1.2	<i>Le cas de « La Parisienne » : l'attractivité du concept</i>	211
3.1.2.1	Le réseau du porteur de projet	213
3.1.2.2	Le facilitateur : la perception d'un intérêt commun.	216
3.1.2.3	L'éloignement passif de l'indifférent	221
SYNTHESE DE LA SYNERGIE CONSTRUCTIVE		226
3.2	LA SYNERGIE PERENNANTE	229
3.2.1	<i>Le cas de Charléty sur Neige : la linéarité du concept</i>	229
3.2.2	<i>Le cas de la course cycliste du 14^e arrondissement : un projet local cohérent</i>	232
SYNTHESE DE LA SYNERGIE PERENNANTE		240
CHAPITRE 4 : LES MISES EN RESEAU « RESTREINTES » : DE LA SYNERGIE LIMITEE A L'AUTONOMIE		
REVENDIQUEE		242
4.1	LA SYNERGIE LIMITEE/SPORADIQUE.	242
4.1.1	<i>Le cas du Famillathlon : des couleurs politiques incompatibles</i>	242
4.1.1.1	Des rencontres spontanées inter-champs	245

4.1.1.2	Des visions politiques incompatibles	247
4.1.2	<i>Le cas de « Femmes en Sport » : l'instabilité de l'événement municipal</i>	252
4.1.2.1	Un événement unique délégué par un partenariat public/privé (2009/2010)	253
4.1.2.2	Un événement construisant sa propre identité : le retour du mouvement sportif (2011/2014)	255
4.1.2.3	Depuis 2015 : la déconcentration	257
4.1.2.4	Le calendrier politique comme limite à la mise en réseau	259
	SYNTHESE DE LA SYNERGIE SPORADIQUE/LIMITEE	262
4.2	LA DECONNEXION	264
4.2.1	<i>La singularité du cas des « Berges de Seine »</i>	264
4.2.1.1	La dimension sportive du site	265
4.2.1.2	Un montage organisationnel « fermé ».	267
4.2.1.3	Des perceptions du sport différentes	271
4.2.1.4	Vers un modèle d'interpénétration normalisé par régression	275
	SYNTHESE DE LA DECONNEXION	278
4.3	L'AUTONOMIE REVENDIQUEE	281
4.3.1	<i>Le cas du LNB All Star Game : entente implicite entre sphères privée et publique</i>	281
4.3.1.1	Une gestion privée d'apparence fermée	284
4.3.1.2	L'autonomie : la véritable stratégie de l'événement commercial	286
4.3.2	<i>Le cas de Roland Garros : une bulle autonome</i>	287
4.3.2.1	L'autonomie : une tendance culturelle du tennis ?	292
4.3.2.2	Une autonomie accompagnée par l'acteur public	294
4.3.2.3	La concession : passage obligé par le dialogue et la négociation	297
	SYNTHESE DE L'AUTONOMIE REVENDIQUEE	301
CHAPITRE 5 : LA FONCTION « CENTRALE » DE L'ACTEUR PUBLIC DANS LE SYSTEME SPORTIF PARISIEN		303
5.1	LE ROLE DETERMINANT DE L'ACTEUR PUBLIC DANS LA MISE EN RESEAU	305
5.1.1	<i>La mise en réseau et l'héritage relationnel</i>	305
5.1.2	<i>L'incontournable implication de l'acteur public</i>	308
5.1.3	<i>Des projets municipaux plus instables</i>	310
5.2	UNE CENTRALITE HISTORIQUEMENT SITUEE	312
5.2.1	<i>L'implication statutaire de l'acteur public dans l'organisation du sport</i>	312
5.2.2	<i>La genèse culturelle du sport : une dichotomie entre deux approches structurantes</i>	314
5.3	LES FONCTIONS SOCIALES DES EVENEMENTS SPORTIFS : VERS UN « CONTINUUM » DE VOLONTES PREMIERES	315
5.4	LA FORMALISATION DU CONTINUUM : L'ACTION CONCERTEE ENTRE SPHERE PUBLIQUE, SPHERE PRIVEE MARCHANDE ET UNIVERS FEDERAL	321
5.4.1	<i>La situation parisienne : la complexité sportive</i>	322
5.4.2	<i>Les tiraillements du mouvement sportif fédéral : entre le culturellement public et le nécessaire commercial</i>	327
5.4.2.1	S'adapter aux contraintes du « sport-business » international	328
5.4.2.2	Redévelopper la base pour s'émanciper de Roland Garros.	331
5.5	DES MODELES D'ORGANISATION DU SPORT EN DEBAT : LE CHOIX POLITIQUE	335
5.6	LES FONCTIONS DANS LE SYSTEME SPORTIF PARISIEN : VERS UNE THEORISATION DE LA MISE EN RESEAU	340
CONCLUSION DE LA PARTIE 2		347

PARTIE 3 : ANALYSE DES DYNAMIQUES LOCALES PAR L'ANCRAGE TERRITORIAL

CHAPITRE 6 : LA DYNAMIQUE SOCIALE	352
6.1 LE PROCESSUS DE MISE EN RESEAU	354
6.2 DES COMMUNAUTES EPHEMERES A LA STRUCTURATION D'UNE APPARTENANCE LOCALE	355
6.2.1 <i>La célébration participative</i>	357
6.2.1.1 La force d'un concept événementiel	357
6.2.1.2 La fête à Roland Garros ?	360
6.2.2 <i>La mixité sociale</i>	365
6.2.2.1 Un acte de solidarité pour mélanger les plus jeunes parisiens	366
6.2.2.2 La pratique sportive pour toutes	367
6.2.2.3 La dimension commerciale comme frein à la mixité	369
6.2.2.4 Un partage de référents culturels communs	370
6.2.3 <i>Le « mythe » de la mixité</i>	373
6.2.3.1 La fonction « légitimatrice » de la mixité sociale	373
6.2.3.2 La discrimination positive : un mauvais calcul pour la cohésion sociale ?	376
6.2.4 <i>La « mixité sportive »</i>	378
6.3 LA FORMATION DE CAPITAL HUMAIN	382
6.3.1 <i>L'événementiel sportif comme support de cohésion interne et d'apprentissage</i>	384
6.3.2 <i>L'événementiel, une aubaine pour les bénévoles ?</i>	386
6.4 L'IMPACT SUR LA PRATIQUE SPORTIVE LOCALE	390
6.4.1 <i>De la lumière et du rêve pour la pratique sportive : la théorie du ruissellement</i>	392
6.4.1.1 Le sport-spectacle « entertainment » comme support à la promotion d'une discipline	392
6.4.1.2 Un modèle économique fédéral construit sur l'événementiel	395
6.4.1.3 L'impact sur la pratique sportive des événements non-participatifs.	398
6.4.2 <i>Les événements qui organisent la pratique effective</i>	399
6.4.2.1 L'incitation à la pratique sportive comme concept événementiel	399
6.4.2.2 L'impact sportif indirect et involontaire de l'entreprise « La Parisienne »	400
6.4.2.3 Le Famillathlon, un rendez-vous du mouvement sportif	402
6.5 EMERGENCE DE PROJETS AFFERENTS	405
6.5.1 <i>Les programmes d'accompagnement, l'apanage des grands événements sportifs ?</i>	405
6.5.2 <i>La locomotive Roland Garros</i>	407
SYNTHESE DE LA DYNAMIQUE SOCIALE	413
CHAPITRE 7 : LA DYNAMIQUE ECONOMIQUE LOCALE	415
7.1 L'IMPACT DIRECT	420
7.1.1 <i>L'impact économique direct : un ancrage tangible</i>	420
7.1.2 <i>Des opportunités d'emploi</i>	423
7.1.3 <i>La contribution économique de l'événement par ses dépenses d'organisation</i>	425
7.2 L'IMPACT ECONOMIQUE INDIRECT	427
7.2.1 <i>L'effet d'image et les retombées touristiques</i>	429
7.2.2 <i>Courir Ensemble : de la visibilité pour un don différencié</i>	432
7.2.3 <i>L'effet d'image, une attractivité pour les sponsors</i>	433
SYNTHESE DE LA DYNAMIQUE ECONOMIQUE LOCALE	436
CHAPITRE 8 : LA DYNAMIQUE SPATIALE	438
8.1 LE MARQUAGE URBAIN, LA DIMENSION VISIBLE DE L'EVENEMENT	441
8.1.1 <i>Le marquage visuel</i>	441
8.1.2 <i>Le marquage sonore</i>	454
8.1.3 <i>La diversité du marquage urbain comme support de l'identité sociale</i>	457
8.2 LE DIFFICILE EXERCICE DE LA DEMARCATION DANS L'ESPACE URBAIN	459

8.2.1	<i>Un espace public sous contrainte : le dispositif des Berges de Seine</i>	460
8.2.2	<i>La discrète course cycliste du 14^e arrondissement</i>	464
	SYNTHESE DE LA DYNAMIQUE SPATIALE	468
CHAPITRE 9 : LA DYNAMIQUE PATRIMONIALE.....		470
9.1	QUAND L'ÉVENEMENT DOIT RELANCER L'ÉQUIPEMENT	473
9.1.1	<i>Un héritage matériel encombrant</i>	473
9.1.2	<i>La réponse : l'événementiel ludo-sportif ?</i>	474
9.1.3	<i>Le vrai remède : la programmation</i>	478
9.2	QUAND L'ÉQUIPEMENT RELANCE L'ÉVENEMENT	479
9.3	LE PATRIMOINE URBAIN COMME TERRAIN DE JEUX	482
9.3.1	<i>Les aménagements de la Seine : un miroir fidèle des évolutions sociétales parisiennes</i>	482
9.3.2	<i>Le projet des berges : créer de nouvelles aménités urbaines</i>	484
9.3.3	<i>Des événements sportifs pour lier patrimoine urbain et « vivre ensemble »</i>	486
9.4	EFFET DE PATRIMONIALISATION	489
9.4.1	<i>L'événement « patrimonial » Roland Garros : succès économique et engagement écologique</i>	490
9.4.2	<i>La notion de « mutualisation patrimoniale »</i>	491
9.5	LE TERREAU DU 14 ^E ARRONDISSEMENT	494
9.5.1	<i>La défense politique de valeurs communes</i>	494
9.5.2	<i>Le cyclisme : une discipline patrimoniale par essence ?</i>	497
	SYNTHESE DE LA DYNAMIQUE PATRIMONIALE	500
CHAPITRE 10 : DES DYNAMIQUES A L'ANCRAGE, QUAND L'ÉVENEMENT FAIT TERRITOIRE		503
10.1	UN ÉVÉNEMENT SPORTIF : QUATRE DYNAMIQUES POUR UN TERRITOIRE	503
10.2	LE CIMENT DE L'ANCRAGE TERRITORIAL : L'IDENTITE	505
10.3	LA DEFINITION DE L'ANCRAGE TERRITORIAL	507
10.3.1	<i>L'approche existentialiste de l'identité territoriale</i>	513
10.3.2	<i>L'impact du lieu parisien dans les dynamiques locales</i>	514
10.4	LES FORMES D'ANCRAGE DES EVENEMENTS PARISIENS	516
10.4.1	<i>Les événements territorialement ancrés</i>	517
10.4.2	<i>L'ancrage territorial des événements municipaux</i>	518
10.4.3	<i>L'ancrage territorial des événements associatifs</i>	520
10.4.4	<i>Le potentiel du lieu parisien : un événement peu ancré... qui profite pourtant du territoire</i>	522
10.5	LE « PARIS SPORTIF »	524
10.6	POUR UNE MEILLEURE COMPREHENSION DES DYNAMIQUES LOCALES PAR L'ANCRAGE TERRITORIAL	526
CONCLUSION DE LA PARTIE 3		529
CONCLUSION GENERALE.....		531
	DE L'ÉLOGE DE LA COMPLEXITE A L'ÉLOGE DE LA COMPLEMENTARITE	531
	LA RICHE ET NEBULEUSE THEORIE ANCRÉE	532
	LES LIMITES DE LA THESE	534
	LA CENTRALITE DE L'ACTEUR PUBLIC DANS LA MISE EN RESEAU	536
	LA CENTRALITE DE L'ACTEUR PUBLIC DANS L'ANCRAGE TERRITORIAL	538
	LES PRODUCTIONS DE L'ALLIAGE « TERRITOIRE – EVENEMENTS »	540
	LE MODELE DES DYNAMIQUES LOCALES APPLIQUE A L'ÉVENEMENTIEL SPORTIF	543
	IMPLICATIONS ET PERSPECTIVES DU MODELE	548
	LE POTENTIEL DU PORTEFEUILLE D'ÉVENEMENTS SPORTIFS	550
	<i>La nécessaire « intégration stratégique » : une approche interdisciplinaire</i>	552
	<i>La principale difficulté : assembler une toile fragmentée</i>	553
	<i>Les portefeuilles parisiens</i>	554

L'ANALYSE DES IMPACTS, UN MOYEN ET NON UNE FINALITE	556
DES DYNAMIQUES LOCALES A LA DYNAMIQUE TERRITORIALE	558
EPILOGUE	560
<i>Références utilisées dans la thèse</i>	563
<i>Table des matières</i>	594