ebook

« Regards croisés sur les nouvelles organisations et modes de gestion du sport »

Université de Lille · Université Polytechnique Hauts-de-France · Région Hauts-de-France · URePSSS · MiSE · Vivalley

Préface Congrès S2MS – Valenciennes 2020

Après 6 mois d'attente, le 10 décembre 2020 débutait le premier Congrès de la Société Savante de Management du Sport (S2MS) organisé en distanciel de main de maître par Guillaume RICHARD avec l'aide de tous ses collègues et grâce au fort soutien de l'Université Polytechnique Hauts de France - INSA, de la Région Hauts de France, de l'Université de Lille et de sa Faculté des Sciences du Sport et de l'Education Physique, de l'URePSSS (EA 7369), du Cluster Vivalley Sport / Santé & Bien-être, et des étudiants de la filière Management du Sport de Valenciennes.

Que de temps écoulé depuis nos derniers colloques de Lyon en 2017 et de Rennes en 2018. Pour autant, avec les membres du bureau et du CA, nous n'avons pas ménagé notre peine pour essayer de répondre aux attentes de la communauté savante investie dans les problématiques relatives au Management du sport. Par rapport à nos projets initiaux, des avancées significatives ont été réalisées que ce soit en termes de visibilité et de légitimité au sein des STAPS, des Universités et des instances scientifiques et politiques nationales et internationales.

Pour autant, la crise sanitaire et économique que nous subissons depuis plus d'un an, combinée à de profondes réformes pour l'enseignement supérieur et la recherche affectant directement ou indirectement les Universités, les STAPS et les filières en Management du Sport, nous ont placés dans une situation très déstabilisante pour exercer nos missions de formation et de recherche avec toujours plus d'étudiants à gérer en présentiel et en distanciel dans un marché du sport et des loisirs actifs presque à l'arrêt.

Sans basculer dans la sinistrose, il existe de nombreux motifs d'espoir pour continuer à faire avancer notre communauté savante comme ce premier congrès qui a rassemblé plus d'une cinquantaine de contributions scientifiques pouvant intéresser les étudiants, les élus et les professionnels des secteurs public, associatif et privé, concernés par des problématiques liées au Management du Sport.

L'activité, le rayonnement, l'importance et le développement de la S2MS ne peuvent être envisagés sans la participation active de chacune et de chacun au bien commun qu'elle représente. Au-delà de votre adhésion, votre engagement est déterminant pour la pérennisation de la S2MS dans un environnement de recherche et de formation toujours plus concurrentiel.

Je reste convaincu comme l'ensemble des membres du bureau et du CA que seule une recherche de qualité, reconnue par nos pairs et nos partenaires, nous permettra de valoriser et de crédibiliser notre communauté afin de faire progresser notre culture scientifique commune dans toute sa diversité et de valoriser nos formations initiales et continues en alternance ou en apprentissage.

Le Président de la S2MS,

Patrick BOUCHET

Table des matières

Préface Congrès S2MS – Valenciennes 2020 2

Présentation du 1er Congrès de la Société Savante de Management du Sport 6

Liste des interventions par thèmes 8

Nouvelle gouvernance du sport et des organisations 11

Les activités physiques et sportives en entreprise : rôles et positionnement des managers de proximité. 12

Hybridité des formes d'engagement social et financement public. L'exemple du football professionnel français. 15

Le rugby français à l'épreuve de l'instrumentation de gestion : regards croisés de la fédération à un club sportif professionnel. 18

Le fair-play financier : vers une gouvernance améliorée des ligues de football professionnel ? Analyse à partir des cas de clubs de Ligue 1 et de Premier League entre 2008 et 2018. 21

Ordre juridique et agressions sexuelles dans le sport. 24

Efficacité perçue de la collaboration entre les fédérations sportives et leurs clubs : rôle du processus de collaboration. 26

La structuration accélérée du milieu du *breaking* face aux enjeux des JO : les acteurs du mouvement pris dans des luttes de pouvoir face à différentes options organisationnelles. 28

Nouvelle gouvernance du sport : quelle articulation entre projets fédéraux et politiques sportives territoriales ? 31

Émergence et maintien d'un lien de causalité entre pratique physique en entreprise et perception de la qualité de vie liée à la santé. 33

Conséquences institutionnelles et sociales de la territorialisation des nouveaux dispositifs Sport-santé : le cas des associations sportives agréées à l'échelle d'Orléans Métropole. 36

Une démarche de gestion concertée des sports de montagne : Biodiv'sports de montagne. 38

Les innovations managériales dans l'organisation de l'escalade en France : comprendre le succès des salles privées. 40

Relations entre violences et incivilités des sportifs professionnels et stabilité sportive de leurs clubs : une proposition dans le cas du football professionnel français. 43

Les représentations sociales de la RSO des marques club : une application au football professionnel français. 46

Des réformes symboliques ? Mise en œuvre et performance des dispositifs d'alerte internes dans le sport international. 48

Les fédérations sportives françaises. Analyse par la gouvernance. 50

D'une unité de missions à des disparités stratégiques et managériales : les CREPS et écoles nationales du ministère des sports en quête de sens dans un environnement en mutation. 52

E-sport, digitalisation de l'offre, objets connectés et influence sur le marché du sport et des loisirs 54

Du dire au faire : récits de processus d'innovation sportive *in the making*. 55

Les particularités économiques de l'Esport : modèles, écosystème et mécanismes..... 57

Les objets connectés dans le sport professionnel, innovation ou continuité dans les pratiques managériales des entraineurs sportifs. 59

Représentation et enjeux autour des innovations connectées dans l'industrie d'articles sportifs : étude de cas de l'intégration de capteurs..... 61

Esport et Olympisme : vers une alliance stratégique ? Entre démocratisation de la pratique et rajeunissement de la marque..... 64

Balade sur les sentiers côtiers de l'Estérel. Enjeux socio-économiques des loisirs pédestres liés au développement du numérique. 66

Stratégies et modèles d'affaires des producteurs d'applications mobiles de sport et d'activité physique : un analyseur des transformations liées à l'économie digitale dans le sport..... 68

(Très grands) équipements sportifs (conception, exploitation, gestion) 71

De la régie directe à la collaboration public-privé : le cas des centres aquatiques français..... 72

Évolution de l'attachement des spectateurs à un club professionnel de rugby à XV et à son stade dans un contexte de changement d'enceinte. 75

Le *naming* d'enceinte comme outil de marketing territorial : le cas du Kindarena de Rouen. 77

La glocalisation du sport en Chine : le cas du marché du ski dans le contexte des JO de Pékin de 2022. 80

Le sport au XXIe siècle 83

Équipe nationale de football : définition et redéfinition à l'aune de la globalisation..... 84

Émergence du padel tennis en France : les facteurs discriminants de la demande. 86

Le « double projet » des étudiants sportifs de haut niveau : de l'éclairage empirique aux dispositifs d'accompagnement universitaires. 89

Le métier des sportives de haut niveau en tennis..... 92

Le partenariat entre mouvements olympique et paralympique : quelle place pour les athlètes dans ce jeu économico-politique ? 94

Femmes, football et médias : un triplé gagnant ?..... 97

Comparer les politiques sportives locales de municipalités gérées par un même parti politique. 99

« La peur du gris. Les représentations et pratiques du « vieillir » dans la grande distribution sportive ». 102

Franchir le pas de l'embauche d'un.e salarié.e, préoccupation croissante dans les associations sportives. Enquête en Finistère. 103

« Au labeur des dames » : Corinne Diacre, un.e entraîneur.e de football professionnel comme les autres ? 105

Imposer l'exclusion des uns pour faciliter l'inclusion des autres : étude d'une stratégie marketing paradoxale au sein des salles de remise en forme réservées aux femmes. 107

Co-création de rencontres et de marques de clubs de football au Brésil. 109

Évènements sportifs et impacts sociétaux..... 112

Paris 2024 : comprendre les déterminants de la non-contestation française. 113

Comparaison des représentations du sport paralympique au Cameroun, en France et en Allemagne au cadre de référence promu par l'IPC. 116

L'influence des politiques d'austérité budgétaire sur l'héritage des Jeux Olympiques de Londres 2012 en termes de participation sportive : le point de vue des clubs sportifs amateurs en Angleterre..... 119

(Méga)évènements sportifs et football féminin : une histoire liée ?..... 122

Réinvention spectaculaire et marchande d'une pratique devenue ordinaire. Le cas des *fun runs* (2011-2020). 124

La sécurisation des évènements sportifs de nature : une double approche pour une gestion maîtrisée des risques. 127

Présentation du 1er Congrès de la Société Savante de Management du Sport

Regards croisés sur les nouvelles organisations et modes de gestion du sport

Université Polytechnique Hauts de France

Suite aux colloques de Strasbourg (2011), Dijon (2015), Lyon (2017) et Rennes (2018), l'Université Polytechnique Hauts de France organise le 1er Congrès de la Société Savante en Management du Sport (S2MS), les 11&12 juin 2020, à Valenciennes. Ce congrès s'adresse à la communauté des enseignants-chercheurs, étudiants, élus et professionnels des secteurs public et privé, concernés par le Management du Sport. Bien qu'intéressant historiquement la communauté francophone, il se positionne dans une perspective internationale et il a pour objectif de fédérer et rassembler les acteurs de la recherche dont les travaux fournissent un adossement scientifique aux formations de DU, de DEUST, Licence et Master, voire des doctorats.

Dans un contexte de mondialisation, d'incertitudes et de concurrences exacerbées, le management du sport et/ou des organisations sportives se doit d'élaborer de nouveaux modes de gestion et de fonctionnement qui imposent aux chercheurs, aux politiques comme aux professionnels, un (re)questionnement de leurs stratégies et de leurs pratiques. En effet, de nombreuses réflexions émergent autour de nouveaux enjeux économiques (globalisation, digitalisation, big data…), écologiques (responsabilité sociétale, empreinte carbone…), sociaux (droit du travail, protection des données, des espaces…), de nouvelles offres virtuelles ou artificielles (e-sport, équipement indoor…), de nouvelles labellisations publiques (géoparcs mondiaux de l'Unesco, « Ville active et sportive », « Terre de Jeux »…). Dans cet environnement interconnecté et en perpétuel mouvement, l'offre comme la demande sont soumises à des adaptations, des ajustements, des transformations de leurs « arts de faire » afin d'être toujours plus efficient, à défaut d'être toujours performant et rentable.

Dans le même temps, une nouvelle gouvernance du sport s'installe en France aussi bien dans les discours que dans les pratiques avec comme perspective l'organisation des Jeux olympiques et paralympiques de 2024. Ce renouvèlement, initié depuis quelques années, a débouché sur la création, le 1er août 2019, de l'Agence Nationale du Sport. Sujet à débats et controverses, cette nouvelle configuration organisationnelle, dans une conjoncture de raréfaction des ressources publiques, suscite encore bien des inquiétudes, des interrogations voire même des crispations pour les différents acteurs concernés. Désormais le sport, comme la santé, la politique de la ville…, n'échappe pas au processus, devenu assez classique et voulu par l'État, d'agencification et New Management Public.

Le comité d'organisation

CADIOU Frédéric - Université de Lille
CAMPILLO Philippe - Université de Lille
COLMANT Élisabeth - UPHF
MALAPEL Sébastien - UPHF
OUSSEDRATE Mohamed - UPHF
PIETERWAS Jean-Claude - UPHF
RICHARD Guillaume - UPHF
SCOYEZ Sylvie - UPHF
TERRIEN Mickaël - Université de Lille
WILLE Fabien - Université de Lille

Le comité scientifique

ANDREFF Wladimir - Professeur émérite des Universités / Université Paris 1 Sorbonne
BAYLE Emmanuel - Professeur Associé / Université de Lausanne, Suisse
BODET Guillaume - Professeur des Universités / Université Lyon 1
BOUCHET Patrick - Professeur des Universités / Université de Bourgogne
BOUTTET Flavien - Maître de conférences / Université de Lorraine
CHANAVAT Nicolas - Maître de conférences-HDR / Université de Rouen-Normandie
CHAPPELET Jean-Loup - Professeur Ordinaire / Université de Lausanne, Suisse
CHARRIER Dominique - Maître de conférences HDR / Université de Paris Sud
DERMIT Nadine - Maître de conférences / Université de Rouen Normandie
DUDOGNON Charles - Professeur / CDES - Université de Limoges
DURAND Christophe - Professeur des Universités / Université de Caen Normandie
FERRAND Alain - Professeur des Universités / Université de Poitiers
HAUTBOIS Christopher - Maître de conférences-HDR / Université Paris Sud
HIDRI-NEYS Oumaya - Professeur des Universités / Université d'Artois
HONTA Marina - Professeur des Universités / Université de Bordeaux
LEBRUN Anne-Marie - Maître de conférences / Université de Bourgogne
MARTEL Ludovic - Maître de conférences / Université de Corse
MICHOT Thierry - Professeur des Universités / Université de Bretagne Occidentale
PARENT Milena, Professeure titulaire / Université d'Ottawa, Canada
PENEL Guillaume - Maître de conférences / Université de Lille
ROUX Frédérique - Professeur des Universités / Université Rennes 2
SEGUIN Benoit - professeur agrégé en gestion des sports / Université d'Ottawa, Canada
SOULÉ Bastien - Professeur des Universités / Université Lyon 1
SOBRY Claude - Professeur émérite des Universités / Université de Lille
TRIBOU Gary - Professeur des Universités / Université de Strasbourg
VIGNAL Bénédicte - Maître de conférences / Université Lyon 1
WALLISER Björn - Professeur des Universités / Université de Lorraine
WILLE Fabien - Professeur des Universités / Université de Lille
ZINTZ Thierry - Professeur / Université catholique de Louvain, Belgique

Liste des interventions par thèmes

Nouvelle gouvernance du sport et des organisations

- BAUP Yann, VIGNAL Bénédicte et BODET Guillaume - *Les activités physiques et sportives en entreprise : rôles et positionnement des managers de proximité.*
- BOUCHER Werner, FRANÇOIS Aurélien et DERMIT-RICHARD Nadine - *Hybridité des formes d'engagement social et financement public. L'exemple du football professionnel français.*
- ESPINASSE Laura et VIOLLET Bastien - *Le rugby français à l'épreuve de l'instrumentation de gestion : regards croisés de la fédération à un club professionnel.*
- FRANÇOIS Aurélien et DERMIT-RICHARD Nadine - *Le fair-play financier : vers une gouvernance améliorée des ligues de football professionnel ? Analyse à partir des cas de clubs de Ligue 1 et de Premier League entre 2008 et 2018.*
- LAPOUBLE Jean-Christophe et ROUX Frédérique - *Ordre juridique et agressions sexuelles dans le sport.*
- LEFEBVRE Arthur, ZEIMERS Géraldine et ZINTZ Thierry - *Efficacité perçue de la collaboration entre les fédérations sportives et leurs clubs : rôle du processus de collaboration.*
- LESSARD Coralie et GAN-DEMAIN Ariane - *La structuration accélérée du milieu du breaking face aux enjeux des JO : les acteurs du mouvement pris dans des luttes de pouvoir face à différentes options organisationnelles.*
- LOPEZ Clément, DJABALLAH Mathieu et CHARRIER Dominique - *Nouvelle gouvernance du sport : quelle articulation entre projets fédéraux et politiques sportives territoriales ?*
- MASSIERA Bernard, BEN MAHMOUD Imed, LEHMANN Lisa, PJEVAC Dusan - *Émergence et maintien d'un lien de causalité entre pratique physique en entreprise et perception de la qualité de vie liée à la santé.*
- MORALES GONZALES Valérie, CHABOCHE José et SAKER Abderrahmane - *Conséquences institutionnelles et sociales de la territorialisation des nouveaux dispositifs Sport-santé : le cas des associations sportives agréées à l'échelle d'Orléans Métropole.*
- PERRIN-MALTERRE Clémence - *Une démarche de gestion concertée des sports de montagne : Biodiv'Sports de montagne.*
- ROGEAUX Augustin, RECH Yohann et ATTALI Michael - *Les innovations managériales dans l'organisation de l'escalade en France : comprendre le succès des salles privées.*
- RUPPÉ Willem, DURAND Christophe, SIROST Olivier et DEMIT-RICHARD Nadine - *Relations entre violences et incivilités des sportifs professionnels et stabilité sportive de leurs clubs : une proposition dans le cas du football professionnel français.*
- TANOH Koutoua, LEBRUN Anne-Marie et MARSAC Antoine - *Les représentations sociales de la RSO des marques club : une application au football professionnel français.*
- VERSCHUUREN Pim - *Des réformes symboliques ? Mise en œuvre et performance des dispositifs d'alerte internes dans le sport international.*
- VINCENT Robert - *Les fédérations sportives françaises. Analyse par la gouvernance*
- VIOLLET Bastien - *D'une unité de missions à des disparités stratégiques et managériales : les CREPS et écoles nationales du Ministère des sports en quête de sens dans un environnement en mutation.*

Évènements sportifs et impacts sociétaux

- BOURBILLERES Hugo - *Paris 2024 : comprendre les déterminants de la non-contestation française.*
- DJOUMESSI Fernand, LEBRUN Anne-Marie et SCHANTZ Otto - *Comparaison des représentations du sport paralympique au Cameroun, en France et en Allemagne au cadre de référence promu par l'IPC.*
- GÉRARD Simon, BRITTAIN Ian et JONES Andrew - *L'influence des politiques d'austérité budgétaire sur l'héritage des Jeux Olympiques de Londres 2012 en termes de participation sportive : le point de vue des clubs sportifs amateurs en Angleterre.*
- GOZILLON Audrey - *(Méga)évènements sportifs et football féminin : une histoire liée ?*
- LEPILLÉ Romain, EVRARD Barbara, BUSSI Michel et FEMENIAS Damien - *Réinvention spectaculaire et marchande d'une pratique devenue ordinaire. Le cas des fun runs (2011-2020).*
- SEYSSEL Sandra, SOULÉ Bastien et ROUX Frédérique - *La sécurisation des évènements sportifs de nature : une double approche pour une gestion maîtrisée des risques.*

E-sport, digitalisation de l'offre, objets connectés et influence sur le marché du sport et des loisirs

- ARGUSA Jérémy et NIER Olivier - *Du dire au faire : récits de processus d'innovation sportive in the making.*
- DE MOOR William, TERRIEN Mickaël et BESOMBES Nicolas - *Les particularités économiques de l'Esport : modèles, écosystème et mécanismes.*
- GUEYE Charles et RATNANE Manal - *Les objets connectés dans le sport professionnel, innovation ou continuité dans les pratiques managériales des entraîneurs sportifs.*
- HALLÉ Julie, BOUTROY Éric, VIGNAL Bénédicte, BODET Guillaume et ROUTIER Guillaume - *Représentation des innovations connectées dans la filière sport.*
- LEFEBVRE Florian, BESOMBES Nicolas et CHANAVAT Nicolas - *Esport et Olympisme : vers une alliance stratégique ? Entre démocratisation de la pratique et rajeunissement de la marque.*
- PAGET Élodie et GARCIA-ARJONA Noémie - *Balade sur les sentiers côtiers de l'Estérel. Enjeux socio-économiques des loisirs pédestres liés au développement du numérique.*
- SOULÉ Bastien - *Stratégies et modèles d'affaires des producteurs d'applications mobiles de sport et d'activité physique : un analyseur des transformations liées à l'économie digitale dans le sport.*

(Très grands) équipements sportifs (conception, exploitation, gestion)

- BARBIER Antoine, EVRARD Barbara et DERMIT-RICHARD Nadine - *De la régie directe à la collaboration public-privé : le cas des centres aquatiques français.*
- BOISSEL Jérôme - *Évolution de l'attachement des spectateurs à un club professionnel de rugby à XV et à son stade dans un contexte de changement d'enceinte.*
- LEROUX-SOSTENES Marie-Josephe, CHANAVAT Nicolas - *Le naming d'enceinte comme outil de marketing territorial : le cas du Kindarena de Rouen.*
- MISCHLER Sarah et WAQUET Arnaud - *La glocalisation du sport en Chine : Le cas du marché du ski dans le contexte des JO de Pékin de 2022.*

Le sport au XXIe siècle

- ALEM Amr - *Équipe nationale de football : définition et redéfinition à l'aune de la globalisation.*
- BARGET Éric et LUCY Guillaume - *Émergence du padel tennis en France : les facteurs discriminants de la demande.*
- DIMEGLIO Isabelle, DELALANDRE Matthieu, DUMAS Audrey et MOLINARI Mickael - *Le « double projet » des étudiants sportifs de haut niveau : de l'éclairage empirique aux dispositifs d'accompagnement universitaires.*
- FONTAINE Marine - *Le métier des sportives de haut niveau en tennis.*
- GAN-DEMAIN Ariane, CHARRIER Dominique et MARTEL Ludovic - *Le partenariat entre mouvements olympique et paralympique : quelle place pour les athlètes dans ce jeu économico-politique ?*
- GOZILLON Audrey - *Femmes, football et médias : un triplé gagnant ?*
- GUERY Valentin - *Comparer les politiques sportives locales de municipalités gérées par un même parti politique.*
- HIDRI-NEYS Oumaya - *La peur du gris. Les représentations et pratiques du « vieillir » dans la grande distribution sportive ».*
- JUSKOWIAK Hugo, BREHON Jean et HIDRI-NEYS Oumaya - *« Au labeur des dames » : Corinne Diacre, un.e entraîneur.e de football professionnel comme les autres ?*
- LOUCHET Cindy - *Imposer l'exclusion des uns pour faciliter l'inclusion des autres : Étude d'une stratégie marketing paradoxale au sein des salles de remise en forme réservées aux femmes.*
- LOUZADA Bruno Henrique et BODET Guillaume - *Co-création de rencontres et de marques de clubs de football au Brésil.*
- MICHOT Thierry et JACQUET Christophe - *Franchir le pas de l'embauche d'un.e salarié.e, préoccupation croissante dans les associations sportives. Enquête en Finistère.*

Nouvelle gouvernance du sport et des organisations

Les activités physiques et sportives en entreprise : rôles et positionnement des managers de proximité.

BAUP Yann - Doctorant en STAPS
Université Lyon Claude Bernard Lyon 1, L-VIS
yann.baup@etu.univ-lyon1.fr

VIGNAL Bénédicte - Maîtresse de conférences
Université Lyon Claude Bernard Lyon 1, L-VIS
benedicte.vignal@univ-lyon1.fr

BODET Guillaume - Professeur des Universités
Université Lyon Claude Bernard Lyon 1, L-VIS
guillaume.bodet@univlyon1.fr

Mots-clés : managers de proximité, APS en entreprise, identité, entreprise

Introduction et objectif(s)

L'entreprise, définie parfois comme un lieu d'influence du comportement humain, pourrait offrir un cadre intéressant d'intervention pour la promotion de l'activité physique-santé. Les APS en entreprise se déclinent sous différentes formes : des activités de loisir (cours de fitness, sports individuels et collectifs), des activités de prévention des risques liés au poste de travail (lutte contre la sédentarité, les troubles musculo-squelettiques et les blessures physiques) et celles qui prônent les mobilités douces telles que l'« active commuting » (modes de déplacement actif : domicile-travail). Ces différentes actions ont montré des effets bénéfiques sur la santé et le bien-être des salariés, mais également sur la performance d'entreprise, notamment l'attractivité de l'employeur, la cohésion d'équipe et la réduction de l'absentéisme (Grimani et al., 2019).

Malgré ces résultats prometteurs, peu d'entreprises en France semblent encore concernées par cette démarche (moins de 20 %) et la participation des salariés reste plutôt modeste, de l'ordre de 10 à 15 % (Pierre, 2015). Selon certains auteurs, le succès de ces actions, en termes d'implantation et de participation, pourrait reposer sur un certain nombre de facteurs : économique, contextuel, environnemental et managérial. Le manager de proximité pourrait être un élément facilitateur, un potentiel levier dans la mesure où il a été identifié comme un acteur essentiel dans la promotion de nouvelles initiatives stratégiques d'entreprise (Tarakci et al., 2018). A notre connaissance, peu d'études se sont intéressées à la relation entre la fonction propre du manager de proximité et les actions d'APS en entreprise. L'objectif de cette étude est d'étudier le rôle et le positionnement des managers face à la promotion des APS en entreprise.

Cadre théorique et problématique

Afin de répondre à un enjeu de compétitivité de plus en plus forte, des actions de Qualité de Vie au Travail (QVT) émergent et se développent au sein des entreprises. Les managers occupent une place centrale dans les hiérarchies organisationnelles d'une entreprise, à l'interface de décisions stratégiques prises par la direction et leurs applications par les salariés sur le terrain. Ils ont à la fois la charge de la mise en œuvre de plan d'actions d'entreprise tout en veillant à ce que chaque employé puisse remplir ses missions. La théorie du rôle des managers de proximité

souligne que leur engagement dans de nouvelles actions d'entreprise s'exprime à travers une communication adaptée, la diffusion d'informations nécessaires et un accompagnement constant auprès des salariés afin de favoriser leurs implantations et succès (Birken et al., 2012). Néanmoins, leur fonction les amène parfois à gérer des situations paradoxales, voire conflictuelles, entre une stratégie organisationnelle imposée et des réalités opérationnelles contradictoires. Il a été suggéré, selon la théorie de l'identité du manager et de l'identification organisationnelle, qu'ils pouvaient alors adopter différentes postures face à cette situation, à la fois partisan, facilitateur et/ou résistant et contrôleur (Harding et al., 2014).

Peu d'études ont questionné la perception et la posture des managers de proximité face aux actions QVT dont les APS en entreprise. C'est dans cet objectif que nous avons mis en œuvre une étude qualitative, visant à décrier et analyser les rôles et positionnements des managers de proximité dans le cadre de la mise en place d'APS en entreprise.

Méthodologie de recueil/traitement des données

Nous avons réalisé 30 entretiens individuels auprès de managers de proximité. Nous avons développé un guide d'entretien autour de 6 dimensions : les caractéristiques de l'entreprise, les actions QVT et d'APS développées sur le site, le profil du manager, son poste de travail ainsi que son rôle et positionnement concernant les APS en entreprise. Nous avons réalisé un pré-test auprès d'un panel de 5 managers de proximité et réajusté le contenu du guide d'entretien. Les données qualitatives ont été analysées en utilisant une approche par analyse thématique et construction de typologies.

Principaux résultats

L'analyse des données est en cours, cependant les premiers résultats confirment la place prépondérante des managers de proximité dans la mise en œuvre d'APS en entreprise. Assumant parfois le rôle de facilitateur et de promoteur, le manager pourrait influencer l'attitude des employés et l'usage des dispositifs d'APS au sein de l'entreprise.

Préconisations & conclusion

Lors de cette communication, nous pourrons identifier les principales postures prises par les managers de proximité concernant les APS en entreprise. Autant d'éléments utiles à la mise en œuvre de stratégies d'implantation des dispositifs d'APS en entreprise.

Bibliographie

Birken, S. A., Lee, S.-Y. D., & Weiner, B. J. (2012). Uncovering middle managers' role in healthcare innovation implementation. *Implementation Science : IS*, *7*, 28. https://doi.org/10.1186/1748-5908-7-
28

Grimani, A., Aboagye, E., & Kwak, L. (2019). The effectiveness of workplace nutrition and physical activity interventions in improving productivity, work performance and workability: A systematic review. *BMC Public Health*, *19*(1), 1676. https://doi.org/10.1186/s12889-019-8033-1

Harding, N., Lee, H., & Ford, J. (2014). Who is 'the middle manager'? *Human Relations*, *67*(10), 1213–1237. https://doi.org/10.1177/0018726713516654

Pierre, J. (2015). Le sport en entreprise—Enjeux de société. Economica, connaissance de la gestion. https://journals.openedition.org/lectures/18567

Tarakci, M., Ateş, N. Y., Floyd, S. W., Ahn, Y., & Wooldridge, B. (2018). Performance feedback and middle managers' divergent strategic behavior: The roles of social comparisons and

organizational identification. *Strategic Management Journal*, *39*(4), 1139–1162. https://doi.org/10.1002/smj.2745

Ce qu'il faut retenir :
Le manager de proximité occupe une place particulière dans les strates hiérarchiques de l'entreprise en assurant notamment le lien entre la direction et les salariés. Sa propre vision de la stratégie d'entreprise et ses différentes approches managériales semblent indiquer qu'il pourrait être un acteur influençant la réussite de l'implantation de nouvelles stratégies d'actions d'entreprise. Cette étude interroge les rôles et postures adoptés par les managers de proximité concernant les actions QVT telles que les APS en entreprise.

Hybridité des formes d'engagement social et financement public. L'exemple du football professionnel français.

BOUCHER Werner - Doctorant en STAPS
CETAPS EA3832, UFR STAPS, Université de Rouen
werner.boucher@etu.univ-rouen.fr

FRANCOIS Aurélien - Maître de conférences
CETAPS EA3832, UFR STAPS, Université de Rouen
aurelien.francois@univ-rouen.fr

DERMIT-RICHARD Nadine - Maître de conférences HDR
CETAPS EA3832, UFR STAPS, Université de Rouen
nadine.dermit@univ-rouen.fr

Mots-clés : engagement social, financement public, nouveau management public, hybridité, utilité sociale, sport professionnel

En France, l'État est un financeur important du sport, et *a fortiori* du sport professionnel dans la mesure où ce secteur bénéficie d'aides publiques directes et indirectes en provenance des collectivités territoriales qui les soutiennent (Chaix, 2011). En contrepartie de ce subventionnement, les clubs professionnels sont contraints à la réalisation de missions d'intérêt général (MIG), constituant les prémices d'une forme d'engagement social. Cependant, de récents rapports publics[1] ont critiqué l'absence d'évaluation des MIG, celles-ci devant servir à justifier le financement octroyé par la sphère publique. L'absence conjointe d'évaluation de l'engagement social des clubs professionnels ainsi que de leur subventionnement public par les collectivités constitue le point de départ de notre réflexion. Le foisonnement des initiatives sociales et la volonté de communiquer autour d'elles ont conduit les clubs à créer des structures dédiées telles que des associations citoyennes, des fondations et/ou des fonds de dotation (François & Boucher, 2018 ; François, Gond & Bayle, 2019). En empruntant les notions de légitimité et d'efficacité au champ du nouveau management public (Huron & Spindler, 2019), il apparaît possible d'analyser conceptuellement cet engagement social à travers une double dialectique. En effet, la réalisation d'actions sociales a, dans un premier temps, constitué un argument de légitimité du financement public qui a ensuite été interrogé sous le prisme de l'efficacité. Dès lors, notre communication poursuit l'objectif d'examiner ces deux notions qui amènent à nous questionner également sur l'hybridation des formes d'engagement social dans le cas des clubs ayant fait le choix de se doter d'une structure dédiée.

Ainsi, nous nous sommes intéressés aux clubs de football ayant participé à la saison 20182019 de Ligue 1 et ayant fait le choix de créer une association citoyenne, une fondation et/ou un fonds de dotation pour le pilotage de leur engagement social. En effet, le secteur du football

[1] Cf. rapport de la Cour des Comptes paru en 2009 et intitulé « *Les collectivités territoriales et les clubs sportifs professionnels* ».

professionnel apparaît comme un terrain d'investigation emblématique du phénomène de création de ces structures. D'ailleurs, dans son recensement des actions sociales et citoyennes des clubs de 2019, la Ligue de Football Professionnel rapportait que la majorité des clubs de Ligue 1 avaient fait le choix de se doter d'au moins une structure dédiée à l'engagement social[2]. Afin de parvenir aux objectifs annoncés, notre méthodologie de recherche repose tout d'abord sur une analyse croisée de contenu d'entretiens semi-directifs menés auprès des responsables opérationnels des structures dédiées à ces questions (durée moyenne = 37 minutes). Pour s'assurer de la validité de la recherche et des propos des acteurs interrogés, nous avons procédé à une triangulation des sources en collectant ensuite des données secondaires issues de divers rapports de ces structures. Ce travail de terrain a pour but d'offrir un panorama des stratégies d'hybridation de l'engagement social des clubs de Ligue 1 ainsi que de caractériser l'évaluation des initiatives sociales menées. Les résultats montrent le processus général d'hybridation de l'engagement social à l'œuvre tout en révélant des spécificités dans les stratégies opérées par les clubs, notamment à travers la diversité du choix des structures, leurs déterminants de création ou encore leurs gouvernances et l'opérationnalisation des actions sociales. La présence d'un fonds de dotation associé à une fondation lorsque celle-ci existe déjà semble caractériser le modèle le plus courant de l'engagement social, lequel est généralement impulsé par les dirigeants et porté par les responsables communications des clubs. Nos résultats mettent également en exergue, pour la plupart des clubs, une difficulté de l'évaluation des initiatives sociales des structures dédiées à travers des critères quantitatifs et qualitatifs objectifs. Pourtant, cette démarche constitue une obligation légale dans la justification de leur financement public. Les deux principales raisons invoquées résident dans la difficulté de constituer des indicateurs précis d'évaluation et dans l'absence de ressources et de temps à disposition pour le faire.

Ces résultats permettent de discuter des structures dédiées à l'engagement social comme un critère de légitimation et nous amènent à questionner leur efficacité. C'est dans cette perspective qu'il nous est possible d'introduire et de discuter de l'utilité sociale, notion clé du champ de l'économie sociale et solidaire, comme outil de régulation et/ou mesure de l'efficacité des structures dédiées à l'engagement social des clubs professionnels. L'ensemble de ces questions font, par ailleurs, l'objet d'un travail de thèse poursuivant l'objectif de définir et évaluer l'utilité sociale des clubs évoluant au sein du sport professionnel français.

Bibliographie

Chaix, P. (2011). Le sport professionnel et sa dépendance aux aides publiques. In P. Chaix (Ed.), *Les grands stades. Au cœur des enjeux économiques et sociaux entre collectivités publiques et clubs professionnel* (pp. 153-172). Paris : L'Harmattan.

François, A., Bayle, E. & Gond, J-P. (2019). A multilevel analysis of implicit and explicit CSR in French and UK professional sport. *European Sport Management Quarterly*, *19*(1), 1537.

François, A. & Boucher, W. (2018). L'engagement sociétal dans le sport professionnel : des stratégies de plus en plus affirmées. *Jurisport*, 189, 41-45.

Huron, D. & Spindler, J. (2019). *Management et finances publiques. Les marqueurs du new public management*. Paris : L'Harmattan.

[2] Cf. brochure de la Ligue de Football Professionnel paru en 2018 et 2019 et intitulé « Jouons-la collectif ! ».

Ce qu'il faut retenir :

- Certains rapports publics critiquent l'absence d'évaluation des MIG des clubs professionnels, constituant pourtant une obligation pour justifier du financement octroyé par les pouvoirs publics.
- Est observé un phénomène récent de multiplication de structures dédiées à l'engagement social (associations citoyennes, fonds de dotation, fondations) afin de piloter l'engagement social des clubs aboutissant à une hybridation des formes d'engagement social porté dorénavant par ces structures et les clubs eux-mêmes.
- Notre étude montre une difficulté d'évaluation des actions sociales menées notamment dû au manque d'indicateurs et de ressources des structures dédiées ce qui nous amène à questionner l'efficacité de l'hybridation des formes d'engagement et plus globalement l'utilité sociale des clubs professionnels.

Le rugby français à l'épreuve de l'instrumentation de gestion : regards croisés de la fédération à un club sportif professionnel.

ESPINASSE Laura - ATER
IUT GEA de Poitiers - Laboratoire Cerege (IAE)
laura.espinasse@univ-poitiers.fr

VIOLLET Bastien - Maître de conférences
Faculté des Sciences du Sport de Poitiers - Laboratoire Cerege (IAE)
bastien.viollet@univ-poitiers.fr

Mots clés : instrumentation de gestion, fédération sportive nationale, club sportif professionnel, rôle des acteurs, recherche-intervention.

Introduction et objectifs

La professionnalisation des organisations sportives est un objet d'étude de longue date (Chelladurai, 2001), appréhendé à la fois au niveau des individus, des structures, des activités et des processus de gestion (Nagel et al., 2015). Compte tenu des enjeux (économiques, sportifs, réglementaires...) et de la complexité des situations de gestion auxquelles elles doivent faire face, les fédérations internationales ou nationales d'un côté et les clubs sportifs professionnels de l'autre sont en première ligne de cette professionnalisation et in fine, de cette orientation gestionnaire. Celle-ci s'est traduite par des formes d'instrumentation de gestion, qui se concrétisent, par exemple, par la mise en place d'outils de gestion permettant d'avoir des pratiques plus efficientes et/ou à mieux piloter l'activité de ces organisations. Pour autant, en tant qu'innovation, technique ou managériale, toute instrumentation peut bouleverser les acteurs et les organisations. Dans le contexte particulier des organisations sportives (mêlant professionnels et bénévoles), il devient intéressant d'explorer l'émergence de ces outils de gestion pour comprendre la façon dont les acteurs s'en saisissent individuellement et collectivement, et deviennent impactés par cette innovation. Cette contribution s'attache à analyser deux expériences d'instrumentation de gestion dans le rugby français, mis en place au sein de la fédération nationale (conception d'une politique sportive) et d'un club professionnel (usage d'un outil de pilotage de la performance sportive).

Cadre théorique et problématique

Une instrumentation de gestion (par exemple, un tableau de bord stratégique) peut être dotée de caractéristiques techniques, opérationnelles et/ou managériales. Elle permet de répondre à des situations de gestion et d'améliorer la performance collective. De surcroît, elle peut aider à la prise de décision et faciliter le pilotage de la performance. Par ailleurs, les écarts constatés par les chercheurs en sciences de gestion entre ce qui est prévu et ce qui est fait d'une instrumentation ont mis en avant le rôle des acteurs pendant sa mise en place.

Dès lors, la grille d'Hatchuel et Weil (1992) est mobilisée pour caractériser une instrumentation de gestion, en trois dimensions. Elle est d'abord dotée d'une philosophie managériale (objectifs alloués), d'un substrat formel (contenu technique) et d'une vision des rôles que les acteurs prennent autour de cette instrumentation. L'évolution du triptyque (Hatchuel & Weil, 1992) dans l'analyse des deux instrumentations permet de saisir les regards portés par les acteurs

impliqués sur l'outil. Ainsi, la problématique abordée est la suivante : comment les acteurs des organisations sportives se saisissent de projets d'instrumentation de gestion ?

Méthodologie de recueil/traitement des données

Cette communication s'appuie sur deux études cas longitudinales (Yin, 2018) dans le cadre d'une démarche de recherche intervention (David, 2000). Les études se sont respectivement déroulées de janvier 2014 à septembre 2016 au sein de la Fédération Française de Rugby (FFR) et décembre 2017 à mai 2019 dans un club professionnel de Pro D2. Dans les deux études, des observations participantes ont été menées conjointement à trois séries d'entretien réalisées auprès des acteurs impliqués dans le projet d'instrumentation à savoir, dans le cas de la FFR, des conseillers techniques, des cadres administratifs et les élus et, dans le club professionnel, des membres du staff et joueurs. Les données collectées ont fait l'objet d'une analyse catégorielle thématique consistant en une ventilation des données récoltées dans les catégories préalablement déterminées via la grille d'Hatchuel et Weil (1992).

Principaux résultats, préconisations et conclusion

Cette communication permet d'avoir des regards croisés sur deux processus différents d'instrumentation, à des moments différents de leur « vie » (cas 1 sur la conception, cas 2 sur l'utilisation). Il en ressort des similitudes dans les comportements des acteurs au regard de ces instrumentations. Ces deux études de cas témoignent d'une difficulté d'appropriation collective face à un projet d'instrumentation de gestion, qui met en exergue la spécificité des contextes organisationnels : statuts des acteurs, fluctuance des organisations, enjeux de leadership ou de pouvoir mettent à mal la réussite de ce type de projet. Certains acteurs ou groupes d'acteurs se sont approprié l'instrumentation en fonction de leurs intérêts. Dès lors, sans que le contenu de chaque instrumentation ait été remis en cause, c'est leur philosophie gestionnaire qui a évolué, ainsi que le rôle porté par chaque acteur. Ces évolutions n'ont pas favorisé la coordination des acteurs, ce qui a anéanti toute forme d'appropriation collective. Au final, la trajectoire de chaque instrumentation étudiée s'est trouvée malmenée.

Bibliographie

Chelladurai, P. (2001). Chelladurai, P. Recherche de l'excellence, professionnalisation et commercialisation du sport. In *La professionnalisation des organisations sportives, nouveaux enjeux, nouveaux débats (textes réunis et présentés par Chantelat, P.)* (L'Harmattan, p. 113-130).

David, A. (2000). La recherche intervention, cadre général pour la recherche en management ? In A. David, A. Hatchuel et R. Laufer, *Les nouvelles fondations des sciences de gestion* (pp. 193-202). Paris : Vuibert.

Hatchuel, A., & Weil, B. (1992). *L'expert et le système : Gestion des savoirs et métamorphose des acteurs dans l'entreprise industrielle*. Economica.

Nagel, S., Schlesinger, T., Bayle, E., & Giauque, D. (2015). Professionalisation of sport federations – a multi-level framework for analysing forms, causes and consequences. *European Sport Management Quarterly*, *15*(4), 407-433. https://doi.org/10.1080/16184742.2015.1062990.

Yin, R.K. (2018). *Case study research: design and methods* (Sixth edition). Thousand Oaks, CA: Sage.

Ce qu'il faut retenir :

- La confrontation de ces deux études de cas permet de comprendre finement les blocages du déploiement d'une instrumentation dans deux organisations sportives.
- La spécificité de ces contextes organisationnelle « éclate » au grand jour tout au long de ces projets et met à mal leur appropriation collective.
- Étonnamment, le contenu de ces instrumentations ne constitue pas un point de controverses ; celles-ci se situent sur l'évolution de la finalité (gestionnaire) de ces instrumentations et des rôles joués par chaque acteur impliqué.

Le fair-play financier : vers une gouvernance améliorée des ligues de football professionnel ? Analyse à partir des cas de clubs de Ligue 1 et de Premier League entre 2008 et 2018.

FRANCOIS Aurélien - Maître de conférences
CETAPS, UFR STAPS - Université de Rouen
aurelien.francois@univ-rouen.fr

DERMIT-RICHARD Nadine - Maître de conférences HDR
CETAPS, UFR STAPS - Université de Rouen
nadine.dermit@univ-rouen.fr

Mots-clés : régulation, fair-play financier, gouvernance, football, Europe.

Dans les ligues ouvertes européennes, fondées sur la promotion des clubs les plus forts et la relégation des plus faibles, l'objectif des clubs est la maximisation de leurs performances sportives qui sont fortement dépendantes de leur niveau de recrutement. En conséquence, ces clubs cherchent à attirer les meilleurs joueurs possibles censés leur donner un avantage compétitif sur leurs concurrents. Dans un marché concurrentiel, ces stratégies aboutissent généralement à une inflation des salaires à l'origine de difficultés financières récurrentes de l'ensemble des clubs européens de football. Ainsi, l'UEFA a calculé un déficit cumulé de 1,675 milliard d'euros sur la saison 2010/2011 pour les 679 clubs ayant participé aux championnats de première division en Europe (UEFA, 2013).

Cette accumulation de déficit génère un risque de faillite généralisée du football européen. Afin de remédier à ces difficultés, l'UEFA a mis en place à compter de 2012 un système de fair-play financier (FPF) qui impose aux clubs qualifiés en compétition européenne de respecter une règle d'équilibre financier. Ainsi, chaque club doit limiter ses dépenses aux montants de ses seules recettes provenant de l'activité football, sans apports extérieurs pour combler son déficit (Dermit-Richard et *al*., 2017). L'objectif du FPF est de contraindre les clubs à restaurer leur rentabilité, d'une part en diminuant leurs charges, notamment leur masse salariale, et d'autre part, en développant leurs recettes pérennes liées notamment à l'exploitation de leur stade. L'UEFA a, depuis 2013, opérationnalisé ce système de FPF visant à promouvoir une meilleure gouvernance des clubs participant aux compétitions européennes.

Cette contribution s'inscrit dans le cadre de la théorie des ligues et plus précisément de l'évaluation des rares dispositifs de régulations qui structurent les ligues ouvertes européennes. Elle a pour objectif d'évaluer l'efficacité du système de FPF mis en place par l'UEFA, ainsi que préconisé par Franck (2018). À ce titre, elle confronte les résultats aux quelques travaux existants et particulièrement le modèle prédictif de Peeters & Szymanski (2014). L'opérationnalisation de cet objectif consiste alors à vérifier l'évolution des recettes football des clubs, de leurs dépenses, en particulier de leurs salaires, et du résultat net qui en découle. Nous avons choisi de comparer les périodes 2008-2013 et 2013-2018 représentant respectivement les cinq saisons précédant et suivant la mise en place du FPF. Pour s'assurer de mesurer les effets du FPF, nous avons sélectionné des clubs disposant de données financières sur l'ensemble de la période 2008-2018

et ayant participé régulièrement aux compétitions européennes à partir de la décision par l'UEFA de mettre en place ce dispositif en 2011. En conséquence, nos données concernent sept clubs français et six clubs anglais ayant participé au moins à 50 % des saisons entre 2011 et 2018 à une compétition européenne.

Les données collectées ont fait l'objet de traitements statistiques desquels sont tirés deux résultats principaux :

- Le résultat opérationnel s'est globalement et significativement amélioré entre les deux périodes (+ 269 % : de 11 M€ de déficit cumulé sur 2008-2013 à près de 20 M€ de bénéfices sur 2013-2018 – confirmé par le test de Wilcoxon ($P = 0.018<0.05$)). Cette amélioration résulte d'une croissance des recettes (+82 %) supérieure à la croissance des charges (+58 %).
- Le poids des salaires dans le total des dépenses a également globalement et significativement diminué ($P = 0.030<0.05$), mais il recouvre des situations individuelles plus contrastées dans la mesure où le PSG et trois clubs anglais ont vu ce ratio augmenter.

Nos résultats confirment l'efficacité du FPF du fait de l'amélioration significative de la rentabilité des clubs qui y sont soumis. Cette conclusion est conforme à l'analyse prospective de Peeters et Szymanski (2014). Toutefois, contrairement à leurs prévisions, cette amélioration de la rentabilité résulte d'une augmentation des recettes des clubs supérieure à l'accroissement de leur masse salariale et non pas, comme anticipé par la FPF, d'une réduction des salaires. Ce dernier résultat demeure cependant à nuancer au regard du contexte inflationniste des recettes des clubs provoquée par une hausse des droits TV.

Le FPF a pour conséquence de durcir la contrainte budgétaire dans le football européen considérée jusqu'ici comme lâche à l'origine des mauvaises pratiques de gouvernance (Andreff, 2015). Toutefois, si ce durcissement peut être considéré comme à l'origine de l'amélioration de la santé financière des clubs et expliquer l'arrivée d'investisseurs étrangers, son effet en termes d'amélioration de leur gouvernance est à nuancer. Quelques clubs de notre échantillon (Paris Saint Germain, Manchester City) se sont, en effet, signalés récemment au travers de pratiques innovantes de contournement du FPF qui questionnent leur gouvernance et celle du secteur du football professionnel.

Bibliographie

Andreff, W. (2015). Governance of professional team sports clubs: agency problem and soft budget constraint. In W. Andreff (Ed.). *Disequilibrium Sports Economics. Competitive imbalance and budget constraints* (p. 151-174). Heltenham, UK: Edwar Elgar Publishing.

Dermit-Richard, N., Scelles, N., & Morrow, S. (2017). French DNCG management control versus UEFA Financial Fair Play: a divergent conception of financial regulation objectives. *Soccer & Society*, *20*(3), 408-430.

Franck, (2018). European Club Football after "Five Treatments" with Financial Fair Play-Time for an Assessment. *International Journal of Financial Studies*, *6*(4), 1-19.

Peeters, T., & Szymanski, S. (2014). Financial fair play in European football. *Economic Policy*, *29*(78), 343-390.

UEFA (2013). *The European club licensing benchmarking report. Financial year 2011*. Nyon (SW): UEFA.

Ce qu'il faut retenir :

- Par une analyse statistique des données financières de 13 clubs français et anglais participant régulièrement aux compétitions européennes, cette contribution montre l'efficacité du dispositif de fair-play financier mis en place par l'UEFA depuis la saison 2010-2011.
- Le FPF apparaît donc ici comme un outil de régulation permettant de durcir la contrainte budgétaire des clubs de football professionnels à l'origine de l'amélioration de leur santé financière.
- Il est toutefois permis d'interroger l'effet du durcissement sur les pratiques de gouvernance des clubs tant certains se sont signalés, ces derniers temps, par des stratégies de contournement du FPF dont le club de Manchester City, exclu par l'UEFA des compétitions européennes pour les deux prochaines saisons au moment de l'écriture de ces lignes.

Ordre juridique et agressions sexuelles dans le sport.

LAPOUBLE Jean-Christophe - Professeur des Universités
Université de Poitiers
jean.christophe.lapouble@univ-poitiers.fr

ROUX Frédérique - Professeure des Universités
Université de Rennes 2 - VIP&S^2 (EA 4636)
frederique.roux@univ-rennes2.fr

Mots clés : agressions sexuelles, mineurs, sport, fédération, convention internationale, code pénal.

L'actualité vient à nous rappeler que le monde sportif n'est pas exempt de comportement délictuels et/ou criminels que l'on a pu observer dans d'autres institutions où la hiérarchie est difficilement mise en cause et où des enfants se trouvent en situation de fragilité. Pourtant, alors même que l'Eglise Catholique admet peu à peu l'étendu des abus sexuels en son sein, le monde sportif semble découvrir que de telles pratiques existent et ne sont pas (ou rarement) réprimées avec hélas le laisser-faire coupable de certains dirigeants. Il existe au niveau national des dispositions spécifiques visant à assurer la répression des agressions sexuelles et du viol avec des incriminations spécifiques pour les faits dont les mineurs sont victimes qu'il convient de rappeler en abordant notamment les insuffisances constatées.

Pourtant la question des abus sexuels dans le sport ne peut pas être examinée à l'aulne des seules législations nationales (dont certaines sont clairement défaillantes) alors même que le mouvement sportif est transnational. De même que la lutte contre le dopage a fait l'objet d'une prise en compte internationale avec la création de l'Agence Mondiale Anti-Dopage en 1999 et l'adoption de la convention globale de l'UNESCO en 2003. Contrairement à ce que l'on pourrait penser de prime abord, il ne semble pas nécessaire dans le domaine des agressions sexuelles sur mineurs d'adopter un nouvel instrument juridique international, mais au contraire d'utiliser pleinement celui qui existe, à savoir la Convention internationale des droits de l'enfant adoptée le 20 novembre 1989.

En effet, cette dernière comporte un article 34 ainsi rédigé :
« Les États parties s'engagent à protéger l'enfant contre toutes les formes d'exploitation sexuelle et de violence sexuelle. À cette fin, les États prennent en particulier toutes les mesures appropriées sur les plans national, bilatéral et multilatéral pour empêcher :

> *a - que des enfants ne soient incités ou contraints à se livrer à une activité sexuelle illégale ;*
> *b - que des enfants ne soient exploités à des fins de prostitution ou autres pratiques sexuelles illégales ;*
> *c - que des enfants ne soient exploités aux fins de la production de spectacles ou de matériel de caractère pornographique. »*

Afin de s'assurer de l'application effective des différentes dispositions, la convention comprend aussi un article 43 qui crée un comité d'experts (Comité des droits de l'enfant), chargé plus particulièrement *« d'examiner les progrès accomplis par les États parties dans l'exécution des*

obligations contractées par eux en vertu de la présente Convention… ». L'examen des rapports du comité des experts ou des travaux annexes montre qu'en fait la question des agressions sexuelles n'est abordée que de manière ponctuelle et surtout dans le cadre des grands événements sportifs[3]. Pourtant dans une résolution adoptée par l'Assemblée générale des Nations Unies le 19 décembre 2011, il est désormais possible pour des particuliers de présenter des communications au Comité des droits de l'enfant. Dans le cadre de notre communication, il sera rappelé que s'il existe bien un cadre juridique au niveau national, tout reste à construire au niveau international afin de s'assurer de la participation effective du monde sportif.

Bibliographie

Charte olympique
Code du sport
Code pénal
Convention internationale des droits de l'enfant

[3] Cf. Clind Exploitation and the FIFA World Cup : A review ok risks and protective interventions, Brunel Centre for Sport, Health ans Wellbeing, July 2013

Efficacité perçue de la collaboration entre les fédérations sportives et leurs clubs : rôle du processus de collaboration.

LEFEBVRE Arthur - Doctorant UCLouvain (BE)
Louvain Research Institute in Management and Organizations (LouRIM)
arthur.lefebvre@uclouvain.be

ZEIMERS Géraldine - Chargée de cours
Deakin University (AU) - Faculty of Business and Law
g.zeimers@deakin.edu.au

ZINTZ Thierry - Professeur
UCLouvain (BE) - Louvain Research Institute in Management and Organizations (LouRIM)
thierry.zintz@uclouvain.be

Mots-clés : fédérations sportives, clubs sportifs, collaboration, évaluation

Dans la plupart des pays occidentaux, les fédérations sportives s'appuient sur la collaboration avec leurs clubs pour accomplir la mission centrale de développement de leur sport. Alors que de nombreuses études se sont intéressées aux collaborations dans le domaine sportif, on en sait moins sur cette collaboration singulière et particulièrement sur son évaluation (Babiak et al., 2018). Pourtant, cette évaluation est cruciale pour comprendre l'efficacité de ces collaborations, notamment, sur l'atteintes des buts organisationnels des clubs et par extension le développement du sport. Misener et Doherty (2013) soutiennent qu'en tenant compte du lien entre le processus et les résultats des collaborations, leur évaluation offrirait de nouvelles perspectives et permettrait d'en améliorer la gestion. Par conséquent, cette étude a pour objectif d'évaluer les collaborations entre les fédérations sportives et leurs clubs en examinant la relation entre le processus de la collaboration et son efficacité perçue dans l'atteinte des buts organisationnels des clubs. Cette recherche répond à la question suivante : « Quelles dimensions du processus de collaboration entre une fédération sportive et ses clubs sont associées à l'efficacité perçue de cette collaboration dans l'atteinte des buts organisationnels des clubs ? ». Les données ont été collectées au moyen d'une enquête en ligne. Cette enquête a été envoyée aux présidents des clubs sportifs belges francophones via leur fédération ou leur municipalité. En raison du RGPD, le nombre exact de clubs ayant reçus l'enquête n'est pas connu. Au total, 1992 clubs ont répondu à l'enquête. Après suppression des données incomplètes ou aberrantes, n = 666 clubs ont été inclus dans l'analyse. Cinq régressions linéaires multiples ont été menées à l'aide du logiciel IBM SPSS 25. Sur base de l'étude de Nagel (2008), cinq principaux buts organisationnels des clubs sportifs ont été identifiés. Les cinq variables dépendantes sont l'efficacité perçue de la collaboration dans l'atteinte de chacun de ces buts organisationnels (i.e., but lié à l'organisation [1] ; but lié aux membres [2] ; buts de sport pour tous [3] ; buts de compétition [4] ; but social [5]). Les cinq variables indépendantes sont les cinq dimensions du processus de collaboration (i.e., Gouvernance, Administration, Autonomie, Réciprocité et Confiance) issues de l'échelle de mesure de collaboration développée par Thomson et al. (2007). Toutes les variables ont été mesurées à l'aide d'une échelle de Likert.

Les résultats indiquent que la dimension « Réciprocité » est significativement associée à l'efficacité perçue de la collaboration dans l'atteinte de l'ensemble des buts organisationnels des clubs ([1] : .355*** ; [2] : .382*** ; [3] : .372*** ; [4] : .276*** ; [5] : .238***). La dimension « Confiance » est significativement associée à l'efficacité perçue de la collaboration dans l'atteinte de quatre buts organisationnels ([1] : .214*** ; [2] : .137* ; [4] : .150* ; [5] : .117*). La dimension « Administration » est significativement associée à l'efficacité perçue de la collaboration dans l'atteinte de deux buts organisationnels ([4] : .127* ; [5] : .186**). La dimension « Gouvernance » est significativement associée à l'efficacité perçue de la collaboration dans l'atteinte d'un seul but organisationnel ([3] : .116*). Enfin, la dimension « Autonomie » n'est significativement pas associé à l'efficacité perçue de la collaboration dans l'atteinte des buts organisationnels des clubs.

La contribution théorique de cette recherche est double. Premièrement, les résultats mettent en évidence que la réciprocité ainsi que la confiance entre les fédérations et les clubs sont des facteurs cruciaux de l'efficacité perçue de cette collaboration dans l'atteinte des buts organisationnels des clubs. De ce fait, cette recherche soutient empiriquement les résultats d'autres chercheurs tels que O'Boyle et Shilbury (2016) qui ont mis en évidence le rôle déterminant de ces deux dimensions, conceptuellement proches, dans l'efficacité des collaborations au sein du système sportif à but non lucratif. Deuxièmement, cette étude offre de nouvelles perspectives sur l'évaluation des collaborations entre organisations sportives à but non lucratif et répond à la demande de certains chercheurs de ne pas se limiter aux résultats de la collaboration lors de l'évaluation de celle-ci, mais d'également tenir compte de son processus (Misener & Doherty, 2013). Pratiquement, cette étude encourage les fédérations et les clubs à repenser leur processus de collaboration. Une attention particulière devrait être portée à la création de confiance ainsi qu'à l'échange de ressources et d'informations entre les fédérations et les clubs. La réciprocité entre ces acteurs du système sportif non lucratif pourrait notamment être renforcée en incitant une communication « bottom-up », par exemple avec l'organisation de réunions de brainstorming ou l'utilisation de plateformes digitales.

Bibliographie

Babiak, K., Thibault, L., & Willem, A. (2018). Mapping Research on Interorganizational Relationships in Sport Management: Current Landscape and Future Research Prospects. *Journal of Sport Management, 32*(3), 272-294. https://doi.org/10.1123/jsm.2017-0099

Misener, K., & Doherty, A. (2013, 2013/05/01/). Understanding capacity through the processes and outcomes of interorganizational relationships in nonprofit community sport organizations. *Sport Management Review, 16*(2), 135-147. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.smr.2012.07.003

Nagel, S. (2008). Goals of sports clubs. *European Journal for Sport and Society, 5*(2), 121-141.

O'Boyle, I., & Shilbury, D. (2016, 01/30). Exploring Issues of trust in Collaborative Sport Governance. *Journal of Sport Management, 30*, 52-69.

Thomson, A. M., Perry, J. L., & Miller, T. K. (2007). Conceptualizing and measuring collaboration. *Journal of Public Administration Research and Theory, 19*(1), 23-56.

Ce qu'il faut retenir :

- Le processus de collaboration est associé à l'efficacité perçue de cette collaboration.
- La réciprocité et la confiance entre les fédérations et leurs clubs sont cruciales dans l'efficacité perçue de leur collaboration.
- La mise en place de plateformes, réelles ou virtuelles, d'échange de ressources et d'informations pourrait renforcer la collaboration entre fédérations et clubs.

La structuration accélérée du milieu du *breaking* face aux enjeux des JO : les acteurs du mouvement pris dans des luttes de pouvoir face à différentes options organisationnelles.

LESSARD Coralie - Maître de conférences
Université UCO-IFEPSA - Chercheur associé au Laboratoire « Violences, Innovations, Politiques, Socialisations & Sports » (Rennes II)
clessard@uco.fr

GAN-DEMAIN Ariane - Doctorante contractuelle
Université Paris Saclay - Faculté des Sciences du Sport - Laboratoire « Complexité, Innovation, Activités Motrices et Sportives »
Ariane.gan@u-psud.fr

Mots clés : jeux olympiques, institutionnalisation, breaking, hip-hop, luttes de pouvoir

La question de l'intégration du breaking au programme olympique des JOP Paris 2024 a eu un fort retentissement au sein du milieu danses *hip-hop* mettant au jour des acteurs divisés, ambivalents sur la question et parfois concurrents pour intégrer l'encadrement institutionnel « sportif » de la pratique. En effet, plusieurs organisations de hip-hop se sentent légitimes pour devenir opérateurs officiels afin d'organiser, sur le territoire, les compétitions fédérales. Le jeu des acteurs ainsi que les rôles et places occupées par les entités en présence induisent des scénarios distincts d'institutionnalisation « sportive » de la pratique, impactant différemment le milieu culturel d'origine. Cette communication entend questionner le processus d'institutionnalisation du *breaking* au regard des enjeux récents liés au processus de sportivisation inachevé depuis les années 2010 (Collinet et al., 2013) et de reconnaissance olympique de cette discipline. La situation inédite dans laquelle se trouve aujourd'hui le milieu du *breaking* le place dans une position délicate, car les acteurs de la culture danses *hip-hop* dans son ensemble n'ont pas d'instance représentative centralisée (Jesu, 2016) permettant de porter les débats, de décliner les enjeux et de trouver des consensus sur les points controversés.

Des acteurs du mouvement ont récemment créé deux collectifs avec pour ambition de fédérer un maximum de danseurs et de transmettre des informations importantes telles que celles relatives aux JOP et au Championnat du monde de *breaking* organisé par la fédération mondiale de danse (WDSF) où plus de 60 pays sont représentés. Ces deux collectifs que sont l'Organisation Nationale du Hip-hop (ON2H) et le Collectif Indépendant des Crews Hip-Hop Français (CIC2HF) constituent un intérêt important pour cette recherche du fait de leur investissement dans le projet de l'intégration du *breaking* aux JOP. La Fédération Française de Danses (FFD), ON2H et CIC2HF sont trois entités actives au cœur de l'institutionnalisation sportive du *breaking* en s'inscrivant dans une démarche volontariste d'accompagnement des JOP. Un détour historique est nécessaire pour comprendre le contexte dans lequel s'inscrivent ces entités et pourquoi elles ne sont pas constituées en fédérations sportives régies par le code du sport. Bazin (2007) exprimait déjà il y a une dizaine d'années dans un rapport de l'INJEP que : « bien souvent, les institutions ne savent pas comment procéder avec des acteurs populaires des pratiques non instituées et trouver les bons interlocuteurs en région ». Historiquement, le mouvement

« danses *hip-hop* » n'est pas organisé en fédération sportive propre et a très peu intégré la FFD ; ce qui pose la question de la mise en place d'interfaces représentatives avec les institutions officielles porteuses du projet des JOP.
Les méthodologies employées s'appuient à la fois sur une immersion participante de longue durée dans les lieux d'entraînement et de compétition (5 ans) ainsi qu'une première vague d'entretiens compréhensifs (28) auprès des acteurs du mouvement *hip-hop* de 2009 à 2013 (Collinet & Lessard, 2013). Il s'agit de revisiter les matériaux d'une précédente étude et de la compléter par une nouvelle investigation menée depuis 2019 qui se base à la fois sur une analyse documentaire (articles de loi et articles juridiques), des entretiens semi-directifs (13) auprès des acteurs reconnus et souvent centraux du mouvement danses *hip-hop* (danseurs, professeurs de danses *hip-hop*, *speakers*, juges, organisateurs d'événements et d'acteurs influents fondateurs de grands collectifs associatifs de danses *hip-hop*). Parallèlement, une veille informationnelle d'un an et demi a été menée sur les réseaux sociaux (visionnage de vidéos, de "live" et de discussions écrites sur les comptes et pages Facebook des acteurs influents du milieu "danses *hip-hop*") afin de mener cette étape supplémentaire d'analyse.

Faute d'une non-prise en charge des problématiques historiques de la discipline breaking par la FFD et d'un consensus non établi entre les acteurs du mouvement pour la création d'une fédération sportive spécialisée danses *hip-hop*, les problématiques d'ordre professionnel demeurent depuis son émergence et concernent l'organisation des formations et des diplômes ainsi que la reconnaissance statutaire des métiers dans ce milieu (professeur, speaker, athlète de haut niveau). L'organisation ON2H semble finalement s'impliquer davantage dans l'institutionnalisation « culturelle » des danses hip-hop au côté du ministère de la Culture et de la question des diplômes ; laissant de côté, de façon contrainte, leur investissement dans l'institutionnalisation « sportive » du breaking auprès de la FFD (suite à une collaboration compliquée). L'analyse de leurs actions laisse à penser qu'ON2H se positionne aujourd'hui comme une organisation résistante et source d'entraves importantes à la FFD. Pour conclure, cette étude en cours permet de comprendre les logiques internes d'institutionnalisation « sportive » du breaking à travers la mobilisation des acteurs, de leurs luttes de pouvoir ainsi que des injonctions structurelles légales avec lesquels ceux-ci doivent composer.

Bibliographie

Bazin, H. (2007), INJEP (Marly-le-Roi), Rencontre n°7, de L'hiver à l'été. Février, « La danse hip-hop 25 ans pour reconnaître, 25 ans pour structurer ? » p. 9.
Collinet, C ; Lessard, C. (2013). « Les battles de *Street Dance* : un entre-deux culturel », *SociologieS*
Collinet C., Delalandre M., Schut P-O et Lessard C. (2013), « *Physical Practices and Sportification : between Institutionnalisation and Standardization* ». The International Journal of the History of Sport, 30, 9, pp. 989-1007.
Jesu, L. (2016), L'élite artistique des cités : métamorphoses de l'ancrage du hip-hop dans les quartiers populaires en France (1981-2015), Thèse de doctorat soutenue le 22-06-2016 à l'Université de Lorraine.

Ce qu'il faut retenir :

- La discipline « breaking » est engagée dans un processus de sportifivisation inachevé depuis le début des années 2010.
- L'annonce, en 2019, de sa possible intégration aux JOP Paris 2024 va accélérer son institutionnalisation « sportive » (ministère des Sports, Fédération Française de Danses)
- Le milieu « danses hip-hop » français est convoqué pour participer à cette institutionnalisation « sportive » pour ne pas faire « sans les acteurs » et bénéficier de leur expertise.
- Les acteurs du mouvement « danses hip-hop » sont entrés dans des luttes de pouvoir auprès des instances en charge du dossier des JOP Paris 2024 pour défendre leurs visions culturelles ainsi que pour proposer leurs services en tant qu'opérateur événementiel pour l'organisation de sélectifs (battles) pour la qualification des champions.

Nouvelle gouvernance du sport : quelle articulation entre projets fédéraux et politiques sportives territoriales ?

LOPEZ Clément - Doctorant
Université Paris Saclay
clement.lopez@etu-iepg.fr

DJABALLAH Mathieu - Maître de conférences
Université Paris Saclay
mathieu.djaballah@u-psud.fr

CHARRIER Dominique - Maître de conférences HDR
Université Paris Saclay
d.charrier@wanadoo.fr

Mots-clés : action publique, gouvernance, concurrence/collaboration, jeux d'acteurs, marketing territorial

La présente contribution propose d'analyser l'articulation entre des politiques publiques territoriales et des stratégies des organisations sportives aux logiques *a priori* singulières. Les fédérations sportives se caractérisent par une structuration très verticale, avec des stratégies de développement de la pratique (d'une ou de plusieurs disciplines) et de performance sportive descendant des sièges fédéraux vers les clubs en passant par les comités régionaux et départementaux. Les collectivités territoriales cherchent à l'inverse à développer leur(s) territoire(s) à travers des politiques sportives menées en toute autonomie, le partage de la compétence sport renforçant ces dynamiques horizontales. Il apparaît alors légitime d'interroger l'imbrication entre le développement des pratiques sportives et celui des territoires à l'heure où ces deux types d'organisations doivent s'adapter à un contexte mouvant, marqué par de profonds bouleversements.

Les lois de Modernisation de l'Action Publique et Affirmation des Métropoles (MAPTAM) et sur la Nouvelle Organisation Territoriale de la République (NOTRe) de 2014 et 2016 ont fortement impacté la gouvernance territoriale des fédérations sportives en affirmant de nouveaux interlocuteurs intercommunaux (Thoraval-Mazéo, 2015) ainsi qu'en entraînant la fusion de leurs ligues et comités régionaux pour répondre au passage de 27 à 18 régions (Vidal, 2020). Par ailleurs, l'évolution des pratiques et des modalités de pratiques sportives ainsi que la perspective de l'organisation par la France des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 posent des enjeux de taille qui légitiment des réflexions nouvelles chez l'ensemble des acteurs de la gouvernance du sport. La réforme de gouvernance, matérialisée par la création le 24 avril 2019 d'une Agence Nationale du Sport et les réflexions autour de ses déclinaisons territoriales, posent également la question de la co-construction de l'action publique sportive entre différents acteurs (Charrier et Lapeyronie, 2020) et par-delà, celle de la nécessaire articulation entre les intérêts respectifs de ces différentes organisations.

Quels sont les thématiques et les niveaux d'échelle territoriale qui offrent un cadre d'analyse pertinent pour étudier cette articulation ? Quels enjeux et quelles dynamiques produisent-ils ? Le cadre théorique mobilisé sera celui de la politisation des problèmes publics (Dubois, 2010) à travers l'étude des stratégies de mise à l'agenda politique local de questions stratégiques pour le développement d'organisations sportives endossant le rôle d'« entrepreneurs de cause » (Lascoumes & Le Galès, 2014).
À partir d'une première monographie portant sur la Fédération française de hockey sur glace qui a mis en lumière la capacité des équipements sportifs à révéler les logiques propres à cette articulation (Lopez, 2017), il s'agit de proposer une étude comparée de la relation qu'entretiennent différentes fédérations agréées avec les différentes strates de collectivités territoriales. Les données ont été recueillies en réalisant des entretiens avec les salariés/élus en charge du développement d'un échantillon de quinze fédérations. Six entretiens avec des représentants du service des sports de collectivités (deux régions, deux départements et deux EPCI) ont complété le dispositif empirique de l'étude.

La contribution modélisera les différents types de stratégies fédérales de mise à l'agenda politique local de problématiques de développement. Elle mettra notamment en évidence les thématiques récurrentes (équipements sportifs, événements sportifs, conventions de partenariat localisées) de cette articulation ainsi que les variables principales qui influencent ces résultats : logiques disciplinaires, contextes territoriaux, niveaux de développement des fédérations ou encore parcours, réseaux et représentations des dirigeants fédéraux et locaux etc. Elle soulignera les différents enjeux et questionnements que recouvrent ces relations, entre concurrences et collaborations : articulation entre les différents niveaux d'échelles territoriales (Koebel, 2017), poids des stratégies respectives et des relations sociales entre les acteurs (Crozier, Friedberg, 1977) etc.

Ce travail met ainsi en avant l'impact structurant de certains éléments de contexte (réformes territoriales, réformes de gouvernance, Jeux Olympiques) et thématiques (lieux de pratique, événements sportifs, marketing territorial) sur les résultats observés, tout en pointant les limites d'une analyse structuraliste des relations entre fédérations sportives et collectivités territoriales.

Bibliographie

Charrier, D., Lapeyronie, B. (2020). Gouvernance du sport et management territorial, une nécessaire co-construction, Lyon, Éditions de Bionnay, 283 p.
Dubois, V. (2010). L'action publique, dans Cohen, A., Lacroix, B., Riutort, P., Nouveau *manuel de science politique*, Paris : La Découverte, pp. 316-323.
Lopez, C. (2017). Fédérations sportives et équipements sportifs : du développement de la pratique au développement territorial. Le cas des patinoires et de la Fédération française de hockey sur glace, mémoire Recherche du Master 2 « Politiques Publiques et Stratégies des Organisations Sportives ». Université Paris-Sud, Orsay.
Koebel, M. (2017), Comment analyser les politiques sportives locales ? *Jurisport*, 175, pp. 23-26.

Ce qu'il faut retenir :

Les récentes réformes de gouvernance plaident en faveur d'une co-construction de l'action publique sportive entre des acteurs aux intérêts *a priori* distincts. Ce travail propose de questionner la capacité de ces acteurs à articuler leurs stratégies de développement à travers une analyse comparée des stratégies fédérales de mise à l'agenda politique local de leurs problématiques.

Émergence et maintien d'un lien de causalité entre pratique physique en entreprise et perception de la qualité de vie liée à la santé.

MASSIERA Bernard - Maître de conférences HDR
Laboratoire Motricité Humaine Expertise Sport Santé, Université Côte d'Azur, Nice, France
bernard.massiera@univ-codazur.fr

BEN MAHMOUD Imed - Maître Assistant
Institut Supérieur du Sport et de l'Education Physique, Ksar Said, Université de la Manouba, Tunisie et Laboratoire Motricité Humaine Expertise Sport Santé, Université Côte d'Azur, Nice, France
Imed.BEN-MAHMOUD@univ-cotedazur.fr

LEHMANN Lisa - Doctorante en STAPS
Laboratoire Motricité Humaine Expertise Sport Santé, Université Côte d'Azur, Nice et Unité de recherche Impact de l'Activité Physique sur la Santé, Université de Toulon, France
lisa-lehmann@etud.univ-tln.fr

PJEVAC Dusan - Chargé de développement
Azur Sport Santé, Centre de ressource et d'expertise du sport-santé, Nice, France
pjevac@azursportsante.fr

Mots clés : activité physique, qualité de vie, santé, travail.

Introduction et objectif(s)

Les mutations socio-économiques bouleversent les conditions de travail et des effets délétères se font ressentir sur la santé physique (troubles musculo-squelettiques ; surpoids lié à la sédentarité) et psychologique (stress, dépression) des salariés. L'accroissement de certaines pathologies (Baromètre Santé, 2010) est une source d'absentéisme (Alma, 2016), de mauvaises relations sociales et d'accidents du travail (Chevalier, 1992 ; Coetsier et al., 1996 ; Gollac & Volkoff, 2006). Ce contexte incite les décideurs à se préoccuper de la santé physique et morale des salariés, notamment en proposant des programmes d'activité physique à but de santé, dispensés sur les lieux de travail. Cette étude se focalise sur les effets de la mise en place de ces derniers, ainsi que sur le bien-être ressenti.

Cadre théorique et problématique

Le lieu de travail est un site adéquat pour la promotion de la santé (OIT, 2008, OMS 2008) et les effets bénéfiques sur l'individu de la pratique régulière d'une activité physique sont attestés (Rapport INSERM 2008). Certains travaux relatent les impacts positifs sur la productivité des entreprises (Lechner et De Vries, 1997 ; Shephard, 1999). Une perspective théorique relevant de la sociologie des logiques d'actions, appliquée au concept de « Qualité de Vie liée à la Santé », a été utilisée pour explorer la santé ressentie au travail. Celle-ci illustre l'état de bien-être, en couvrant un ensemble de dimensions physiques, mentales et sociales ainsi que le point de vue subjectif de l'employé. Si l'intégration de l'activité physique en milieu professionnel semble

constituer une piste prometteuse, notre travail explore l'émergence et le maintien d'un lien de causalité entre pratique physique en entreprise et perception de la qualité de vie liée à la santé.

Méthodologie de recueil/traitement des données

Cette recherche s'insère dans le programme « Entreprises en Forme », conçu et géré par Azur Sport Santé, centre de ressource et d'expertise en sport santé pour la région PACA Est (06 et 83). Deux partenaires, la mutuelle AG2R et le groupe de restauration Elior, ont soutenu financièrement le programme qui a permis à trois organisations professionnelles partenaires d'intégrer une offre d'activité physique sur le lieu de travail à destination de 93 participant**s**. L'offre d'activité physique a visé les qualités physiques "utiles" à la vie de tous les jours (Force, Endurance, Souplesse, Équilibre) en suivant un même déroulé de séance. Le laboratoire LAMHESS (Université Côte d'Azur) a mesuré l'impact du programme sur les qualités physiques (Health Enhancing Physical Activity) et sur la perception de la qualité de vie au travail par des tests physiques standardisés et un questionnaire validé (Short Forme Survey, Ware, 1998). Ces mesures ont été réalisés en pré et post-intervention. Un travail d'observation participante a également été effectué lors des séances d'activité physique ainsi que des entretiens individuels, menés auprès des dirigeants et des employés des structures professionnelles concernées.

Principaux résultats

Une progression de l'ensemble des qualités physiques des participants a été constatée. À l'exception de l'équilibre qui faisait déjà l'objet de résultats proches du maximum (60s.) dès les tests initiaux. La progression des autres qualités physiques (endurance, force et puissance des jambes) est comprise entre 7 % et 25 %. Une amélioration nette des participants a été constatée sur le test de souplesse notamment pour ceux qui avaient une marge de progression plus importante au début. En parallèle, la perception de l'état de santé a progressé. On enregistre une évolution positive sur le score physique, ainsi qu'une tendance à l'amélioration du score mental. En complément, une tendance à l'amélioration médiane de la qualité du sommeil est notée.

Préconisations & conclusion

À la lumière des résultats, il semble important d'aplanir les contraintes matérielles par le recours à un business model qui mixte un partenaire pour le financement et le recours à une structure ressource qui initie, coordonne et assure la mise en place du programme. En effet, les entreprises, bien qu'accueillant positivement ce type de projet, sont en général très peu disponibles pour le concevoir et l'animer. Il apparaît déterminant de provoquer la participation des employés par un processus de co-construction en faisant participer les employés à la conception du programme. Il sera également important de soigner les socialisations qui naissent au sein du groupe pour maintenir l'engagement des participants et véhiculer une image dynamique qui tend à se diffuser auprès des autres employés.

Bibliographie

Alma, 2015, 7° baromètre de l'absentéisme, Institut Alma consulting group, TS n°766.

Beck F., Gautier A., Guignard R., Richard JB. Baromètre santé 2010. Inpes édition.

Chevalier A., Goldberg M., 1992, L'absence au travail : indicateur social ou indicateur de santé ? Sciences Sociales et Santé 10 : 47-65

Coetsier P., De Backer G., De Corte W., Hellemans C., Karnas G., Kornitzer M., Pelfrene E., Stam M., Vlerick P., 1996. Etude belge du stress au travail : Aperçu du modèle de recherche et des outils d'investigation. Psychologie et Psychométrie, 17, (4), 17-35.

Gollac M. & Volkoff. 2006. La santé au travail et ses masques. Actes de la rechercher en sciences sociales 163 : 4-17.
Inserm. Activité physique : contextes et effets sur la santé. Les éditions Inserm, 2008 ; 12 : 811 pages.
Organisation Mondiale de la Santé. Rapport sur la santé dans le monde 2008. 2008, 127 pages.
Lechner L. & De Vries H, 1997. Effects of an employee fitness program on reduced absenteeism. Journal of occupational and environemental medicine 39 : 827-31.
Shephard R., 1999, Do Work-Site Exercise and Health Programs Work, The physician and Sportmedecine, 48(72).
Ware J., Gandeck B., 1998, Overview of the SF-36 Health Survey and the International Quality of Life Assessment Project, Journal of Clinical Epidemiology, 51, (11), 903-912.
Wende W., Schuit J., Wim H., Kromhout D., 2003, Reproducibility and relative validity of the short questionnaire to assess health-enhancing physical activity Journal of Clinical Epidemiology, 1163-1169.

Conséquences institutionnelles et sociales de la territorialisation des nouveaux dispositifs Sport-santé : le cas des associations sportives agréées à l'échelle d'Orléans Métropole.

MORALES GONZALES Valérie - Maître de conférences
Labotatoire ERCAE, Université d'Orléans
valerie.morales-gonzales@univ-orleans.fr

CHABOCHE José - Maître de conférences
Laboratoire CEDETE, Université d'Orléans
jose.chaboche@univorleans.fr

SAKER Abderrahmane - PRAG
Université d'Orléans
abderrahmane.saker@univ-orleans.fr

Mots-clés : Sport sur ordonnance, Projet POPSU, métropole orléanaise, diffusion des *bonnes pratiques,* sociologie du sport-santé.

Introduction et objectif(s)

Un rapport parlementaire sur « Le sport tout au long de la vie » signale que 300 millions d'euros pourraient être économisés sur les dépenses annuelles de santé grâce à une pratique régulière et collective du sport. Dans le même temps, la métropole d'Orléans souffre d'un fort déficit de professionnels en médecine générale et spécialisée. Aussi l'objectif du travail consiste-t-il à enquêter sur le thème du « sport sur ordonnance » dans la Métropole d'Orléans afin de recenser les formes de pratiques prescrites et les publics déjà concernés ou qui pourraient l'être. La Plateforme d'Observation des Projets et Stratégies Urbaines (dit POPSU) est présent dans 15 métropoles françaises, dont Orléans.

Cadre théorique et problématique

Le programme POPSU semble s'inscrire dans un nouveau contexte, celui du New Public Management et propose ainsi des formes inédites de management. Au travers de la coordination des acteurs du sport santé nous souhaitons questionner notre intuition associée à la description d'une application participative et concertative, à savoir une possible diffusion descendante (dite « top-down ») des activités de sport-santé dans notre espace d'enquête. Pour autant, nous envisageons questionner la structuration de la régulation des acteurs du sport-santé sur Orléans, notamment au regard d'autres modèles d'action de prévention à travers la pratique physique et sportive d'autres métropoles. Pouvons-nous penser un *plug* des politiques de prévention publique par l'activité physique à un territoire peu fourni en professionnels de soin ?

Démarche employée

Dans le cadre d'une étude commanditée par POPSU Orléans, notre équipe universitaire tente d'appuyer les réflexions portant sur la santé en s'appuyant sur les associations sportives labellisées « Sport santé » par l'Agence Régionale de Santé Centre Val-de-Loire. Les 38 structures

concernées ont été approchés par des étudiants STAPS en Management du sport (L3 et M1) de l'Université d'Orléans, pour recenser les conditions d'accueil des pratiquants Sport-santé, les motivations institutionnelles, et la dynamique d'inclusion des associations sportives identifiées à des cadrages extérieurs ou plus globaux (Plan Nutrition Santé, ou « sport sur ordonnance » par exemple).

Principaux résultats

Dans le cadre de cette enquête (en cours) nous souhaitons préciser des résultats afin de :

- définir qui est moteur/relais dans la mise en place d'un réseau d'acteurs sport-santé sur la l'aire urbaine orléanaise (comparaison avec Strasbourg, Nice et Brest)
- faciliter la programmation financière d'équipements ou de services propices au sport-santé et - qualifier les modes de gestion des politiques locales de sport-santé.

Nous avons déjà pu constater une territorialisation des dispositifs relativement bien mise en place malgré des structures qui ne veulent pas communiquer dans le cadre de notre enquête et parfois ne sont même pas au courant que l'association est bien agréée par l'Agence Régionale de Santé du Centre Val de Loire. Par ailleurs, les premiers résultats montrent que bien souvent les patients ne sont pas (encore) au rendez-vous.

Préconisations & conclusion

Finalement, dans la poursuite de cet état des lieux, il sera attendu de contribuer à formaliser un dispositif d'observation pérenne sur la problématique du sport-santé à l'échelle de la métropole et de ses franges sous forme d'un tableau de bord nourri d'indicateurs. Il est aussi possible de poursuivre la diffusion d'une expérience pilote (vu à Strasbourg) vers une véritable culture sport santé à Orléans avec pour spécificité une vision macroscopique qui impulse une morale agencifiée.

Bibliographie

Gasparini, W. & Knobé, S. (2015). Sport sur ordonnance : l'expérience strasbourgeoise sous l'œil des sociologues. Informations sociales, 187(1), 47-53. doi:10.3917/inso.187.0047.

Marsault, C. (2017). Le sport-santé, un objet médical, social ou sportif ? Le dispositif strasbourgeois « sport-santé sur ordonnance » comme objet politique transversal. Sciences sociales et sport, 10(1), 21-49. doi:10.3917/rsss.010.0021.

Marsault, C. (2016). « Sport sur ordonnance », une mise à distance de la médecine : le dispositif strasbourgeois vu par ses éducateurs. Santé Publique, s1(HS), 163-167. doi:10.3917/spub.160.0163.

Massiera B., Morales-Gonzales V., Vitetta O, Noel-Racine A. (2018), Comparative study of plan for promoting physical activity for health between the territories of Strasbourg, Nice and Brest, Journal of Physical Fitness, Medicine & Treatment in Sports, 5(5).

Morales V., Noël-Racine A., Garbarino J-M, Massiera B., Bailly L., Pradier C. (2017), Configuration sociale du réseau sport santé bien être en région Provence Alpes Côte d'Azur : le rôle prépondérant du médecin prescripteur, Sciences et Sport, 32 (3), 129-134. (I.F. 0,255)

Ce qu'il faut retenir :

- Diffusion d'une expérience pilote vers une culture du sport-santé en France ?
- La dynamique top-down prend le pas à la dynamique bottom-up à Orléans
- Les relais associatifs transforment les opportunités en vocations « pro-Sport-santé »
- L'échelle territoriale macroscopique impulse une morale agencifiée

Une démarche de gestion concertée des sports de montagne : Biodiv'sports de montagne.

PERRIN-MALTERRE Clémence - Maîtresse de conférences HDR
Université Savoie Mont Blanc - EDYTEM
Clemence.perrin-malterre@univ-smb.fr

Mots-clés : sports de montagne, gestion concertée, compromis, bien commun

Si la pratique des sports de nature est en croissance, notamment dans les espaces montagnards, cela n'est pas sans conséquences sur la faune sauvage emblématique de ces territoires. Des démarches de gestion concertée se mettent alors en place dans le but de proposer un partage de l'espace afin que chacun puisse profiter du milieu naturel, tout en le préservant. C'est notamment le cas de la démarche Biodiv'sports de montagne. Cette démarche initiée par la Ligue de Protection des Oiseaux (LPO) a pour but de diffuser sur les plateformes Internet qui recensent des itinéraires de sports de nature des informations sur des zones sensibles où la présence de pratiquants peut avoir des effets négatifs sur la faune sauvage. Ces zones sensibles sont établies grâce à une démarche de concertation regroupant les différents usagers d'un territoire.

Dans le cadre de cette communication, nous nous intéressons à la construction d'accords et de compromis entre les différents acteurs (sportifs, naturalistes et gestionnaires d'espaces protégés) impliqués dans cette démarche. En nous appuyant sur la théorie de la justification (Boltanski et Thévenot, 1991), nous mettons à jour les argumentaires développés autour des usages justes et légitimes de la nature (Godard, 2004) ainsi que les principes d'équivalence à la base d'un compromis entre les acteurs (Nachi, 2006).

Pour analyser le processus de gestion concertée, nous avons choisi d'utiliser une méthodologie qualitative. C'est ainsi que nous avons privilégié une démarche inductive, démarche qui donne la priorité à la découverte du terrain, et au développement de modèles locaux d'interprétation qui collent à ce terrain et à ses particularités. Afin d'analyser le processus de gestion concertée des sports de montagne, nous avons mené 13 entretiens semi-directifs avec les acteurs impliqués dans la démarche en Isère et en Savoie.

Les résultats montrent des oppositions entre les arguments développés par les acteurs. Ainsi, la valeur récréative de la nature entre en conflit avec la grandeur inspirée lorsque des restrictions d'usage se mettent en place et peuvent être associées à une pénalisation de certains comportements des pratiquants. Cependant, la référence commune à la cité civique dans les argumentaires développés par les acteurs de l'environnement et les acteurs sportifs permet la construction d'un compromis durable. Ce compromis met en jeu de nouveaux ressorts relationnels entre les acteurs, notamment lorsque les naturalistes ouvrent aux pratiquants un domaine qui leur est d'ordinaire strictement réservé. Ce processus aboutit à une gestion patrimoniale « en bien commun » de l'espace naturel. Cependant, la pérennité de la démarche reste problématique car celle-ci repose sur une concertation qui demande du temps et un engagement de la part d'acteurs qui ont également d'autres missions à remplir. C'est aussi la

question du financement qui se pose avec acuité car si au départ la démarche a pu bénéficier d'un appui de la fondation Petzl, la prise de relais par les acteurs impliqués tarde à se faire et n'est pas vraiment clarifiée.

Bibliographie

Boltanski L. et Thévenot L. (1991) *De la justification. Les économies de la grandeur*. Paris, Gallimard.

Godard O. (2004). De la pluralité des ordres – Les problèmes d'environnement et de développement durable à la lumière de la théorie de la justification. *Géographie, économie, société*, 6(3), 303-330.

Mounet J.-P. (2007). La gestion environnementale des sports de nature : entre laisser-faire, autorité et concertation, *Développement durable et territoires. Économie, géographie, politique, droit, sociologie*.

Nachi, M. (2006). *Introduction à la sociologie pragmatique*. Paris : Armand Colin.

Ce qu'il faut retenir :

- Une démarche de gestion environnementale des sports de nature originale
- Elle repose sur un compromis dans lequel la nature est considérée comme un bien commun d'utilité publique.
- Ce processus aboutit à une gestion patrimoniale « en bien commun » de l'espace naturel.

Les innovations managériales dans l'organisation de l'escalade en France : comprendre le succès des salles privées.

ROGEAUX Augustin - Doctorant en STAPS
Laboratoire VIPS[2] (EA 4636) - Université Rennes 2
augustin.rogeaux@univ-rennes2.fr

RECH Yohann - Maître de conférences
Laboratoire VIPS[2] (EA 4636) - Université Rennes 2
yohann.rech@univ-rennes2.fr

ATTALI Michael - Professeur des universités
Laboratoire VIPS[2] (EA 4636) - Université Rennes 2
michael.attali@univ-rennes2.fr

Mots clés : escalade ; innovation ; organisation ; salles privées ; marchandisation ; management

Introduction & objectifs

Le processus de sportivisation de l'escalade (Aubel, 2005) a transformé l'activité, historiquement considéré comme contre-culturelle (Pociello, 5). Aujourd'hui, on assisterait sa mainstreamisation (Gagnon & al, 20 6), avec l'intégration au programme des Jeux Olympiques (JO) de 2020 (Batuev & Robinson, 2018), le développement de salles privées (Aubel, 2019), ou sa structuration internationale. L'organisation de l'escalade en France, par la Fédération Française de la Montagne et de l'Escalade (FFME) et d'autres acteurs privés, connait une évolution rapide et profonde, qui participe d'un processus de redéfinition dont les logiques marchandes constituent un levier En effet, l'escalade est une activité la mode, et le nombre de salles privées explose, attirant une masse de nouveaux pratiquants. L'intégration de l'escalade aux JO, activement soutenue par la FFME (Rogeaux, 2018), semble également participer à cette transformation, à la fois cause et conséquence de cet engouement, et se traduit dès à présent par une meilleure médiatisation de l'activité. Notre étude se focalise sur l'essor des salles privées d'escalade, afin de comprendre en quoi leur développement récent et rapide participe à la réorganisation de l'activité au prisme des logiques marchandes qui les constituent.

Cadre théorique et problématique

Pour appréhender ces processus de changements, nous nous appuierons sur la notion d'innovation, entendue comme une transformation durable, profonde, acceptée socialement par une communauté qui se l'approprie (Hillairet, 2005) en nous attachant particulièrement aux innovations managériales.

Bien que les salles privées d'escalade existent depuis les années 1990, un tournant semble s'opérer depuis la décennie 2010 avec un nombre exponentiel de nouvelles structures crées et la constitution de nouvelles entreprises au sein de ce marché. Cette nouvelle offre peut s'assimiler une innovation, car elle révolutionne les modalités de pratique, touche un public plus large et vient concurrencer directement l'offre sportive fédérale (Biard, 20 2). Nous chercherons alors la fois retracer les processus d'innovation qui ont conduit au développement de ces

structures, et à appréhender les conséquences de ce nouveau marché sur l'organisation de l'escalade en France

Nous utiliserons le cadre théorique de la sociologie de l'acteur-réseau (Callon, Akrich, Latour, 2006) qui envisage les innovations comme le résultat de l'association d'un réseau d'actants autour d'un objet commun. Nous questionnerons l'« économisation » (Callon, 20 3, 20 6) de l'escalade travers le développement d'un marc é des salles privées, et plus spécifiquement sa « marketisation intensive » (Callon, ibid), entendue comme l'intensification de la pression économique sur un marché déjà constitué.

Méthodologie

Notre étude cherche à retracer les processus d'innovation qui ont conduit au développement récent des salles privées d'escalade en France. Notre recherche consiste à reconstituer les réseaux qui ont structuré leur émergence, et discuter l'impact transformatif de ce nouveau marché sur l'organisation de l'escalade au niveau national. Notre travail s'appuie sur des sources écrites : analyse de la presse spécialisée (magazines Grimper, et magazines de la FFME) ; procès-verbaux des assemblées générales et des conseils d'administration de la FFME depuis 2005 ; documents officiels internes au salles privées. Nous avons également effectué des entretiens semi-directifs avec neuf acteurs clés (directeurs ou membre de la direction) de salles privées ; trois haut-responsables fédéraux (entraineurs, directeur technique national, etc.) ; deux acteurs issus de l'industrie de l'escalade (constructeurs de mur, équipementiers). Nous avons élaboré une grille d'analyse commune l'ensemble de nos sources, pour relever à la fois des éléments factuels, identifier les actants, et saisir le point de vue des acteurs.

Principaux résultats et conclusion

Notre étude révèle que les salles privées d'escalade en France ont connu un développement récent très rapide Les acteurs l'origine de ces entreprises ont su constituer un réseau d'actants solide, en associant des acteurs humains (relations étroites avec la FFME, collaborateurs issus du monde du commerce et de la finance, levées de fonds sur les marchés,…) et des actants non-humains (design soigné des salles, services annexes, qualité des ouvertures, communication digitale, etc.), qui permet de comprendre l'explosion de ce marc é, dans un contexte d'intérêt international pour l'escalade (W eaton & T orpe, 20 6) et de recul du secteur fédéral (Biard, 2012). Alors que la dimension économique de l'activité a été longtemps déniée (Aubel, 2005), elle est davantage assumée au ourd' ui par les acteurs, comme le montre l'émergence de puissants groupes dans ce secteur qui réorganise les rapports de force, et l'« économisation progressive de l'activité due une égémonie croissante du monde marchand en son sein.

Bibliographie

Aubel, O. (2005). *L'escalade libre en France : sociologie d'une prophétie sportive*. L'Harmattan.

Batuev, M., & Robinson, L. (2018). Organizational evolution and the Olympic Games: the case of sport climbing. *Sport in society*, *22*(10), 1674-1690.

Biard, E. (2012). Facteurs de diffusion des pratiques sportives hors cadre et stratégie des acteurs : études de cas comparatives dans la délocalisation des sports de nature aux milieux urbains (Doctoral dissertation, Paris 11).

Latour, B., Akrich, M., & Callon, M. (2006). Sociologie de la traduction. Presses des Mines.

Callon M., Akrich M., Dubuisson-Quellier S., Grandclement C., Hennion A., Latour B., Mallard A., Méadel C., Muniesa F., Rabeharisoa V., 2013, Sociologie des agencements marchands. Textes choisis, Paris, Presses des Mines.

Ce qu'il faut retenir :

- L'escalade en salle connaît un engouement récent et international
- La France suit cette tendance : de nombreuses salles sont créées chaque année et des groupes puissants se constituent dans le secteur.
- L'organisation de l'escalade en France est reconfigurée par ces nouveaux acteurs et ces nouvelles modalités de pratique.

Relations entre violences et incivilités des sportifs professionnels et stabilité sportive de leurs clubs : une proposition dans le cas du football professionnel français.

RUPPÉ Willem - Doctorant en STAPS
CETAPS EA3832, STAPS de Rouen
willem.ruppe@univ-rouen.fr

DURAND Christophe - Professeur des Universités
CREM UMR6211, STAPS de Caen
christophe.durand@unicaen.fr

SIROST Olivier - Professeur des Universités
CETAPS EA3832, STAPS de Rouen
olivier.sirost@univ-rouen.fr

DERMIT Nadine - Maître de conférences HDR
CETAPS EA3832, STAPS de Rouen
nadine.dermit@univ-rouen.fr

Mots-clés : violences et incivilités ; joueurs professionnels ; stratégies et performance des clubs ; incidences disciplinaires

Cette contribution porte sur les violences (V) et incivilités (I) commises par les sportifs professionnels sur les terrains. Elle propose d'explorer les relations entre ces V&I et la performance sportive de leurs clubs, au sens de la stabilité au sein d'une ligue professionnelle (LP) (Goddard & Sloane, 2014). Dans la littérature, la question des V&I dans le sport professionnel a été principalement abordée selon un prisme qualitatif (études de cas), le prisme quantitatif reposant pour l'essentiel sur le recensement des cartons (Young, 2019). Les recherches qualitatives supposent l'existence de liens entre V&I des joueurs sur les terrains et stratégies de leurs clubs, notamment lors de matchs aux tensions particulières (*derbies*). D'autres travaux présument également que les clubs recrutent certains joueurs en raison de leur propension à être antisportifs ou violents si ces derniers mènent à la victoire. Les recherches quantitatives, quant à elles, pointent une augmentation des violences lors de certaines compétitions, sans toutefois préciser la nature des comportements (V/I). Vamplew (2015) exprime alors un manque de complémentarité dans les analyses proposées sous un prisme unique.

Ainsi, nos recherches traitent de ces problématiques par une analyse mêlant qualitatif et quantitatif. Récemment, dans un article sur la Ligue de Football Professionnel en France (LFP), notre travail a démontré une évolution très partielle des V&I commises par les joueurs, ainsi qu'une homogénéité des comportements et de leur évolution quel que soit le niveau de compétition (Ligue 1 [L1] ou Ligue 2 [L2]) (Ruppé et al., 2020). Cette communication vise alors à proposer une étude complémentaire des relations entre V&I et performance sportive, cette fois-ci au niveau des clubs. La problématique est alors double :

- Peut-on observer un lien entre les niveaux de V&I commises par les joueurs des clubs professionnels *i.e.* les clubs les plus incivils sont-ils les plus violents ?
- Peut-on identifier un effet d'expérience par une variation conjointe du niveau des V&I et de la stabilité des clubs au sein des divisions de la LP ?

Notre terrain est le football professionnel français. La population est donc composée des clubs (N=54) ayant participé aux compétitions de la LFP de 2007-2008 à 2016-2017. De plus, les données reposent sur un recensement (par club) :

- Pour les V&I : de 6027 sanctions distribuées par les instances disciplinaires ;
- Pour la stabilité : du nombre de saisons jouées en L1-L2 ; du nombre de promotions-relégations ainsi que de l'évolution du classement dans ces deux cas.

Une méthodologie mixte (Tobi & Kampen, 2018) est utilisée pour qualifier les types de comportements sanctionnés (V/I), puis pour les comptabiliser (par club). Des indicateurs ont été créés : moyenne d'incivilités, moyenne de violences, moyenne de V&I totaux (par saison). Des statistiques de distribution puis des corrélations de rang (Spearman[4]) ont été effectuées. Les résultats mettent en évidence les éléments suivants :

- « Les plus incivils sont aussi les plus violents » (et vice versa ; confirme la tendance observée dans Ruppé et al. (2020)) : relation positive entre les moyennes de V&I par club (Rs= .31**) ;
- « Un effet d'expérience des clubs » : relation négative entre le nombre de saisons au sein de la LP et l'ensemble des V&I commises par les joueurs (Rs= –.336**) ; tendance essentiellement liée aux incivilités (Rs= –.433***) (corrélations non-significatives avec les « violences »).
- « Une relation entre incivilités et stabilité sportive » : relation positive entre les incivilités et les promotions/relégations vécues (Rspromo= .263** et Rsreleg= .195*).
- « Des attentes comportementales différentes entre L1 et L2 » : en cas de relégation, relation négative entre évolution des incivilités et de la place au classement suite à la descente (Rs= –.448**).

Malgré des limites tangibles (*ex.* liens de cause à effet), cette analyse originale des V&I des sportifs permettent d'envisager de futures recherches :

- Sur le « profilage » des clubs en fonction des comportements de joueurs et des attentes stratégiques (longévité, résultats sportifs) ;
- Sur les liens de causalité entre performance des clubs et comportements de leurs joueurs.

Enfin, mis en perspective avec la remise en cause de la politique de sanctions des instances disciplinaires de la LFP (Ruppé et al., 2020), l'analyse permet de pointer une potentielle mise à l'épreuve de cette politique par des facteurs stratégiques indépendants de leur volonté. Toutefois, elle confirme la recommandation déjà établie de poser un regard plus aiguisé sur l'efficacité de la régulation de l'antisportivité (*i.e.* incivilités) - plus que des violences, au final moins nombreuses - si les instances veulent que l'équité dans les compétitions, et donc l'éthique sportive, soit préservée.

---

[4] Dans ce cadre, les données et indicateurs ont été normalisés par le biais du « *min-max scaling* ». Coefficient de corrélation de Spearman (Rs) ; seuils de significativité : *p < .10, **p < .05, ***p < .01).

Bibliographie

Goddard, J., & Sloane, P. (2014). *Handbook on the Economics of Professional Football*. New York : Edward Elgar Publishing.

Ruppé, W., Sirost, O., Durand, C., Dermit, N. (2020). Measuring the violence and incivility of players in professional sport and the disciplinary bodies' management: statistical analysis of French professional football. *Sport in society*, (*In Press*). doi: 10.1080/17430437.2020.1729132

Tobi, H., & Kampen, J. K. (2018). Research design: the methodology for interdisciplinary research framework. *Quality and Quantity*, *52*(3), 1209-1225. doi: 10.1007/s11135-017-0513-8

Vamplew, W. (2015). In Praise of Numbers: Quantitative Sports History. *International Journal of the History of Sport*, *32*(15), 1835-1849. doi: 10.1080/09523367.2015.1106477

Young, K. (2019). *Sport, Violence and Society*. London: Routledge. doi: 10.4324/9781315737089

Ce qu'il faut retenir :

- La combinaison des approches qualitative et quantitative (méthode mixte) permet une analyse plus complète des types de violences et incivilités commises par les joueurs, au niveau des ligues comme au niveau des clubs ;
- La démonstration statistique d'une relation positive entre comportements incivils et violents commis par les joueurs des clubs professionnels durant les compétitions ;
- La mise en évidence de relations entre les comportements antisportifs (incivilités) des joueurs professionnels sur les terrains et certains facteurs permettant d'évaluer la performance ou la stabilité des clubs au sein des compétitions ;
- Le postulat que les comportements antisportifs puissent constituer une stratégie pour les clubs et constituent donc un facteur indépendant pour les instances dans leur volonté de régulation.

Les représentations sociales de la RSO des marques club : une application au football professionnel français.

TANOH Koutoua - Doctorant en STAPS
Université de Bourgogne-Franche-Comté
kt_uster@yahoo.fr

LEBRUN Anne-Marie - Maître de conférences HDR
Université de Bourgogne-Franche-Comté
anne-marie.lebrun@u-bourgogne.fr

MARSAC Antoine - Maître de conférences HDR
Université de Paris Est Marne
antoine.marsac@u-pem.fr

Mots clés : RSO, Représentations sociales, Marques club, Football professionnel

Introduction et objectif

Notre communication explore la représentation sociale de la Responsabilité Sociétale des Organisations (RSO), des marques club de football professionnel français auprès de la partie prenante « supporters » à travers le concept des représentations sociales.

Cadre théorique et problématique

Avec la genèse de la norme ISO 26000, les marques club de football professionnel sont concernées par la RSO. D'ailleurs, les enjeux liés à la RSO ont pénétré le monde du football professionnel français et les marques club ont su s'approprier cette thématique (François et Bayle, 2014). Cependant, la RSO s'analyse comme la réponse des dirigeants aux pressions et attentes des parties prenantes de la société. Sur le plan pratique et instrumental, il est illusoire pour les marques club de prendre en compte l'ensemble des parties prenantes pour définir la stratégie RSO. Si la majorité des discours managériaux valorise la place éminente des parties prenantes dans une approche socialement responsable, la partie prenante « supporters » n'est pas impliquée dans l'élaboration des démarches RSO des marques club de football professionnel français. Par conséquent, il semble nécessaire de prendre connaissance des attentes de celle-ci afin de développer des stratégies RSO de croissance (Lépineux et al. 2010).

En considérant la RSO comme objet de représentation, la théorie du noyau central (Abric, 1994), devrait nous permettre de repérer les attentes de la partie prenante « supporters » en matière de RSO. Selon cette approche les représentations sociales sont des structures sociocognitives organisées autour d'éléments centraux formant le noyau et d'éléments périphériques. Les éléments centraux « non négociables », « stables » font l'objet de forts consensus au sein du groupe et revêtent une dimension fonctionnelle, à finalité opératoire, et/ou une dimension normative. En revanche, les éléments périphériques « non consensuels », résultent des expériences concrètes de l'objet, réalisées dans contextes variés (Moliner et Lo Monaco 2017).

Méthodologie de recueil / traitement des données

Une première étude a été réalisée par le moyen d'entretiens semi-directifs auprès de 18

supporters afin de nous rendre compte de l'usage de la RSO dans le discours des supporters. De cette étude l'expression « *responsabilité sociale* » a été utilisée comme l'inducteur. Dans la seconde étude, un questionnaire d'associations libres a été administré auprès d'un échantillon de 112 supporters. L'analyse de similitude, l'analyse prototypique et la classification hiérarchique descendante, implémentées dans Iramuteq, ont mis en évidence les attentes des supporters en matière de RSO des marques club.

Principaux résultats

Sur la base de l'analyse prototypique croisant la fréquence et le rang des évocations, la RSO d'une marque club se fonde sur un ensemble d'attentes sociale, environnementale, économique et éthique. Apparaît ici une dimension fonctionnelle et une dimension normative des éléments centraux confirmant les travaux de Gonzales et al., (2009). Par ailleurs, les hommes de 25 à 45 ans confèrent une grande importance aux dimensions économique et environnementale, les femmes de moins de 25 ans, aux dimensions sociale et éthique et les hommes de plus de 45 ans attribuent davantage d'importance à la dimension éthique.

Préconisations et conclusion

Malgré la littérature abondante sur la RSO des marques club, on sait peu de choses sur la représentation qu'ont les supporters de la responsabilité sociale des marques club. En plus, nous montrons dans une étude empirique que la question de la représentation de la RSO et son impact sur le capital marque, l'attitude et le comportement des supporters est au cœur des préoccupations des responsables des marques club. Par conséquent, cette contribution utile à la fois aux chercheurs et aux responsables vient combler ce manque de la littérature sur la RSO des marques club en identifiant des éléments catégoriels sur lesquels la partie prenante « supporters » se base pour légitimer la RSO des marques club. En confrontant les résultats, les indicateurs sur lesquelles elles doivent agir s'articulent autour des dimensions sociale, environnementale, économique et éthique. La concordance avec de telles attentes permet de légitimer la RSO des marques club. En termes de stratégie, cette étude permet aux responsables des marques club d'orienter et d'adapter leur stratégie de RSO.

Bibliographie

Abric J.-C., (1994). Les représentations sociales : Aspects théoriques, Pratiques sociales et représentations. Psychologie Sociale, Paris, *Presses Universitaires de France*, 11-36.

François A., Bayle E., (2014). Analyse des pratiques de RSE des clubs sportifs professionnelsfrançais.
Revue de l'organisation responsable, vol 9, n°2, p. 5-20.

Gonzales C., Korchia M., Menuet L., Urbain C., (2009). Comment les consommateurs socialement responsables se représentent-ils la consommation ? Une approche par les associations libres. *Recherche et Applications en Marketing*, vol 24, n°3, p. 25-41.

Lépineux F., Rosé J-J., Bonanni C., Hudson S., (2010). *La RSE : La responsabilité sociale des entreprises, Théories et pratiques*. 2e édition. Paris : Dunod.

Moliner P., Lo Monaco G., (2017). *Méthodes d'association verbale pour les sciences humaines et sociales. Fondements conceptuels et aspects pratiques*. Vies Sociales. France : Presses Universitaires de Grenoble.

Des réformes symboliques ? Mise en œuvre et performance des dispositifs d'alerte internes dans le sport international.

VERSCHUUREN Pim - Doctorant
Université de Lausanne
pim.verschuuren@unil.ch

Mots-clés : dispositifs d'alerte, performance, mise en œuvre, symbolisme, sport international

À la suite de divers scandales de corruption, dopage, manipulations ou d'abus sexuels, les organisations sportives internationales ont entrepris des réformes internes de gouvernance, comme par exemple l'introduction de commissions éthiques, de codes de conduite, de dispositifs d'alerte, d'unités intégrité plus ou moins indépendantes ou des programmes de transparence et de prévention. Simultanément, le discours de ces organisations s'appuie sur ces mesures et leur prétendue efficacité pour défendre une nouvelle ère d'intégrité et de transparence. Mais qu'en est-il en réalité ?

Notre recherche vise à comprendre la performance de ces mesures éthiques en se focalisant sur une des mesures phares de ces dernières années : la mise en œuvre des dispositifs d'alerte interne. S'inspirant de recherches similaires menées dans le secteur commercial et dans l'administration publique, un modèle d'analyse est proposé, combinant trois dimensions principales : les intentions de l'organisation, la mise en œuvre de l'outil éthique puis les résultats. Ce modèle est ensuite appliqué à plusieurs organisations sportives internationales qui ont adopté des dispositifs d'alerte interne, à travers des cas d'études qui combinent données quantitatives (évaluation par le biais d'un questionnaire) et qualitatives (entretiens semi-directs).

Les résultats montrent que la quête de légitimité externe semble être un facteur d'influence prédominant derrière la mise en œuvre ces mécanismes. Pour la plus grande partie des organisations, peu d'investissements ont été réalisés en faveur de ces réformes, ce qui explique, au moins en partie, leurs faibles résultats. Les conclusions soulignent le poids des parties prenantes externes dans les réformes du sport international. Elles montrent également qu'un décalage peut exister entre l'adoption de mesures et leur impact, induisant un niveau potentiellement important de symbolisme organisationnel.

Compte tenu de la difficulté d'accès aux sources, la recherche scientifique sur la mise en œuvre et la performance des réformes de gouvernance dans le sport international est rare. En proposant un premier modèle d'analyse, testé à travers le cas des dispositifs d'alerte interne, cette recherche invite d'autres travaux à explorer les logiques d'action qui conditionnent la mise en œuvre de mesures éthiques au niveau international.

Bibliographie

Constandt, B., De Waegeneer, E., & Willem, A. (2019). Ethical Code Effectiveness in Football Clubs: A
Longitudinal Analysis. *Journal of Business Ethics*, *156*(3), 621–634.

https://doi.org/10.1007/s10551-017-3552-0
Geeraert, A. (2019). The limits and opportunities of self-regulation: Achieving international sport federations' compliance with good governance standards. *European Sport Management Quarterly*, *19*(4), 520–538. https://doi.org/10.1080/16184742.2018.1549577
Kaptein, M., & Schwartz, M. S. (2008). The Effectiveness of Business Codes: A Critical Examination of
Existing Studies and the Development of an Integrated Research Model. *Journal of Business Ethics*, *77*(2), 111–127. https://doi.org/10.1007/s10551-006-9305-0
Verschuuren, P. (2019). Whistleblowing determinants and the effectiveness of reporting channels in the international sports sector. *Sport Management Review*. https://doi.org/10.1016/j.smr.2019.07.002

Ce qu'il faut retenir :

- Les organisations sportives internationales ont multiplié les réformes éthiques en réponse à divers scandales de gouvernance et d'intégrité.
- La mise en œuvre de dispositifs d'alerte internes semble guidée par des objectifs réputationnels et un souci de légitimité vis-à-vis de parties prenantes externes.
- Les moyens investis derrière ces mécanismes demeurent globalement minimes, tout comme les résultats tels que perçus aujourd'hui.
- En attendant la contribution d'autres travaux futurs dans la gouvernance du sport international, cette recherche exploratoire souligne le degré de symbolisme organisationnel des mesures éthiques entreprises dans le secteur.

Les fédérations sportives françaises. Analyse par la gouvernance.

VINCENT Robert - Docteur en droit
Directeur juridique de la fédération française de Taekwondo et Disciplines Associées
robertvincent@numericable.com

Mots clés : autonomie, dépendance, fédérations, gouvernance, pouvoir, réseau, sport

Les fédérations sportives françaises traduisent un processus organisé créateur d'une structure, juridique, économique et sociale[5]. Chacune d'elles constitue un système[6] qui participe à la consolidation de *l'organisation du sport*, ensemble ordonné, stable et dynamique dont les éléments qui le composent, se trouvent en interaction les uns avec les autres pour maintenir l'unité et la pérennité de la collectivité[7]. Ces fédérations sportives baignent aujourd'hui dans un environnement où s'entremêlent, s'articulent, se coordonnent, s'entrechoquent ou se contredisent, des logiques juridiques économiques et sociales différentes et évolutives. Dans ce contexte hétérogène, quelle place occupent aujourd'hui les fédérations sportives françaises ? L'organisation du sport peut-elle s'en passer ?

Une étude sur les fédérations françaises oblige la mobilisation de différentes notions et concepts juridiques reliés entre eux par des éléments historiques, sociologiques et économiques. Les fédérations françaises se présentent ainsi comme des groupements complexes[8]. Néanmoins, cette complexité peut être rendue intelligible par la présentation compréhensible du processus d'organisation[9].

En caractérisant la gouvernance comme un outil d'analyse systémique permettant la formulation des questions et des réponses relatives aux pouvoirs grâce aux réseaux dans lesquels la collectivité analysée évolue, il est possible de rendre intelligible la complexité des fédérations françaises. Ainsi, en s'appuyant sur la doctrine juridique et sociologique, la jurisprudence, les textes étatiques et fédéraux, la gouvernance tend à cerner les fédérations sportives françaises par une démarche transversale la plus neutre possible. Elle amène à se détacher de chaque institution pour appréhender la notion de fédération en tenant compte de l'environnement national, transnational et international. Elle permet une description empirique de l'existant. Elle aide la construction réaliste de pistes d'évolutions qui se rajoutent aux

[5] GASPARINI William, *Sociologie des organisations et organisation sportive*, in GASPARINI William (sous la direction de), *L'organisation sportive*, Éd. EPS, 2003, p. 11. L'organisation désigne aussi bien le processus de structuration que le résultat du processus.
[6] SIMON Gérald, *Puissance sportive et ordre juridique étatique,* LGDJ, 1990, p. 19 et s.; GASPARINI William, *Sociologie de l'organisation sportive,* La Découverte, 2000, p. 9 et 64.
[7] BAYER Claude, *Approches actuelles d'une épistémologie des activités sportives*, L'Harmattan, 1999, p. 213 et s., DURET Pascal, *Sociologie du sport*, Armand COLIN, 2001, p. 139 et 140.
[8] « État d'un ensemble diversifié qui définit les possibilités de compréhension ou de gestion par la multiplicité et la variété de ses éléments constituants et de leurs interrelations », J.C-H, *Complexité* in ARNAUD André-Jean (sous la direction de), *Dictionnaire encyclopédique de théorie et sociologie du droit*, LGDJ, 1993.
[9] Egalement appelé *processus de modélisation,* LE MOIGNE Jean-Louis, *La modélisation des systèmes complexes*, Dunod, 1990, p. 10.

projections déjà existantes. Elle montre que chaque acteur complète l'action des autres, en fonction de la place que chacun occupe dans le réseau. Ainsi, pour déterminer la place détenue par les fédérations françaises dans l'organisation du sport, il devient nécessaire d'appréhender le rôle des acteurs liés à ces institutions.

Une analyse par la gouvernance présente alors les fédérations françaises comme des institutions sportives autonomes indispensables au développement du sport en France. Elles disposent de prérogatives propres leur permettant de réaliser leurs fonctions économiques et sociales. Si elles se sont constituées à l'origine pour réguler les compétitions nationales, aujourd'hui, elles agissent également comme agent économique en exploitant leurs manifestations sportives et en participant au développement d'activités professionnelles dans le sport de compétition et de consommation. Pour remplir leurs fonctions, les fédérations se dotent étonnement d'une structuration standardisée malgré la liberté associative dont elles disposent. Toutes tendent à reproduire le même modèle superposant les organes même si certaines commencent à s'émanciper en s'adaptant à leurs réalités par des actions responsables.

Mais l'autonomie des fédérations françaises ne signifie pas pour autant qu'elles soient indépendantes. Leurs pouvoirs ne peuvent réellement s'exprimer qu'après avoir accepté la dépendance aux pouvoirs d'autres acteurs publics et privés organisant le *sport* en réseaux. Elles acceptent que l'État soit présenté comme leur tuteur par la délivrance d'un agrément et d'une délégation de pouvoirs ministériels. Néanmoins, cette mise en administration critiquée à cause d'un droit étatique devenu inadapté, pousse à entrevoir des relations d'un autre type. Mais cette nouvelle coopération envisagée sera plus pertinente si elle intègre également la dépendance des fédérations sportives françaises aux acteurs transnationaux et nationaux de l'ordre sportif. En effet, elles ont intérêt à recevoir la puissance des fédérations internationales et l'influence des autres acteurs transnationaux et régulateurs transfédéraux.

Les fédérations sportives françaises restent alors indispensables au développement des activités sportives sur le territoire national même si un individu n'a besoin que de la motricité de son corps pour pratiquer un sport.

D'une unité de missions à des disparités stratégiques et managériales : les CREPS et écoles nationales du ministère des sports en quête de sens dans un environnement en mutation.

VIOLLET Bastien - Maître de conférences
Faculté des Sciences du Sport de Poitiers - Laboratoire Cerege (IAE)
bastien.viollet@univ-poitiers.fr

Mots clés : CREPS ; écoles nationales ; stratégie ; pratiques managériales ; mutation.

Introduction et objectifs

Conséquemment à la loi NOTRe, l'évolution statutaire des CREPS (Centres de Ressources, d'Expertise et de Performance Sportive) s'est ajoutée à la nouvelle configuration territoriale. Ceci a impliqué, pour ces établissements, la réalisation de missions au titre d'une double tutelle, étatique et régionale. De plus, l'horizon 2024 et le nouveau modèle de gouvernance du sport français ont placé les dix-sept CREPS et les trois écoles nationales du ministère des sports au carrefour des objectifs nationaux et des politiques sportives régionales. Dans ce contexte, les directeurs (-trices) et adjoint(e)s de ces établissements se questionnent, non pas nécessairement sur leurs missions, mais sur leurs pratiques managériales, à l'heure où leur rôle passe de chef d'établissement à chef d'entreprise publique. L'objet de cette communication est d'analyser les orientations stratégiques prises par les équipes de direction afin d'expliquer les différentes options managériales prises d'un établissement à un autre.

Cadre théorique et problématique

L'ancrage théorique de cette étude repose d'abord sur l'étude des différents domaines d'activités portés dans chaque CREPS et écoles nationales. Ce découpage en domaines d'activités stratégiques
(Atamer et Calori, 2003) est un préalable pour identifier les différentes voies stratégiques (Ansoff, 2018) prises par les établissements. De cette classification, le cadre conceptuel du *sensemaking* (Autissier et Bensebaa, 2006 ; Weick, 1995) est mobilisé, afin de comprendre dans quelle mesure les équipes de direction mettent en cohérence leurs choix stratégiques avec leurs pratiques managériales. Notre problématique est alors la suivante : dans un cadre statutaire nouveau et afin de répondre à de multiples objectifs, quelles directions stratégiques et managériales sont prises par les CREPS et les écoles nationales ?

Méthodologie de recueil/traitement des données

Afin de répondre à ce questionnement, nous opérons en une méthodologie en deux temps, d'abord basée dans sur l'analyse de plusieurs documents fournis par les établissements. Dans un second temps, plusieurs entretiens qualitatifs ont été menés, en 2018, auprès des directeurs (-trices) et/ou adjoint(e)s de seize CREPS et deux écoles nationales. Aussi, deux sessions collectives en permis d'effectuer des aller-retours avec ces praticiens. Les données collectées ont été analysées à la faveur d'une grille élaborée en cinq éléments : le contexte de l'établissement, les missions énoncées, les moyens considérés, les modes de pilotage en place, ainsi que les pratiques managériales à l'œuvre.

Principaux résultats, préconisations et conclusion

Cette contribution met en avant la diversité des orientations stratégiques des établissements, ce qui peut sembler paradoxal compte tenu de leurs missions stabilisées statutairement et de la double tutelle sous laquelle ils sont placés. Si les domaines d'activités restent communs, les niveaux d'engagement sur ces domaines diffèrent sensiblement entre les établissements. Ces derniers sont ainsi catégorisés selon quatre dynamiques, en fonction de tactiques (de court terme : évolution ou stabilité) ou de stratégies (à long terme : spécialisation ou diversification) différentes. Aussi, nous remarquons qu'audelà des différences stratégiques, ce sont les choix tactiques qui marquent une réelle différenciation sur les méthodes de management en place. En effet, les établissements mettant en place des tactiques de rupture et d'évolution de l'activité s'appuient sur des outils de pilotage et de management tout aussi innovants, qui leur facilitent la construction de sens collective (Weick, 1995). Les établissements qui s'inscrivent dans une stabilité stratégique conservent quant à eux un management traditionnel de chef d'établissement en s'appuyant sur d'autres leviers pour continuer à donner du sens aux équipes. Assurément, ces différentes approches de la stratégie et du management représentent des enjeux cruciaux pour des établissements qui doivent faire correspondre missions statutaires et projet d'établissement, dans un réseau d'opérateurs publics et privés en mouvement permanent.

Bibliographie

Ansoff, H.I., Kipley, D., Lewis, A., Helm-Stevens, R., Ansoff, R. (2018). *Implanting Strategic Management*. 3rd edition, Cham: Palgrave Macmillan.

Atamer, T., Calori, R. (2003). *Diagnostic et décisions stratégiques*. 2e édition, Paris : Dunod.

Autissier, D., Bensebaa, F. (2006). *Les défis du sensemaking en entreprise : Karl E. Weick et les sciences de gestion*. Paris : Economica.

Weick, K.E. (1995). *Sensemaking in organizations.* Sage, Thousand Oaks, Californie.

E-sport, digitalisation de l'offre, objets connectés et influence sur le marché du sport et des loisirs

Du dire au faire : récits de processus d'innovation sportive *in the making*.

ARGUSA Jérémy - Doctorant en CIFRE (IFER)
L-ViS (EA 7428) - Université Lyon 1
jeremy.argusa@univ-lyon1.fr

NIER Olivier - Maître de conférences
L-ViS (EA 7428) - Université Lyon 1
olivier.nier@univ-lyon1.fr

Mots-clé : compromis, management de l'innovation, parties-prenantes, processus, réseau

Introduction et objectif

Depuis une dizaine d'années, le L-ViS combine l'analyse de trajectoires d'innovation sportive et, de manière croissante, l'implication dans de tels processus. De simples observateurs, nous sommes devenus parties prenantes, puis, dans le cadre de deux projets de recherche finalisée, porteurs d'innovations :

- création d'un *serious game* de simulation destiné à optimiser la formation des leaders de jeu en rugby (notamment leur prise de décision)
- création d'une solution de captation et transmission d'images par drone, destinée à renouveler la télédiffusion d'événements sportifs

Cadre théorique et problématique

Nous proposons un récit de ces innovations « en train de se faire » inscrit dans les *process studies* (*innovation in the making*) (Hoholm & Araujo, 2011). Ce courant invite à s'intéresser aux trajectoires encore instables ou en cours de stabilisation, plutôt qu'aux produits déjà stabilisés et aux collectifs formalisés qui les sous-tendent. Cette démarche permet d'éviter l'idéalisation et l'embellissement *a posteriori* des trajectoires réelles d'innovation, occultant leur contingence et leur sinuosité (Gaglio, 2011 ; Boullier, 1989 ; Bauer, 2017). Akrich et al. (1988) mettent en garde contre le piège de la reconstruction en forme de *success story*. Car parler sérieusement d'innovation, c'est aussi, voire surtout s'intéresser aux impasses, désaccords, contingences et résistances qui émaillent les trajectoires. De manière pragmatique, il semble donc important de repartir de l'amorce de la trajectoire, pour en décrire les déploiements, retournements et adhésions, sans préjuger de sa réussite ou de son échec.

Méthodologie

La centralité occupée dans les deux projets a été mise à profit pour saisir, puis donner à voir les expériences et actions de l'ensemble des parties prenantes face aux opportunités, incertitudes, désaccords et arbitrages à opérer (Hoholm & Araujo, 2011). Par ce biais, il s'agit de relater aussi fidèlement que possible des trajectoires dynamiques et complexes, sans prétendre à l'exhaustivité. Coordinateur des projets, ce collectif a été en situation de participant complet (Gold, 1958), partie prenante de la quasi-totalité des interactions ayant animé le réseau et progressivement donné corps à l'invention. Il est en mesure de comprendre des mécanismes difficilement décryptables lorsqu'on demeure en situation d'extériorité.

Principaux résultats
Sur une période de 5 ans, les deux projets ont connu de nombreuses évolutions. Pour simplifier, nous ne décrirons que quelques-unes d'entre elles. La perspective chronologique adoptée ne doit pas occulter la non-linéarité des processus : le temps s'étire ou se contracte au gré des périodes de stagnation et d'accélération.
Des versions successives de chaque solution ont été produites afin de composer avec les barrières technologiques, réglementaires ou financières. Ces reconfigurations entrainent l'évolution du réseau de parties prenantes, pour continuer à s'entourer de compétences spécifiques : développement informatique, expertises techniques, soutien logistique et financier, connaissances réglementaires, expérience de la création d'entreprise… Le réseau collaboratif constitué lie des acteurs aux profils et connaissances complémentaires, constitutifs d'un assemblage nécessaire pour que l'innovation reste une potentialité.

Au-delà du recrutement d'alliés (qui passe par des traductions du projet), il a aussi fallu se résoudre à se séparer d'actants (partenaires, technologies, etc.) constitutifs d'anti-programmes. À cet égard, le véritable héros n'est pas l'inventeur ou la solution (qualités intrinsèques de l'idée), mais le réseau, avec en arrière-plan le nécessaire travail de socialisation de l'invention pour étendre et solidifier la chaîne qui va soutenir le projet. Les relations de proximité sur lesquelles se basent souvent les projets naissants ne sont pas forcément synonymes de réussite ; potentiellement entravantes, elles ont fait l'objet, dans les deux cas étudiés, d'un découplage destiné à ne pas compromettre les trajectoires initiées. Il est aussi apparu nécessaire de préserver les intérêts de l'ensemble des parties prenantes, sur la durée, sans prioriser outre-mesure nos propres enjeux.

Dans chacun des cas, une co-construction des attentes envers les outils en cours de réalisation a été à l'origine de choix fondateurs : solutions sur-mesure plutôt que génériques, mise à l'écart de technologies séduisantes, mais complexes, etc. Dès lors, l'adaptation mutuelle (interactions entre technologie et environnement) a permis de ne pas hypothéquer les chances de réussite, quitte à reconfigurer à plusieurs reprises les débouchés et cibles (plutôt qu'à conserver la perception initiale des utilisateurs et de leurs besoins).

La rationalisation des projets, notamment liée au suivi d'incubateurs, a aussi poussé à se projeter dans la création d'entreprise : l'enjeu du *timing* est dès lors crucial, tout comme la préservation vis-à-vis des tentatives de compromission (compromis poussé trop loin lorsque le modèle d'affaires et les prévisions de chiffre d'affaires sont en jeu). Il importe dès lors de privilégier la pérennité organisationnelle et la planification pour ne pas perdre de vue le programme d'innovation, occulter les chances de réussite et générer une insatisfaction chez certaines parties prenantes.

Ce qu'il faut retenir :
- L'innovation n'est pas un processus solitaire : des appuis et ressources sont nécessaires pour faire évoluer et devenir plus consistante une idée
- Les processus décrits s'étalent sur le temps long, ce qui rentre en contradiction avec les incitations institutionnelles poussant à accélérer l'innovation
- Sur la durée, la transformation est profonde pour tous les éléments du réseau : technologie, cibles, solutions proposées, partenaires, etc.

Les particularités économiques de l'Esport : modèles, écosystème et mécanismes.

DE MOOR William - Étudiant en master recherche
Université de Lille
william.demoor.etu@univ-lille.fr

TERRIEN Mickaël - Maître de conférences
Université de Lille
mickael.terrien@univ-lille.fr

BESOMBES Nicolas - Maître de conférences
Université de Paris
nicolas.besombes@gmail.com

Mots-clés : Esport, écosystème, modèles économiques, course à l'armement

L'esport est une discipline sportive qui rassemble depuis ces dernières années de plus en plus de pratiquants et de compétitions professionnelles (basé sur les chiffres du site esportsearnings.com). Les enjeux économiques associées à ces compétitions s'avèrent ainsi toujours plus élevés (7.3 millions de consommateurs d'esport l'année dernière selon le baromètre France Esports 2019 et des audiences de plus en plus élevées pour les compétitions). Pourtant encore trop peu de recherches s'intéressent à la structuration économique de ce secteur d'activité et sa compréhension par le monde académique s'avère pour le moment limitée.

Cette présentation a pour but de combler ce vide théorique. Elle tente notamment d'identifier les différents modèles économiques des clubs esportifs. Une attention particulière est accordée à la description de leur écosystème en identifiant leurs parties prenantes (Mitchell, Agle & Wood, 1997 ; Senaux, 2008). Pour y parvenir sans être limité par les trop rares publications portant directement sur l'esport, cette recherche raisonne en analogie avec un secteur d'activité mieux connu du monde académique : celui du sport professionnel.

L'analyse des sources de revenus des clubs sportifs permet notamment de différencier deux types de modèles économiques en vigueur dans le football professionnel européen (Andreff et Staudohar 2000). Il est toutefois légitime de se demander si ces modèles sont transposables dans le contexte esportif. D'autres particularités constitutives du sport professionnel (Neale, 1964) pourraient également permettre d'éclairer le fonctionnement de l'écosystème esportif. Ainsi, la notion de course à l'armement, conséquence d'une logique de maximisation des victoires des clubs européens (Sloane, 1969) éclaire le comportement de nombreux clubs de football, investissant toujours plus en talent (Andreff, 2009). Ce type de comportement s'applique-t-il lui-aussi aux équipes esportives ?

Afin de répondre à ces questions et de mieux appréhender le milieu esportif, six entretiens semi-directifs ont été menés avec différents acteurs de ce milieu : agents de joueurs, responsables

marketing et communication ou directeurs sportifs de structures, et dirigeants de société organisatrices d'événements. Cet échantillonnage a permis de collecter des données qui ont ensuite été retranscrites puis codées. Mis en perspectives avec des données secondaires récoltées sur l'écosystème du football professionnel, ces entretiens permettent de mieux appréhender l'organisation de l'écosystème esportif.

Malgré l'éparpillement de ce secteur d'activité et la diversité des jeux vidéo et des formats de compétition associés, seuls deux modèles économiques émergent des résultats de cette recherche. Le premier est relatif aux organisations embryonnaires. Ces dernières se distinguent des grosses structures par une base de fans plus petite et en construction, des revenus plus modestes et une présence dans des compétitions moins prestigieuses. Ces structures sont souvent jeunes et en plein développement, avec des revenus provenant pour la quasi-totalité des levées de fonds. Le second correspond aux grosses structures esportives participant aux compétions les plus populaires, avec des revenus plus élevés provenant également pour la majorité de levées de fonds, mais avec un sponsoring bien plus développé apportant une importante source de revenus, et un merchandising et des revenus médias en hausse.

Pour résumer, il convient de retenir que malgré leurs différences, les deux modèles économiques distincts que l'on trouve en esport partagent néanmoins la même source de revenus principale : la levée de fonds. Ainsi les résultats démontrent le rôle de l'endettement dans le développement des clubs esportifs. Le phénomène de course à l'armement observé dans le sport professionnel, se retrouve ainsi dans le secteur de l'esport. La course au talent entre équipes incite à proposer aux joueurs des niveaux de rémunérations très éloignés de leur productivité marginale.

Bibliographie

Andreff W. (2009), Équilibre compétitif et contrainte budgétaire dans une ligue de sport professionnel, *Revue Economique, 60* (3), 591-633.

Andreff W., Staudohar P. (2000), The Evolving european model of professionnal sport finance, *Journal of Sport Economics, 1*(3), 5-30.

France-esports (2019), Baromètre France Esports-Résultats de l'édition 2019, *France-esports.org.*

Mitchell R.K., Agle B.R. & Wood D.J. (1997), "Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts", *Academy of Management Review, 22*, p.853-887.

Neale W. (1964), The peculiar economics of professionnal sports, *The quarterly journal of economics 78(1)*, 1-14.

Sénaux B. (2008), A stakeholder approach to football club governance*, International Journal of Sport Management and Marketing 4*(1/2).

Sloane P. (1969), The labour market in professional football*, British journal of industrial relations 7*(2), 181-199.

Les objets connectés dans le sport professionnel, innovation ou continuité dans les pratiques managériales des entraineurs sportifs.

GUEYE Charles - Responsable du Département Management du Sport
UFR STAPS - Université Claude Bernard Lyon 1
charles.gueye@univ-lyon1.fr

RATNANE Manal - Enseignante
Département Management du Sport - UFR STAPS - Université Claude Bernard Lyon 1
manal.ratnane@univ-lyon1.fr

Mots-clés : objets connectés ; innovation managériale ; entraîneur sportif, sport professionnel ; valorisation des *datas*

L'ère de la connectivité dans les objets, effet de mode ou tendance, la réponse à cette question serait plutôt tournée vers le constat d'une tendance lourde, le « sport connecté » devient la réalité d'aujourd'hui. Les pratiques sportives n'échappent pas à ce mouvement de fond ; il s'agit d'une avancée technologique qui s'ancre notamment, de plus en plus dans la pratique du sport professionnel (Ray, 2015).

L'argumentaire développé autour des objets connectés repose sur les intérêts d'une meilleure évaluation des performances physiques et physiologiques. Un objet connecté est un objet équipé de capteurs et d'une connexion, capable de collecter, d'analyser et de produire de l'information (Rijsdijk & Hultink, 2009).

Les sportifs vont être de plus en plus suivis et contrôlés par des objets connectés qui deviennent de ce fait de véritables « trackers d'activité » (Fister et *al*., 2013). En fait, ce sont des mouchards de l'effort physique, le corps de l'athlète devient objectivé par les datas. Les données captées, une fois analysées représentent de véritables gisements de valeur pour l'amélioration de la performance sportive.

De ce fait, le recours à ces innovations technologiques questionne aussi leur possible influence dans le management des pratiques sportives. En effet, il apparaît que l'analyse des datas apporte un argument décisionnel à l'entraîneur sportif et le conforte de plus en plus dans ses choix. Les avancées apportées en matière de traitement cognitif par ces objets permettent d'avoir un accès aux informations en temps réel. La mémorisation des efforts perçus aux entrainements et pendant les compétitions ou les matchs constitue une mine d'informations précieuses dans l'aide à la progression sportive. Si l'évaluation des performances est de plus en plus soumise à l'objectivation des datas, il faudrait cependant éviter de tomber dans une forme de réductionnisme mécanique et d'asservissement à la technologie car détenir des connaissances issues de l'analyse des datas ne constitue pas en soi une garantie pour atteindre des performances sportives.

Les questions qui se posent, sont, comment ces informations sont analysées et valorisées dans le processus décisionnel, la seule analyse des datas suffira-t-elle à promouvoir les éléments de la performance sportive ?

Le sens de la relation humaine ne serait-il pas minoré au profit de la domination des datas techniques ?

L'intuition de l'entraîneur sportif, son ressenti ne sont pas forcément subordonnés au prisme de la lecture des datas, celui-ci doit être capable de se départir du diktat des seules données physiques et physiologiques ; il doit être en mesure de décrypter à travers les datas, le talent, la créativité qui existent chez l'athlète. Le risque d'une possible addiction au seul décryptage des datas peut influencer fortement le management de l'entraineur sportif.

Nous nous interrogeons ainsi sur l'influence des datas sur la liberté du choix décisionnel du manager sportif. L'usage des objets connectés engendre-t-il une innovation dans les pratiques managériales ?

Une innovation managériale serait « tout programme, produit ou technique qui représente un éloignement significatif de l'état du management au moment où il apparaît pour la première fois et où il affecte la nature, la localisation, la qualité ou la quantité d'information qui est disponible dans un processus de décisions » (Kimberly, 1981).

À travers l'usage des objets connectés, un constat s'impose, des changements indéniables s'amorcent par rapport aux pratiques managériales traditionnelles des entraîneurs sportifs.

Serait-il possible d'arguer que les objets connectés vont modifier l'approche du métier des entraîneurs sportifs, est-ce une réelle innovation qui va métamorphoser les pratiques managériales, est-ce une rupture ou une forme de résurgence de la fonction contrôle tant magnifiée dans l'OST (Organisation Scientifique du Travail) ?

Notre communication s'efforcera dans un premier temps à travers une recherche exploratoire de répondre à ces questions qui interpellent l'idée d'une innovation managériale en rupture avec les pratiques managériales traditionnelles des entraîneurs sportifs. L'objectif principal étant de proposer de nouvelles connaissances pour mieux comprendre un phénomène émergent (Kumar, 2019). L'étude est principalement qualitative et prend en compte à la fois le point de vue des entraîneurs et des joueurs professionnels. Pour cela, nous nous positionnons dans une perspective ontologique interprétativiste reconnaissant les compréhensions et les motivations données par les acteurs. Notre approche se base principalement sur l'analyse qualitative de verbatims (entretiens) et des notes d'observations.

Dans la course effrénée à la performance sportive, le risque majeur est de rendre probable un comportement servile de l'entraîneur sportif aux datas, mais dans le sport professionnel est-il possible aujourd'hui de se priver de l'usage des objets connectés au détriment de l'entretien d'un certain rapport humain, lien de synergie entre l'entraineur et ses athlètes ?

Bibliographie

Fister, I., Fister, D., & Fong, S. (2013). Data mining in sporting activities created by sports trackers. 2013 *International Symposium on Computational and Business Intelligence*, 88-91.
Kimberly, J. R. (1981). *Managerial innovation*. Handbook of organizational design, 1(84), 104.
Kumar, R. (2019). *Research Methodology : A Step-by-Step Guide for Beginners*. SAGE.
Ray, P. P. (2015). *Internet of Things for Sports (IoTSport) : An architectural framework for sports and recreational activity*. Proceeding of IEEE EESCO, Vizag, 79-83.
Rijsdijk, S. A., & Hultink, E. J. (2009). *How today's consumers perceive tomorrow's smart products*. Journal of Product Innovation Management, 26(1), 24-42.

Représentation et enjeux autour des innovations connectées dans l'industrie d'articles sportifs : étude de cas de l'intégration de capteurs.

HALLE Julie - Maître de conférences
Laboratoire sur les Vulnérabilités et l'Innovation dans le Sport (L-ViS) - Université Lyon 1
Julie.halle@univ-lyon1.fr

BOUTROY Éric - Maître de conférences
L-ViS - Université Lyon 1
eric.boutroy@univ-lyon1.fr

VIGNAL Bénédicte - Maître de conférences
L-ViS - Université Lyon 1
benedicte.vignal@univ-lyon1.fr

BODET Guillaume - Professeur des Universités
L-ViS - Université Lyon 1
guillaume.bodet@univ-lyon1.fr

ROUTIER Guillaume - Maître de conférences
L-ViS - Université Lyon 1
guillaume.bodet@univ-lyon1.fr

Mots-clés : équipement connecté ; innovation ; industrie ; management ; résistance

Introduction et objectif(s)

L'intégration croissante de la captation d'informations dans les marchés sportifs s'appuie sur l'expansion de la digitalisation et des réseaux sociaux et sur de nombreux développements technologiques *hardware* (objets, capteurs, trackers, *wearables*) et *software* (applications, sites en ligne). L'essor du *quantified self* (ou automesure), du monitoring de soi et des communautés de pratique *online* va de pair avec celui d'objets connectés et embarqués (montres ou bracelets-capteurs, balances ou textiles intelligents, raquettes de tennis augmentées, etc.) annoncés dopés à renfort d'intelligence artificielle. Cette effervescence industrielle et l'engouement médiatique qui l'accompagne semblent dessiner un monde sportif en révolution. Mais au-delà des effets de mode et l'emballement de certaines entreprises précurseurs, comment ce phénomène est-il perçu voire approprié par les managers chargés de l'innovation dans l'industrie sportive ?

Cadre théorique et problématique

À partir d'un retour sur une étude d'opportunité réalisée pour un consortium technologique (qui avait mandaté notre équipe pour identifier des pistes possibles de déploiement sportif de plusieurs technologies de capteurs en cours de développement), l'objectif de la communication est de décrire et analyser les attitudes entrepreneuriales et les représentations de l'innovation connectée portée par les managers d'un panel diversifié du secteur sportif. Cette communication s'appuie sur le management et la sociologie de l'innovation (Gaglio, 2011, Le

Loarne et al., 2012, Pizelle et al., 2014), notamment leurs *Critical Studies* (Lechevalier ed., 2019 ; Godin & Vinck, 2017), afin de déconstruire les biais proinnovation et décrire certains impensés : non adoption, résistance, innovation lente ou *low tech*…

Méthodologie de recueil/traitement des données

L'équipe de recherche a sélectionné plus d'une vingtaine de prospects parmi les fabricants d'articles sportifs, représentant des marchés très diversifiés, dont les équipements étaient a priori susceptibles d'être concernés par au moins une des technologies de l'étude. Il s'agissait de réaliser des entretiens exploratoires de type semi-directif, basés sur des conducteurs laissant de nombreuses possibilités d'ouverture vers des domaines non prévus. Dans une logique d'idéation, les entretiens débutaient par une exploration très ouverte (« dans l'idéal ») des besoins et potentialités liées à la captation d'information. Dans un second temps seulement (afin de ne pas biaiser la réflexion), l'offre du consortium était présentée afin de voir la compatibilité avec les idées explorées, et envisager de possibles nouvelles pistes de déploiement. L'équipe a réalisé des entretiens avec 17 acteurs professionnels (dirigeant, responsable R&D / Innovation / Marketing) au sein de 14 entreprises (allant de la TPE au grand groupe international, dans des secteurs encore peu concernés par les usages connectés). Les entretiens ont bénéficié d'une analyse de contenus thématiques (enjeux de captations d'information, besoins potentiels, concepts émergents, freins et contraintes).

Principaux résultats

A contre-courant d'une apparente fièvre innovatrice autour de la digitalisation du sport, et alors que l'innovation est apparue centrale pour la plupart des entreprises enquêtées, les managers témoignent tous d'une curiosité très circonspecte par rapport à la captation d'informations. Loin de la fétichisation de la technologie connectée, ils critiquent les risques de gadgétisation et de surenchères technologiques. A distance des postures *techno-push*, ils considèrent que l'information captée doit avoir du sens pour l'utilisateur, en particulier le sportif novice ou de loisir. Les interviewés ont le sentiment que le coût (financier, temporel, d'apprentissage) des solutions connectées risque d'être élevé : la valeur perçue doit donc être très importante pour être acceptable. Cette attention aux utilisateurs et aux usages se retrouve aussi dans le constat que les innovations connectées doivent viser une commodité d'usage (épuration, facilité d'interprétation, traduction et accompagnement) et répondre à des contraintes écosystémiques (interopérabilité, combinaison d'objets connectés…). Enfin, une dernière prudence fait jour dans les craintes de dégradation des fonctions primaires des équipements (ex. : alourdissement, fragilisation, perte de performance…).

Si de nombreuses pistes de déploiement peuvent être ouvertes dans les domaines tels que la santé/forme, la performance ou la ludicité (nous illustrerons cela par quelques exemples de créativité), les enquêtés, bien que fins connaisseurs des tendances de la captation, démontrent une attitude entrepreneuriale prudente (veille, circonspection) et peu proactive sur la connexion-digitalisation.

Préconisations & conclusion

Les représentations de l'innovation connectée aboutissent à une posture partagée : pourquoi pas connecter, mais 1) pour quoi faire ; 2) pas à n'importe quel prix ; 3) surtout si des solutions moins technologiques sont possibles. Dans une industrie d'articles sportifs fortement soumise à un régime intensif de novation, ce cas illustre les attitudes plus contrastées des acteurs ordinaires de l'innovation qui, sans être dans une attitude de « Novation » (Godin & Vinck, op. cit.) semblent échapper au paradigme dominant et aux injonctions sociopolitiques.

Bibliographie

Gaglio, G. (2011). *Sociologie de l'innovation*. Paris : Presses Universitaires de France.
Godin, B., & Vinck, D. (Eds.). (2017). *Critical studies of innovation: Alternative approaches to the proinnovation bias*. Edward Elgar Publishing.
Le Loarne-Lemaire, S., & Blanco, S. (2012). *Management de l'innovation*. Pearson Education France. Lechevalier S. (ed.). (2019) *Innovation Beyond Technology. Science for Society and Interdisciplinary Approaches*. Springer.
Pizelle P., Hoffman J., Aubouy M. & Verchère C. (2014) *Innover par les usages.* Éditions d'Innovation/

Ce qu'il faut retenir :

L'intérêt et les enjeux autour de développements sur la captation d'informations des industriels sont animés par la curiosité et variables selon les entreprises allant de la solution clés en mains au codéveloppement. Toutefois l'attitude générale reste très largement prudente notamment autour des enjeux de compatibilité avec les marchés préexistants ou potentiels, les objets visés et les contraintes de production.

Esport et Olympisme : vers une alliance stratégique ? Entre démocratisation de la pratique et rajeunissement de la marque.

LEFEBVRE Florian - Doctorant
Université Paris-Saclay
florian.lefebvre@universite-paris-saclay.fr

BESOMBES Nicolas - Maître de conférences
Université de Paris
nicolas.besombes@gmail.com

CHANAVAT Nicolas, Professeur des Universités
Université de Rouen-Normandie
nicolas.chanavat@univ-rouen.fr

Mots-clés : Esport, olympisme, alliance stratégique, marque, pratique innovante

Introduction et objectif(s)

Le Sommet Olympique d'octobre 2017 constitue le point de départ des réflexions du Comité International Olympique (CIO) pour envisager d'éventuelles collaborations avec l'industrie esportive. Dès lors, les initiatives alliant les deux mouvements se multiplient à l'image du tournoi de *Starcraft II* lors des Jeux Olympiques et Paralympiques (JOP) de PyeongChang (février 2018) ou de l'Esports Forum (juillet 2018). Finalement, à l'initiative du CIO et de la Global Association for International Sports Federations (GAISF), l'Esports Liaison Group (ELG) est créé en décembre 2018. Ces réflexions autour d'une alliance stratégique se poursuivent en 2020 avec l'annonce de tournois sur les jeux *Rocket League* et *Street Fighter V* en amont des JOP de Tokyo. Dans ce contexte, cette recherche s'intéresse aux bénéfices et enjeux de cette collaboration naissante entre les acteurs de l'olympisme et de l'esport.

Cadre théorique et problématique

Alors que l'esport entre progressivement dans les considérations du mouvement olympique, les travaux académiques portant sur les relations entre ces deux écosystèmes demeurent rares. À ce titre, si l'arrivée de jeux vidéo compétitifs au sein des JOP peut être perçue comme l'aboutissement d'un processus d'institutionnalisation international de la pratique esportive (Witkowski, 2016), elle s'avère complexe à de nombreux égards, que ce soit en raison de sa diffusion majoritairement restreinte à certaines zones géographiques et aux jeunes générations (Wu, 2019), ou de l'aspect privé, commercial et monopolistique des éditeurs de jeux vidéo (Gries, 2019). Notre recherche souhaite compléter ces travaux exploratoires en apportant de nouvelles données empiriques sur l'analyse de la perception du rapprochement entre l'industrie esportive et le mouvement olympique. En particulier, ce travail vise à répondre à trois questionnements : (i) Dans quelles mesures cette alliance peut affecter les acteurs des univers olympique et esportif ? (ii) Quels sont les enjeux et limites associés à cette union naissante ? (iii) Quelles sont les solutions envisageables afin d'implémenter progressivement des disciplines esportives au sein du mouvement olympique ?

Méthodologie de recueil/traitement des données

Pour répondre à ces interrogations, nous avons mis en place une méthodologie mixte reposant sur la réalisation d'entretiens semi-directifs (n = 11) avec des professionnels des sphères esportive et olympique et l'étude de données secondaires (communiqués annuels des Olympic Summits). Les données récoltées ont ensuite été analysées à travers un traitement catégorielle thématique (Miles *et al*. 2014) afin de retracer l'évolution de cette alliance et d'illustrer ses perspectives futures.

Principaux résultats

Le mouvement olympique souhaite rajeunir sa marque à travers l'esport qui, en retour, a pour but de poursuivre sa démocratisation. Or, l'esport demeure un marché volatile et contrôlé par les éditeurs de jeux (Burk, 2013). Dans ce contexte, il s'agit pour les instances olympiques de renforcer les synergies amorcées en 2017 avec leurs homologues esportifs, en poursuivant par exemple leur collaboration au sein de l'ELG.

Préconisations & conclusions

Cette recherche conclut sur la nécessité d'établir un agenda commun entre ces parties prenantes pour affiner les stratégies d'implémentation de l'esport au sein des évènements olympiques. À ce titre, si l'intégration de discipline(s) esportive(s) au sein du programme sportif des JOP a été écartée, la poursuite du développement de compétitions esportives en amont ou en parallèle des événements olympiques (dispositifs de découverte des pratiques esportives au sein des villages d'animations dans les villes hôtes) constituent des pistes intéressantes.

Bibliographie

Burk, D. L. (2013). Owning e-Sports : Proprietary rights in professional computer gaming. *University of Pennsylvania Law Review*, *161*(6), 1535-1578.

Gries, S. (2019). eSports and the Olympic Movement: A Short Analysis of the IOC Esports Forum. In J. Hiltscher & T. Scholz (Éd.), *ESports Yearbook 2017/18* (BoD–Books on Demand., Vol. 6, p. 9-19).

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (Third edition). SAGE Publications, Inc.

Witkowski, E. (2016). *Esports 2020*. https://medium.com/playablemediarmit/esports-2020-93c430c3fbfa

Wu, Y. (2019). *The possibility analysis of Esports becoming an Olympic sport.* Haaga-Helia University of Applied Sciences.

Ce qu'il faut retenir :

Depuis 2017, les instances olympiques ont entamé une réflexion sur l'intégration potentielle de disciplines esportives au sein des JOP, aboutissant dès 2018 à la création de l'ELG pour associer les acteurs de l'esport à ce travail prospectif. Le mouvement olympique souhaite ainsi rajeunir sa marque à travers l'esport qui en retour a pour but de poursuivre sa démocratisation. Dès lors, cette forme d'alliance reste à construire et les pistes d'implémentation de l'esport au sein des événements olympiques sont à circonscrire.

Balade sur les sentiers côtiers de l'Estérel. Enjeux socio-économiques des loisirs pédestres liés au développement du numérique.

GARCIA-ARJONA Noemi - Maître de conférences
Laboratoire VIPS[2] - Université Rennes 2
noemi.garcia-arjona@univ-rennes2.fr

PAGET Elodie - Maître de conférences
Laboratoire VIPS[2] - Université Rennes 2
elodie.paget@univ-rennes2.fr

Mots-clés : randonnée, loisir pédestre, littoral, marché, consommation, numérique

Cette communication aborde des aspects qui sont au cœur de l'objet d'étude du *Work Package 1 (WP1)* du programme de recherche IMTERPED ("Impacts territoriaux des loisirs pédestres sur le littoral : innovations, changements et transformations des usages", 2016-2020, financé par la Fondation de France) dédié à l'impact socio-économique des pratiques sur les espaces littoraux, en se focalisant sur le développement de produits "numériques" en matière de loisirs pédestres le long du littoral.

D'une part, notre questionnement a porté sur l'analyse du développement d'une offre de loisirs pédestres, particulièrement en matière de produits numériques. L'approche théorique privilégiée a été celle de la sociologie économique des marchés (Callon, 2017) pour appréhender la dynamique du marché « concret » des loisirs pédestres sur le littoral. L'enjeu a été de recenser dans un premier temps, les produits de randonnée en présence, pour ensuite identifier et comprendre les différents "agencements marchands" (Callon et al., 2013) se développant autour de ces biens. Notre problématique s'est ainsi centrée sur la diversité des activités (marchandes et non marchandes) déployées pour concevoir, produire et mettre en marché ces pratiques pédestres, en vue de capter et ou de fidéliser une clientèle touristique, de loisir, ou des pratiquants de randonnée.
D'autre part, nous avons souhaité coupler cette analyse à l'étude des comportements et des consommations des visiteurs sur les sentiers côtiers, en étudiant de manière particulière la réception des outils numériques mis en place par les agents publics et privés. Alors que l'analyse des styles de pratique ou des usages culturels et sociaux est très répandue dans la sociologie des sports de nature (Corneloup et Bourdeau, 2004), les consommations des randonneurs restent un domaine peu étudié. En conséquence, nous avons suivi une approche expérientielle, partant de l'anticipation des activités planifiées, et plus concrètement en explorant le rôle des médias digitaux dans cette expérience de pratique en plein air (Orellana et al, 2012 ; Mao et Obin, 2018).

Afin de répondre à notre objectif de recherche, nous avons adopté une méthodologie mixte, en nous concentrant sur un terrain d'étude littoral, celui de la corniche de l'Estérel (départements 83 et 06). Nous avons ainsi combiné une approche qualitative via des entretiens semi-directifs visant à interroger les différents acteurs (socio-économiques, publics, associatifs) impliqués dans le développement de produits de randonnée (N=20) et des visiteurs (N=17), avec un

questionnaire (N=275) comprenant 8 volets permettant d'analyser les modalités de visite, les modes d'information et préparation de la visite, les modalités de randonnée et le niveau de satisfaction après l'expérience.

Nos résultats montrent une pluralité d'activités marchandes se déployant autour des pratiques pédestres sur le littoral. Une multitude de biens sont en effet mis en marché, parmi lesquels des produits de randonnée qualifiés de « numériques ». De plus en plus d'outils numériques sont en effet développés, à destination des usagers pédestres du littoral, pour préparer leur randonnée ou leur séjour sur un territoire, et pour le guider ou leur donner de l'information durant leur randonnée (par ex. sites internet dédiés, applications mobiles, "sentiers numériques"). Nous qualifierons cette offre particulière, et nous rendrons compte des nombreuses négociations marchandes dont ils font l'objet, ainsi que de la multitude d'acteurs engagés dans les différentes étapes de leur développement.
Par ailleurs, du point de vue de la demande, nous avons repéré, chez les visiteurs du littoral de l'Estérel, plusieurs logiques d'utilisation numérique, fortement marquées par les particularités du site et la pratique de randonnée en bord de mer, où les supports de navigation sont moins nécessaires. Une faible utilisation générale du numérique nous a amené à explorer les raisons de cette non-utilisation, évoquées par les visiteurs lors des entretiens, qui trouvent des limites techniques, mais aussi cherchent une déconnexion volontaire au numérique.

Pour conclure, notre communication reviendra sur les enjeux socio-économiques des loisirs pédestres liés au développement du numérique. Nous discuterons notamment de l'articulation entre une offre multiple et hétérogène et une réception différenciée des produits mis en marché. Enfin, nous aborderons la spécificité de la pratique de la randonnée dans les espaces littoraux, et plus particulièrement dans le massif de l'Estérel.

Références

Callon, M. (2017). *L'Emprise des Marchés. Comprendre leur fonctionnement pour pouvoir les changer*. Paris : La Découverte.
Callon, M., Akrich, M., Dubuisson-Quellier, S., Grandclément, C., Hennion, A., Latour, B., Mallard, A., Méadel, C., Muniesa, F., Rabeharisoa, V. (2013). *Sociologie des agencements marchands*. Paris : Presses des Mines.
Corneloup, J., Bourdeau, P. (2004). Les sports de nature. Entre pratiques libres, territoires et logiques institutionnelles. *Les Cahiers Espaces*, *81*, 117-125.
Mao, P. et Obin, O. (2018). La transition numérique des sports de nature, vers des sports nature 3.1. *Nature et récréation*, *6*, 13-25.
Orellana, D., Bregt, A., Ligtenberg, A., Wachowicz, M. (2012). Visitor movement patterns in natural recreational areas. *Tourism Management, 33* (3), 672-682. https://doi.org/10.1016/j.pnpbp.2017.07.015

Ce qu'il faut retenir :

- Le numérique transforme le marché des loisirs pédestres sur le littoral.
- Une pluralité d'activités marchandes se déployant autour d'une offre numérique liée aux pratiques pédestres.
- Des logiques d'utilisation numérique différenciées parmi les visiteurs.
- Un regard croisé de l'offre et la demande permettant de mieux comprendre la dynamique complexe du marché.

Stratégies et modèles d'affaires des producteurs d'applications mobiles de sport et d'activité physique : un analyseur des transformations liées à l'économie digitale dans le sport.

SOULE Bastien - Professeur des Universités
L-ViS (EA 7428) - Université Lyon 1
bastien.soule@univ-lyon1.fr

Mots-clés : applications, digitalisation, données, innovation, modèles d'affaires

Introduction et objectif

Les applications mobiles de sport et d'activité physique (AMSAP) permettent de capter, stocker, transmettre, traiter et partager des données. Une dizaine d'années après leur apparition, elles connaissent un fort engouement et modifient sensiblement la pratique (Barratt, 2017 ; Carter et al., 2018). Elles sont présentées par leurs producteurs comme une source efficace et durable de motivation, du fait d'une connaissance de soi affinée par les chiffres et d'une émulation communautaire. La quasi-totalité des fonctionnalités offertes par ces AMSAP est accessible gratuitement. La question des modèles économiques, qui ne peuvent reposer sur la vente de quelques abonnements donnant accès aux fonctionnalités avancées (version *premium*), se pose dès lors.

Cadre théorique et problématique

Pour identifier ces modèles économiques, cette recherche mobilise des écrits sur l'économie digitale (Morozov, 2013 ; Lanier, 2014, 2018 ; Casilli, 2019) et l'économie de l'attention (Taylor, 2014), à ce jour peu mis à contribution dans le domaine du sport (Charitsis et al., 2019, Till, 2014). L'objectif consiste à cerner les leviers de création de valeur : vente de *hardware*, utilisation de données pour cibler des publicités et cession de données à des tiers (entreprises du secteur sport ou non). Contre le « solutionnisme technologique » (Morozov, 2013), il s'agit d'affirmer que pour jauger de l'intérêt d'une innovation, il convient d'en appréhender l'ensemble des effets, incluant les effets indésirables, sans se contenter d'étudier les usagers des AMSAP. La très large diffusion des AMSAP ne signifie pas que cette innovation soit systématiquement bénéfique pour l'ensemble de la société. Des impacts et externalités négatifs constituent la « face cachée » de l'innovation (Sveiby, 2017).

Méthodologie

Nous avons procédé à une une analyse de la littérature grise : rapports d'organisations de défense des consommateurs, d'agences gouvernementales, de la CNIL, plaintes et saisines, etc. Des entretiens auprès de pratiquants du cyclisme et de la course à pied (n=40) et de professionnels du secteur (n=6) ont également été réalisés.

Principaux résultats

Les dessous de la gratuité. Le principal client n'est pas l'utilisateur final d'une AMSAP. La relation *Business to Customer* représente un enjeu mineur, même si quelques producteurs d'AMSAP (à l'image de *Runtastic* ou *Fitbit*) commercialisent aussi des objets connectés (bracelets, montres GPS, etc.). La relation *Business to Business* (voire *BtoBtoC*) ouvre des horizons d'une autre

ampleur. Ce sont dès lors les besoins d'autres entreprises que les producteurs d'AMSAP vont chercher à combler, soit dans le cadre de partenariats (ventes croisées, par exemple), soit contre paiement (pour pouvoir cibler des messages publicitaires ou faire l'acquisition de données agrégées).

Sous cet angle, l'utilisateur d'une AMSAP effectue un travail non rémunéré, transformé en privilège (gratuité des applications) ainsi qu'en activité ludique, divertissante et *fun*. La diffusion des AMSAP se fait grâce à un « bouche à oreille » particulièrement efficace, assuré sur le mode de la viralité par les utilisateurs eux-mêmes. Dès lors, l'utilisateur devient le fournisseur et le levier de diffusion des AMSAP. Un enjeu important consiste à cacher la valeur agrégée des informations recueillies par les producteurs d'AMSAP. Un autre est de garantir la non-exploitation des données, tout en se laissant la possibilité de le faire. A ce propos, ce modèle de profit requiert l'exploitation des zones d'ombre relatives à l'usage secondaire des données des utilisateurs : consentement, garanties de dé-identification, respect de la vie privée, etc.

Optimiser le recueil de données sans trahir leur devenir. Le modèle d'affaires décrit, qualifié d'insincère ou délétère, a une influence directe sur la manière dont est présentée et valorisée l'innovation. Il faut en effet optimiser le recueil de données, tout en donnant l'impression que l'utilisateur (gratuit) est le principal, voire le seul bénéficiaire. Un premier prérequis est de rendre l'expérience facile, intuitive et agréable. Plus largement, le *design* et l'esthétique doivent être à la source d'expériences sensorielles agréables lors de la manipulation (Touzani et al., 2018). L'ergonomie des interfaces est ainsi travaillée pour les rendre rassurantes (sentiment de confiance et de proximité) et simples d'utilisation.

Les créateurs d'AMSAP cherchent par ailleurs à optimiser la production de données en maximisant l'utilisation de leurs produits (fréquence, durée). Les possibilités de réappropriation marketing et publicitaire, tout comme la valeur des *data* agrégées, en dépendent. Ils utilisent pour cela des leviers issus de réflexions sur les « technologies persuasives », imaginés et éprouvés pour augmenter l'engagement des usagers vis-à-vis des applications et réseaux sociaux. *La contrepartie offerte : permettre de se mettre en chiffres et en récit.* Pourquoi les utilisateurs acceptent-ils cet échange *a priori* déséquilibré ? La gratuité et la *gamification* n'expliquent pas tout. La contrepartie est aussi sociale. Le besoin d'appartenance, la sensibilité contemporaine à l'approbation sociale et à la reconnaissance par ses pairs sont exploités. Un besoin que les entreprises de la *tech* ont créé et comblent à la fois, depuis le milieu des années 2000, en simulant et mettant en chiffres les relations sociales.

Un récit de soi est à l'œuvre, à travers un statut et une réputation. Le dévoilement de soi et la compétition à travers les métriques (distances, durées, dénivelés, mais aussi *likes*, *followers*, *clicks*) ont un besoin viscéral de ces applications communautaires.

Conclusion et ouverture

Une relation symbiotique semble se tisser, poussant à accepter un accord implicite : « *laissez-nous vous espionner et vous pourrez utiliser gratuitement nos services* ». Pour de nombreux usagers, cet accord tacite existe, mais la gratuité est mensongère : elle se paie très cher en informations sur soi et ses pratiques (susceptibles, à terme, de se retourner contre le fournisseur), mais aussi en temps, en attention, en liberté et en vie privée.

Plusieurs questions semblent devoir être approfondies : que savent les usagers de l'usage secondaire de leurs données ? Le cas échéant, quelle est leur acceptation de cette exploitation ?

Bibliographie

Charitsis, V., Fyrberg Yngfalk, A. & Skalen, P. (2019). 'Made to run': Biopolitical marketing and the making of the self-quantified runner. *Marketing Theory*, *19*(3), 347-366.

Lanier, J. (2018). *Ten Arguments for Deleting Your Social Media Accounts Right Now*. Henry Holt & Company.

Lupton, D. (2017). Wearable Devices: Sociotechnical Imaginaries and Agential Capacities. In Isabel Pedersen and Andrew Iliadis (Eds), *Embodied Technology: Wearables, Implantables, Embeddables, Ingestibles*. Cambridge, MA : MIT Press.

Morozov, E. (2013). *To save everything, click here. The folly of technological solutionism*. New York: Public Affairs.

Till, C. (2014). Exercise as Labour: Quantified Self and the Transformation of Exercise into Labour. *Societies*, *4*(3), 446-462.

(Très grands) équipements sportifs (conception, exploitation, gestion)

De la régie directe à la collaboration public-privé : le cas des centres aquatiques français.

BARBIER Antoine - Doctorant 2ème année
Université de Rouen - CETAPS E.A.3832
antoine.barbier@univ-rouen.fr

EVRARD Barbara - Maître de conférences
Université de Rouen - CETAPS E.A.3832
barbara.evrard@univ-rouen.fr

DERMIT-RICHARD Nadine - Maître de conférences HDR
Université de Rouen - CETAPS E.A.3832 - nadine.dermit@univ-rouen.fr

Mots-clés : centre aquatique, politique sportive, partenariat, concession, marché global, DSP.

Résumé

En matière d'équipements sportifs, les collectivités locales ont progressivement vu leur rôle évoluer. Dans les années 60-70, les communes assistent l'État en assurant la gestion des équipements programmés et financés par ce dernier dans le cadre d'une politique étatique volontariste visant à mailler le territoire en équipements sportifs standardisés (Falcoz & Chifflet, 1998). Au début des années 1980, les lois de décentralisation (1982-1983) confèrent aux collectivités territoriales une autonomie dans la mise en place des équipements. Ainsi, elles programment, financent, construisent et exploitent les équipements par le biais d'appels d'offres successifs (Loi MOP du 12 juillet 1985). Dans ce cadre, la collectivité assistée par un Assistant à Maitrise d'Ouvrage (AMO) impose un cahier des charges aux acteurs privés concernés. En conséquence, ces dernières sont aujourd'hui propriétaires de 83 % du parc d'équipements sportifs français (Bourg & Gouguet, 2017).

Depuis la loi du 29 janvier 1993, dite Loi Sapin, ces collectivités ont désormais la possibilité de confier la gestion de leurs équipements à des entreprises privées dans le cadre de contrats de délégation de service public (DSP) d'une durée moyenne de 5 à 8 ans. Ainsi, la gestion d'un nombre croissant d'équipements aquatiques a été confiée à des entreprises privées délégataires même si la majorité du parc reste géré en régie directe (Richet et al., 2009). La DSP marque une première étape dans le développement des partenariats public-privé. Néanmoins, la constitution du cahier des charges reste unilatérale : la collectivité lance un appel d'offre, les acteurs privés proposent une réponse conditionnée par ce cahier des charges. Plus récemment, le décret du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics marque une nouvelle étape dans les relations entre acteurs publics et privés. En permettant la collaboration entre la collectivité et les futurs concessionnaires potentiels de ces équipements dès la phase de réflexion, cette loi conduit à une redéfinition des modalités de partenariats public-privé (Barbier et al., 2018). En effet, cela offre la possibilité aux collectivités de co-produire le cahier des charges avec les acteurs privés.

Dès lors, l'objet de cette contribution est d'analyser quantitativement et qualitativement l'évolution des relations entre acteurs publics et privés résultant de ces changements juridico-financiers. Ce questionnement se construit autour des deux axes suivants. Ainsi, notre premier objectif est de **réaliser un état des lieux des modes de gestion du parc aquatique français et plus largement des tendances actuelles quant aux partenariats public-privé sur ce marché**. Ce travail de recherche porte sur les centres aquatiques français qui constituent « les équipements les plus emblématiques des collectivités » (Gleizes & Jourdan, 2010). Pour cela, nous avons déployé une méthodologie quantitative basée sur une analyse statistique des données du Recensement des Équipements Sportifs (RES) et du Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics (BOAMP).

Les premiers résultats indiquent un développement de la gestion déléguée au sein des équipements aquatiques. Les statistiques révèlent également une montée en puissance des marchés globaux. Dans ce cadre, les collectivités délèguent à un groupement privé une mission globale, de conception construction-exploitation-maintenance, et éventuellement de financement de l'équipement sur des durées accrues (20-30 ans). Ces résultats suscitent de nombreux questionnements qui aboutissent à formalisation d'une seconde question de recherche : **quelles sont les conséquences de ces évolutions sur les modalités du partenariat public-privé ?** Pour traiter cette seconde question, une méthodologie qualitative a été mise en place basée sur une étude de cas constituée par le projet de rénovation du centre aquatique Eurocéane de Mont-Saint-Aignan (MSA) et sur des entretiens d'experts du secteur.

Les principaux résultats montrent une prise en compte croissante par les municipalités de l'ensemble des parties prenantes concourant à l'exploitation de l'équipement. Dans le cas de MSA, la collectivité a commandé une analyse des besoins de l'ensemble des parties prenantes en relation avec l'équipement : l'actuel exploitant, les usagers et clients, les associations et clubs, tout en dialoguant avec l'AMO. Cette considération de l'ensemble des acteurs témoigne d'une prise en compte de l'écosystème qui n'était pas effective dans le cadre d'appels d'offres successifs (loi MOP) puisque les différents acteurs ne dialoguaient pas avec la collectivité, mais répondaient au cahier des charges prédéfini. Ainsi, la loi de 2016 induit une évolution dans les relations publiques-privées. Les collectivités sont passées d'une logique séquencée d'appels d'offres successifs (induits par la loi MOP) à une logique de groupe-projet dans le cadre de marchés globaux dans lesquels les acteurs dialoguent en amont du projet afin de lui donner de l'intelligence. Cette nouvelle logique aboutit à la co-production publique/privée de l'équipement sportif.

Bibliographie

Barbier, A., Evrard, B., François, A., Leroux-Sostenes, M.-J., & Dermit-Richard, N. (2018). *L'adaptation du business model des équipements sportifs de loisirs à l'évolution de leur écosystème : Le cas des centres aquatiques* [Communication orale]. Colloque Management du Sport, Rennes.

Bourg, J.-F., & Gouguet, J.-J. (2017). *Sport et territoire : Les enjeux pour les collectivités locales*. Territorial éditions.

Falcoz, M., & Chifflet, P. (1998). La construction publique des équipements sportifs : Aspects historique, politique et spatial. *Les Annales de la Recherche Urbaine*, *79*, 14- 21.

Gleizes, J.-P., & Jourdan, P. (2010). Gestion déléguée des centres aquatiques—Bilan et perspectives.
Cahier ESPACES, *105*, 115- 122.

Richet, C., Soulé, B., & Durand, C. (2009). L'approche économique de la gestion déléguée en question. Le cas des complexes aquatiques. *Revue Française de Gestion*, *5*(195), 43- 54.

Ce qu'il faut retenir :

- Le rôle des collectivités au sein des projets d'équipements sportifs a progressivement évolué au gré des changements juridiques et financiers.
- L'analyse quantitative montre une augmentation de la gestion déléguée des centres aquatiques français, mais également une tendance au développement des marchés globaux.
- L'analyse qualitative indique le passage d'une production publique des équipements sportifs à une co-production publique-privée grâce à la loi de 2016 venant modifier les relations entre les acteurs au sein de l'écosystème.

Évolution de l'attachement des spectateurs à un club professionnel de rugby à XV et à son stade dans un contexte de changement d'enceinte.

BOISSEL Jérôme - Professeur Associé
Excelia Group / La Rochelle Business School
boisselj@excelia-group.com

Mots-clés : attachement, proximité, changement, lieu, stade, rugby

Depuis une dizaine d'années, dans un contexte général favorable, on assiste à une vague de constructions de nouvelles enceintes sportives en France. En appliquant la typologie d'Autissier *et al.* (2014) à ces projets architecturaux, on constate qu'ils (1) sont généralement partiels, (2) se réalisent selon un rythme qui peut varier considérablement et (3) accompagnent un changement organisationnel beaucoup plus profond. La direction et la stratégie sont revues, une vraie discontinuité avec le passé apparaît, le club devient plus professionnel et l'on souhaite passer d'une cible de supporters fervents à une audience plus large et diversifiée. Le contenu de la stratégie et les processus sont alors revus, la culture et les valeurs changent et l'on applique volontiers le vieil adage anglo-saxon selon lequel les affluences augmenteront nécessairement si l'on construit de nouveaux stades (Bodet, 2009) dans un élan d'isomorphisme mimétique évident (DiMaggio et Powell, 1983). Pourtant, tout changement est susceptible de perturber l'équilibre interne des individus. Tous ne gèrent un processus de changement de la même manière. Leur attitude face au changement varie et il existe une multitude de freins face au changement.

En marketing, la littérature s'est essentiellement centrée sur le changement de marque, de nom d'entreprise ou d'enseigne. Les changements affectent la perception, l'évaluation et le comportement des parties prenantes. Ils modifient le lien affectif, l'attachement et la valeur perçue. Si le lieu, son atmosphère et ses effets sur les affects et les comportements ont été étudiés, il semble assez étonnant que peu de travaux aient analysé l'impact d'une rénovation ou d'un changement de lieu dans le temps. Au-delà de la simple comparaison avant/après, il est pourtant nécessaire de comprendre la façon dont les consommateurs vont accepter, s'approprier, s'attacher au nouveau lieu et d'analyser les conséquences positives et négatives de ce changement sur la valeur de l'offre, les évaluations, les affects et les comportements. Le comportement d'attachement a été défini dans le cadre théorique de la théorie de l'attachement par John Bowlby (1944) comme un instinct biologique dans lequel la proximité vers une figure d'attachement est recherchée lorsqu'un enfant ressent ou perçoit une menace ou de l'inconfort. Le rôle de la figure d'attachement est de fournir une base de sécurité à partir de laquelle l'enfant peut explorer, et un havre de paix dans lequel l'enfant pourra se réfugier quand il se sent menacé. Avec le temps, les figures d'attachement deviennent multiples, parfois contextuelles ou symboliques. L'attachement doit aussi être analysé de façon longitudinale, sa forme variant dans le temps. La figure n'est plus forcément une personne. Elle peut être un animal, un objet, une possession, une marque ou un lieu.

En marketing sportif, il semblerait que les travaux académiques se soient orientés vers des notions et des concepts qui sont proches de l'attachement sans jamais vraiment le définir (Hunt, Bristol et Bashaw, 1999 ; Funk et James, 2001 ; Giulianotti, 2002 ; Tapp et Clowes, 2002, Tapp, 2004). D'après Wann et James (2019), le point d'attachement ayant mobilisé le plus de travaux de recherche en marketing sportif est l'attachement à l'équipe. L'enceinte sportive, elle, n'a pas suscité un énorme engouement académique même s'il est communément admis que les supporters développent un sentiment de fierté et d'attachement à l'enceinte sportive, notamment lorsque celle-ci revêt une dimension historique.
Ce travail de recherche vise à combler ce manque. Pour ce faire, les auteurs ont administré deux questionnaires auprès des individus inscrits sur la base de données d'un club professionnel de rugby à XV. Le premier, envoyé avant le déménagement vers la nouvelle enceinte, a généré 1 429 retours exploitables. Le second, envoyé une fois l'emménagement dans la nouvelle enceinte effectué, a généré 1 015 retours exploitables. Un panel de 328 individus ayant répondu aux deux questionnaires a pu être constitué. Un premier traitement statistique (ACP) a été réalisé sur le logiciel SPSS. Les équations structurelles ont été menées sur le logiciel AMOS. Les tests paramétriques de comparaison de moyennes sur échantillons appariés a permis de mettre en lumière l'évolution de l'attachement des répondants au stade et au club. Les résultats seront présentés lors de la conférence.

D'un point de vue théorique, ce travail de recherche permet de mieux comprendre l'évolution de la perception de l'attachement à un lieu dans un contexte de changement. La constitution d'un panel non négligeable (n = 328) constitue un intérêt méthodologique notable. Enfin, ce projet met en exergue un certain nombre de points de vigilance à l'attention des dirigeants de clubs professionnels qui envisageraient un changement d'enceinte.

Bibliographie

Autissier, D., Vandangeon, I., et Vas, A. (2010), *Conduite du changement : concepts-clés : 50 ans de pratiques issues des travaux de 25 grands auteurs*. Dunod.
Bodet, G. (2009), "Give me a stadium and I will fill it" – An analysis of the marketing management of Stade Français Paris rugby club, *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 10, 3, 55-65.
Bowlby, J. (1988), *A Secure Base – Parent-Child Attachment and Healthy Human Development*, Basic Books, USA, 205p.
Hunt, K.A., Bristol, T. et Bashaw, R.E. (1999), A conceptual approach to classifying sports fans, *The Journal of Services Marketing*, 13, 6, 439-452.
Wann, D.L. et James, J.D. (2019), *Sport fans – The psychology and social impact of fandom, Second Edition*, Routledge, New York, 303p.

Ce qu'il faut retenir :

- Ce travail de recherche fait un état des lieux sur le concept d'attachement, de ses origines à son application en marketing sportif.
- La constitution d'un panel de 328 répondants permet de mettre en exergue l'évolution de la perception de l'attachement que portent les spectateurs de rugby à XV au club qu'ils supportent et à l'enceinte qu'ils fréquentent dans un contexte de changement d'enceinte.

Le *naming* d'enceinte comme outil de marketing territorial : le cas du Kindarena de Rouen.

LEROUX-SOSTENES Marie-Josephe - Maître de conférences
Université de Rouen - CETAPS E.A.3832
marie-josephe.leroux-sostenes@univ-rouen.fr

CHANAVAT Nicolas, Professeur des Universités
Université de Rouen - CETAPS E.A.3832
nicolas.chanavat@univ-rouen.fr

Mots clés : naming, marketing territorial, spectacle sportif, collectivité, sponsor.

Si le stade de la ville du Mans, le MMArena, premier cas de *naming* d'enceinte sportive en France date de 2011, ce phénomène demeure encore restreint au niveau national. Paradoxalement, il a pris un véritable essor en ce qui concerne les structures neuves et les compétitions. Le *naming* d'enceinte a donc moins de 10 ans en France, ce qui en fait un outil de communication encore récent et à fort potentiel. Le *naming* consiste à acquérir le droit de donner un nom d'entreprise et d'une marque, à un événement (Ashley, O'Hara, 2001), ou à un équipement indépendant du sponsor (Derbaix, Gérard et Lardinoit, 1994 ; Delattre, Aimé, 2010). À l'exception du *naming* de compétitions ce concept est lié à un territoire, que ce soit le cas d'un événement ou d'un monument architectural. Cependant, il existe une différence de temporalité entre ces deux types de *naming*. En effet, dans le premier cas, l'événement est ponctuel. À l'inverse, le *naming* de structure revêt un caractère permanent, l'enceinte accueillant des événements tout au long de l'année. Cette caractéristique fait de l'enceinte sportive et de son nom un élément architectural du paysage de son territoire.

Cette pratique a été étudiée dans différentes optiques, notamment comme un mode de financement privé de structures sportives, sous l'angle des facteurs clés de succès (Delatre, Aimé, 2010) ou de la stratégie de communication d'entreprise (Ashley, O'Hara, 2001). La présente recherche s'inscrit dans le prolongement de cette dernière dimension à travers le prisme du marketing territorial. Ce concept consiste en l'utilisation de techniques marketing par les décideurs publics locaux dans l'optique de développer l'attractivité du territoire (Vuignier, 2017) et de le différencier (Brun 2017). Dans ce contexte, la culture et le sport constituent deux leviers mobilisés abondamment par les territoires en tant que vecteurs de mobilisation et d'image (Meyronin, 2015). L'analyse du concept de *naming* sous l'angle du marketing territorial permet d'étudier l'apport du *namer* au territoire. Ainsi, cette recherche a pour objectif de définir les facteurs clés de réussite d'un *naming* dans cette optique.

Les auteurs ont choisi d'étudier le cas du Kindarena, palais des sports de Rouen, pour différentes raisons. Tout d'abord, ce cas a déjà été étudié par les auteurs, en tant que terrain de recherche et d'analyse de cas pédagogique. Ainsi, les relations permettant l'accès à l'information ont déjà été établies, ce qui a permis de bénéficier d'une opportunité d'accès à l'information. De plus, Ferrero, avec ses 1200 salariés en Seine Maritime, revendique son ancrage territorial : « *Aujourd'hui, l'activité française de Ferrero est concentrée sur quatre sites autour de Rouen :*

l'usine de Villers-Ecalles, les entrepôts de Grand-Quevilly et de Saint-Pierre-lès-Elbeuf et le siège social de Mont Saint-Aignan »[10]. Enfin, le Kindarena a été inauguré en 2012, cela permet aux acteurs un raisonnement sur les retombées obtenues et non pas uniquement sur des objectifs à atteindre. Deux entretiens semi-directifs ont été menés - entre juin et juillet 2019 - d'une part auprès de la collectivité, plus précisément auprès du directeur d'exploitation du Kindarena (DEK), et d'autre part auprès du directeur sponsoring de Ferrero (DSF). Le marketing territorial propose une image du territoire, reflet de l'offre territoriale multi-facettes (Vuignier, 2017). L'analyse des entretiens a permis de montrer que le Kindarena est considéré comme une marque territoriale. Pour le DSF « le Kindarena participe à l'attractivité du territoire ». Il s'agit d'un élément de dynamisme économique, grâce au tourisme qu'il développe, aux emplois qui y ont été créés. De plus, cette structure a des répercussions sur la qualité de vie, en offrant des spectacles au niveau local, et l'aménagement du territoire (restructuration de quartier). Par l'intermédiaire des médias, des sportifs, du public, des entreprises sponsors, des collectivités, des salariés de Ferrero, etc. le Kindarena bénéficie de communication : tous ces acteurs devenant ainsi des ambassadeurs de la marque (DEK et DSF).

Les facteurs clés de succès d'une stratégie de *naming* dans l'optique du marketing territorial ressortent de cette étude :

- L'ensemble des facteurs clés de succès d'une opération de *naming* doivent être réunis (structure neuve ou rénovée, de qualité, partenariat de longue durée, nom court, facilement mémorisable, légitimité et implication locale du *namer*) (DEK et DSF) ;
- Un *namer* qui s'implique financièrement et dans l'animation de la structure, i.e. met son réseau au service de l'enceinte (DEK et DSF) ;
- De nombreux spectacles organisés qui ciblent les résidents comme les touristes (DEK et DSF) ;
- Un *namer*, facilitateur des relations d'affaires entre les entreprises sponsors et qui rapprochent les décideurs locaux et les collectivités (DSF).
- L'établissement d'une relation « gagnant-gagnant-gagnant » entre collectivité, *namer* et résidents (DEK et DSF).

Les résultats de cette recherche donnent une nouvelle dimension au *naming*. Ainsi, le *naming* peut être envisagé comme prolongement de la communication des entreprises dont l'objectif est de s'ancrer dans un territoire donné. Cette dimension territoriale apporte un nouveau sens à cet outil de communication, notamment d'un point de vue local (rapprochement des acteurs du territoire), social (offrir des spectacles sportifs à tous les résidents) ou communicationnel en interne (satisfaction des salariés).

Bibliographie

Ashley G C., O'Hara M., (2001), « Valuing Naming Rights », *76ème Conférence Annuelle de l'Academy of Legal Studies in Business*, Albuquerque, New Mexico, 8-11 August.

Brun J., (2017), « Les acteurs ruraux dans la constitution de l'image de leur territoire », *Gestion et Management Public*, Vol 6, N° 1, 3, p. 25-39.

Delattre E., Aimé I., (2010), « Le « naming » : Une forme de parrainage originale », *Management & Avenir*, 5, 35, p. 51 – 70.

Derbaix C., Gérard P., Lardinoit T., (1994), « Essai de conceptualisation d'une activité

[10] https://www.ferrero.fr/ferrero-en-france/histoire-de-ferrero, consulté le 3 mars 2020.

éminemment pratique : Le parrainage », *Recherche et Applications en Marketing*, n°9/2, p. 43-67.
Meyronin B., (2015), « Marketing territorial. Enjeux et pratiques », 3ème édition. Éditions Vuibert, Paris.
Vuignier R., (2017), « La marque territoriale, outil de différenciation pour l'attractivité ? Etude empirique auprès de décideurs d'entreprise », Gestion et Management Public, 3, 6, 1, p 59-75.

Ce qu'il faut retenir :
Cette communication examine le *naming* sous l'angle du marketing territorial. À partir de l'analyse du cas du Kindarena, les auteurs déterminent les facteurs clés de succès d'une stratégie de *naming* territoriale, apportant une nouvelle conception du *naming*, qui trouve un écho au niveau territorial, social et de communication interne.

La glocalisation du sport en Chine : le cas du marché du ski dans le contexte des JO de Pékin de 2022.

WAQUET Arnaud - Maître de conférences
URePSSS - Université de Lille
arnaud.waquet@univ-lille.fr

MISCHLER Sarah - Maître de conférences
E3S (UR-1342) - Université de Strasbourg
sarah.mischler@unistra.fr

Mots-clés : glocalisation, Chine, marché du ski, stratégie internationale - adaptations locales

Bien qu'enraciné historiquement dans les monts Altaï il y a 10 000 ans, le ski chinois connait un développement contemporain à partir de 1996 avec la création d'une première station "à l'occidentale" à Yabuli (Nord-Est de la Chine) pour y accueillir les Jeux Asiatiques d'Hiver. S'en suit au cours des années 2000 et plus encore depuis l'attribution des Jeux olympiques d'hiver à Pékin en 2022, une augmentation du nombre de stations de ski (plus de 750 en 2018 et un objectif de 1000 en 2022). Plus que sportif, l'objectif officiel du gouvernement chinois est de créer une économie intérieure des pratiques 'de glace et de neige' avec un objectif chiffré de 300 millions de Chinois qui auront fréquenté au moins une fois une station de sports d'hiver d'ici 2030.

Compte tenu de ce développement à marche forcée, la Chine emprunte aux pays et entreprises experts des sports d'hiver et de montagne leurs savoir-faire et leurs méthodes de développement. Toutefois, les contraintes du marché chinois et la culture de la population chinoise montrent d'ores et déjà les limites d'un copier-coller du modèle global (occidental/alpin). C'est sur cette nécessité d'adapter une offre globale aux priorités locales que notre recherche se focalise afin de comprendre les spécificités du marché du ski en Chine et proposer une analyse glocale de son développement. Pour se faire, nous utilisons le cadre théorique de la glocalisation (Giulianotti & Robertson, 2007) afin de comprendre le niveau d'acceptation du ski dans la culture chinoise et nous nous appuyons sur une série de publications à propos de la glocalisation d'une offre commerciale en Chine. En effet, de nombreux travaux portent sur la nécessaire adaptation locale de stratégies globales de la part de compagnies internationales afin d'être en accord avec les habitudes de consommation en Chine (Disneyland, Starbucks, Mc Donald's, NBA).

Pour étudier la glocalisation du marché du ski en Chine, nous avons mené une étude de terrain en décembre 2018 à partir d'observations participantes dans 11 stations de ski à Pékin et dans les provinces du Hebei, du Liaoning, du Jilin et du Heilongjiang. Nous avons aussi réalisé des entretiens semi-directifs avec des acteurs du ski en Chine notamment des managers de stations de ski et des pratiquants.

À partir de nos résultats, la première étape de notre analyse consiste en l'élaboration d'une typologie des pratiques et des stations de ski en Chine. Cette typologie est une étape clef de

notre démonstration car elle révèle la différence importante qu'il existe entre le marché du ski en Chine et le modèle occidental/alpin. En s'appuyant sur la typologie élaborée, nous insistons ensuite sur la nécessité pour les compagnies internationales spécialistes du ski (équipementiers, distributeurs, professionnels du tourisme, etc.) de ne pas baser leur offre sur le modèle occidental, mais de réfléchir à une stratégie de glocalisation de leur offre afin de l'adapter aux habitudes de pratique du ski en Chine. Les résultats obtenus proposent que cette offre glocale s'appuie sur six priorités locales : les skieurs sont presque tous débutants, le temps de pratique est très réduit, les contraintes de temps et de transports sont importantes, les motivations premières à la venue en station ne sont pas la pratique du ski, le climat est rude et la crainte des blessures est très présente.

De façon générale, nos observations et entretiens montrent que le développement du ski en Chine est suffisamment important pour faire du modèle dit 'hybride' de la glocalisation un standard minimum de la stratégie de développement en Chine des entreprises internationales. Toutefois, et pour aller plus loin dans l'analyse, nous souhaitons également insister sur le fait que le nombre de skieurs chinois est désormais suffisamment élevé (19 millions par an) pour permettre aux entreprises chinoises d'aller plus loin dans la personnalisation de leur offre sans aucun risque industriel et/ou commercial. Dans un contexte de démocratisation des loisirs en chine, notamment pour les classes moyennes supérieures, la projection de 120 millions de pratiquants de 'planche(s) à neige' sur le marché domestique (Vanat, 2018) accélère dès aujourd'hui la spécialisation de l'offre aux marchés chinois voire donne aux Chinois la possibilité de transformer le modèle global basé sur le modèle occidental/alpin.

En effet, en observant le développement des stations de ski indoor et synthétiques, nous souhaitons insister sur le fait que le marché chinois développe un modèle glocal dit de 'transformation' du modèle global ; c'est-à-dire une offre de pratique du ski qui transcende le modèle global basé lui-même sur une vision occidentale de la pratique (à savoir sur une neige naturelle, en montagne, lors de vacances et loin des centres-ville). L'essor d'une pratique artificielle du ski en Chine remet en question le modèle occidental du ski. À l'avenir, nous parions que la mondialisation du ski profitera de cette "néoglocalisation". Les pays occidentaux au marché du ski mature pourraient probablement connaître une asianisation (Horton, 2011) de leur culture et de leur pratique et les marchés émergents du ski préférer le modèle 'chinois' au modèle 'occidental/alpin'. Ces nouveaux domaines skiables indoor urbains ou synthétiques représentent un concentré des nouveaux processus de développement des loisirs sportifs qui offrent de nouveaux horizons au ski à l'échelle mondiale. Ils sont aussi les symboles de l'artificialisation, l'indoorisation, la digitalisation et la gamification des loisirs sportifs ; autant de processus amenés à se développer afin de satisfaire les jeunes consommateurs urbains ultra-connectés que toutes les entreprises internationales étudient pour mieux les séduire.

Bibliographie

Giulianotti, R., et Robertson, R. (2007). Forms of Glocalization: Globalization and the Migration Strategies of Scottish Football Fans in North America. *Sociology*, 41 (1), 133-152, https://doi.org/10.1177/0038038507073044

Horton, P. (2011). Sport in Asia: Globalization, Glocalization, Asianization. *New Knowledge in a New Era of Globalization*, Advanced online publication August 1st. Piotr Pachura, IntechOpen, DOI: 10.5772/21231. Available from: https://www.intechopen.com/books/new-knowledge-in-a-new-era-ofglobalization/sport-in-asia-globalization-glocalization-asianization/. Accessed 28 February 2019.

Liu, G., et Liu, Y. (2009). Research of the Ski History of Chinese Northern People. *China Winter Sport*. (1)
Svensson, G. (2001). “Glocalization” of business activities: A “glocal strategy” approach. *Management Decision*, *39* (1), 6–18, https://doi.org/10.1108/EUM0000000005403
Vanat, L. (2018). International Report on Snow & Mountain Tourism - Overview of the key industry figures for ski resorts.
Zhou, L., Wang, J. J., Chen, X., et al. (2017). The development of NBA in China: a glocalization perspective. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, *18*(1), 81-94, https://doi.org/10.1108/IJSMS-05-2016-0013

Ce qu’il faut retenir :

- Le marché du ski est actuellement en plein essor en Chine, mais le modèle de pratique est différent du modèle occidental.
- Les firmes internationales doivent développer une stratégie de glocalisation basée sur les priorités locales afin d’adapter leur offre aux habitudes de pratique du ski en Chine.
- On peut parier sur une transformation du modèle global du marché du ski basé sur le modèle occidental/alpin du ski
- Les pays occidentaux au marché du ski mature et les marchés émergents pourraient probablement connaître une asianisation de leur modèle de développement du ski.

Le sport au XXIe siècle

Équipe nationale de football : définition et redéfinition à l'aune de la globalisation.

ALEM Amr - Doctorant
Université de Caen
amr.alem@unicaen.fr

Mots-clés : nation, nationalité, globalisation, sport

Introduction

Dès l'antiquité, les Cités grecques voyaient leurs héros, entre deux éditions des Jeux Olympiques, passer d'une ville à l'autre. Le début du XXème siècle, avec l'émergence du mouvement sportif, allait voir se poser, de même, des questions ponctuelles autour de la nationalité, comme l'un des éléments fondamentaux de la construction du système sportif.
Des questions d'autant plus récurrentes, ces deux dernières décennies, dans le sillage d'une globalisation générale de l'économie mondiale et de la montée en puissance des enjeux politiques et financiers autour du sport.

Contexte

À partir de là, le concept de la nationalité se trouve aujourd'hui, dans le sport, au carrefour d'un grand nombre de considérations, d'ordre sociopolitique, juridique et économique. Trois champs qui seront étudiés au cours de cette présentation. Cette posture de recherche s'appuie sur le constat suivant : le sport mondial a vécu depuis les années 1990 un basculement majeur de son modèle économique, et par extension politique et sociale.

À ce titre, l'essence de de la nationalité sportive a été l'un des vecteurs, et sa prépondérance l'un des résultats de l'évolution du sport associatif (amateur) vers son antithèse gémellaire, le sport industriel (professionnel). Ces changements clés ont généré et génèrent encore des adaptations réglementaires et parfois légales, et affirment une définition de la nationalité bien propre au sport. L'angle choisi à l'étude ici est celui des équipes nationales de football, en ce sens qu'elles représentent les enjeux à l'œuvre à ce sujet, cristallisant à la fois ses considérations sportives, économiques et politiques. Nous nous demanderons, à l'aide de ce terrain de recherche, en quoi le sport globalisé réinterroge-t-il le concept de nationalité ?
Et si, à l'instar d'autres secteurs marchands, il en confirme la propension à l'effacement.

Méthodologie

Pour étudier ce phénomène aussi bien sur le plan théorique que pratique, une méthodologie double est mise en place :

- La première, d'ordre qualitatif, verra se déployer une revue de littérature retraçant la redéfinition de la place de la nation à l'ère de la globalisation, ainsi que les linéaments définitionnels de son unité de mesure, à savoir le concept de nationalité et des débats entourant son apposition au terrain sportif. Aussi, cette approche qualitative sera nourrie avec sept entretiens semi-directifs réalisés à l'occasion de séjours scientifiques, sur cette question, avec deux ex et actuels seniors managers (*N. CHAMEROIS, A. SABBAH*) à l'*International Olympic Committee* (IOC), trois chercheurs (*Y. HAFFNER, R. POLI, L.*

RAVENEL) spécialistes des mouvements de mobilités dans le football au Centre International d'Étude du Sport (CIES), ainsi que deux universitaires (J.L. CHAPPELET, P. CLASTRES) de l'*Université de Lausanne* (UNIL), respectivement spécialistes en gouvernance du sport et en histoire du sport.

- La deuxième, d'ordre quantitatif, reposera sur une base de données portant sur l'évolution des joueurs nés à l'étranger en Coupe d'Afrique des Nations entre 2000 et 2019. L'objectif derrière ce choix est double : de manière générale il vise à explorer, chiffres à l'appui, dans un contexte mondial puis dans un autre continental, la redéfinition d'une équipe nationale à l'ère de la globalisation par le volume et l'intensité de la présence de joueurs nés à l'étranger dans ses effectifs, et donc, les termes de sa redéfinition à l'aune de la globalisation.

Bibliographie

Andreff, W. (2012). *Mondialisation économique du sport*. Louvain-la-Neuve, Belgium : De boeck
Guillaumé, J. (2011). L'autonomie de la nationalité sportive,(doctr. 5). *Journal du droit international*, (2), 313-336
Lajous, M. (2012). Jeux et enjeux autour des questions de nationalité sportive. *Diriger le sport. Perspectives sur la gouvernance du sport du XXe siècle à nos jours, CNRS Éditions*
Oswald, D. (2006). La nationalité dans le sport. Enjeux et problèmes.

Émergence du padel tennis en France : les facteurs discriminants de la demande.

BARGET Éric - Maître de conférences
Département STAPS - Université de Limoges - Laboratoire OMIJ / CDES
eric.barget@unilim.fr

LUCY Guillaume - Doctorant

Mots clés : nouvelle pratique, padel tennis, fonction de demande, variables discriminantes

Introduction et objectif

Le padel tennis qui connait un succès fulgurant en Espagne, commence son implantation en France, en s'appuyant au départ principalement sur les structures commerciales, soit dédié à ce sport, soit l'associant à d'autres disciplines telles que le soccer five. La fédération qui a été conciliante avec cette offre commerciale souhaiterait que les clubs de tennis s'emparent de cette nouvelle discipline pour booster leur développement et se diversifier. Ce nouveau domaine d'activité stratégique implique pour les structures associatives d'identifier le type de public le plus à même d'être intéressé par la pratique de ce sport, et donc de prendre les décisions de nature à les attirer. C'est pourquoi l'objectif de cette présentation consistera à analyser les variables influant sur la demande potentielle de padel.

Cadre théorique et problématique

La démarche relève des sciences économiques dans la mesure où il va s'agir d'identifier les facteurs discriminants de la demande de padel. L'approche est de nature empirique à la fois par l'exploitation statistique des données et l'usage de l'économétrie. Plusieurs temps peuvent être distingués. D'abord, nous commençons par apprécier de manière globale la perception de cette activité nouvelle par les non-pratiquants de padel tennis. Ensuite, nous cherchons à repérer les variables socio-démographiques qui sont discriminantes dans le fait d'avoir eu connaissance de cette activité et d'avoir envie d'en découvrir la pratique. Enfin, l'attention est portée sur l'appétence à découvrir le padel en fonction des sports auxquels les individus s'adonnent déjà. L'influence des autres sports de raquette sera tout particulièrement étudiée.

Méthodologie de recueil et traitement des données

Les données ont été collectées à partir de questionnaires administrés par interviews en face à face à un échantillon de 1 470 individus regroupés en 5 catégories homogènes : les licenciés de tennis, le grand public, les spectateurs tennis (Open WTA de Limoges), les étudiants, les pratiquants sportifs en club. Le questionnaire compte 25 questions fermées, la première étant une question filtre permettant de distinguer les individus ayant déjà pratiqué le padel et ceux qui n'ont jamais découvert cette activité. Chacune de ces deux catégories de populations faisait ensuite l'objet d'une série de questions spécifiques destinées respectivement à dresser le profil des pratiquants, et à cerner les attentes potentielles des non-pratiquants. Au niveau du traitement des données, des corrélations statistiques sont recherchées afin de repérer les facteurs discriminants de la demande potentielle des non-pratiquants (envie déclarée de pratiquer, intérêt pour une initiation gratuite…).

Principaux résultats

Il apparaît que pour les pratiquants, ils ont connu le padel grâce à une connaissance (55 %), la motivation principale est le loisir avec 84,3 %, la fréquence reste occasionnelle pour 74,9 %, en installation couverte pour 67,5 %, en structure marchande pour 59,7 %, et à 79 % à plus de 5 kms du domicile. Pour ce qui est de la demande potentielle des non-pratiquants, seulement 41,7 % d'entre eux connaissent ce sport, pourtant 69,8 % ont envie de le pratiquer après visionnage de la vidéo, et 63,2 % sont intéressés par une initiation gratuite. Ils souhaitent d'abord s'amuser, et pratiquer en installation couverte de préférence (39,5 %), la météo étant un frein à la pratique pour 68,9 % d'entre eux. Leur préférence va aux structures associatives (45,9 %), aux terrains municipaux (42,6 %) et seulement pour 18,4 % aux structures marchandes. Pour ce qui concerne les variables déterminantes de la demande potentielle, il apparaît que les hommes ont davantage envie de pratiquer (75,4 % pour 61,5 %), les femmes sont plus sensibles aux conditions de pratique (demande d'installations couvertes et d'un encadrement pour débuter). Du point de vue de l'âge, les seniors (+de 60 ans) connaissent moins ce sport et sont moins tentés de le découvrir (43,1 % contre 69,8 % sur l'ensemble). Du point de vue de la catégorie sociale, la demande est forte pour les étudiants, les CSP+ et les CSP- (absence d'effet revenu) et nettement moindre chez les retraités. Enfin, les adeptes de sports de raquettes sont plus ouverts sur cette discipline complémentaire de leurs pratiques.

Préconisations et conclusions

Le frein au développement du Padel n'est pas tant l'envie de pratiquer que la méconnaissance du sport et la difficulté à franchir le cap de la pratique. En effet, ce qui ressort de cette enquête est une envie de pratiquer si l'occasion de pouvoir tester ce sport se présentait. On ne peut ainsi qu'insister sur la nécessité de mise en place de séances de découverte avec une communication forte sur la mise en place d'un tel événement. Cela peut passer par l'invitation d'employés d'entreprises, de joueurs de clubs. La méthode de découverte du Padel ressortant dans l'enquête est le bouche-à-oreille. Il est alors important de diversifier les publics invités afin de rompre la barrière sociale pouvant limiter la transmission d'informations entre les personnes.

Bibliographie

Cooke.A. (1994), *The Economics of Leisure and Sport*, Routledge, New-York, 264 p.

FFT (2018), *Étude nationale padel*, Paris.

Guy.J. (2018), *Le développement d'un nouveau sport – le padel tennis – au sein d'une structure privée, rapport de stage management du sport*, Département STAPS, Université de Limoges, juin 2018.

Vailleau.D., Barget.E., & Andrier. M. (2005), Le diagnostic sportif territorial : associer les acteurs, in P.Bouchet et C.Sobry (Eds.), *Management et marketing du sport : du local au global*, Villeneuve d'Ascq, Éditions Septentrion.

Winand.M., Qualizza.D., Vos.S., Scheerder.J. & Zintz.T. (2013), Fédérations sportives innovantes : attitude, perceptions, et champions de l'innovation, *Revue interdisciplinaire management, homme, entreprise*, 2, 6, 5-20.

Ce qu'il faut retenir :

- Si une faible proportion de la population pratique le padel, ils sont pratiquement la moitié à connaitre cette activité et une forte proportion est potentiellement intéressée par la découverte de ce sport.
- La pratique du padel intéresse davantage les personnes ayant pratiqué des sports de raquette, notamment le tennis, le badminton et le squash.
- La demande potentielle de pratique s'adresse prioritairement au secteur associatif ce qui laisse de belles perspectives aux clubs de tennis souhaitant diversifier leur offre.
- Ce travail donne des indications sur le type de publics le plus intéressé par ce sport et semble indiquer que la population étudiante ou de jeunes célibataires pourrait être ciblée en priorité.

Le « double projet » des étudiants sportifs de haut niveau : de l'éclairage empirique aux dispositifs d'accompagnement universitaires.

DIMEGLIO Isabelle - Maître de conférences
Laboratoire d'Économie et de Sociologie du Travail (LEST-UMR7317) - Aix-Marseille Université
isabelle.dimeglio@univ-amu.fr

DELALANDRE Mathieu - Maître de conférences
Analyse Comparée de pouvoirs ACP (ACP- EA 3350) - Université Gustave Eiffel
matthieu.delalandre@u-pem.fr

DUMAS Audrey - Maître de conférences
Centre de Droit et de Développement Economique (CDED-EA 4216) - Université de Perpignan Via Domitia
audrey.dumas@univ-perp.fr

MOLINARI Mickaële - IGE,
Centre d'Étude et de Recherche sur les Qualifications (CEREQ)
mickaele.molinari@cereq.fr

Mots-clés : double projet, université, parcours de formation, dispositif d'accompagnement, étudiants, sportif de haut niveau

Introduction et objectifs

De nombreux sportifs de haut niveau (SHN) cumulent préparations sportives et études voire activités professionnelles avec une grande diversité de configurations, parfois difficiles à tenir, malgré les directives politiques encourageant le double projet. La période post-bac semble particulièrement problématique : la question du choix de l'investissement temporel devient plus prégnante et moins dépendante des décisions familiales, la formation universitaire est moins encadrée, ce qui nécessite davantage d'autonomie et de motivation, les échéances sportives deviennent plus cruciales… Nous nous proposons d'éclairer empiriquement la diversité des configurations, d'identifier les déterminants qui influencent la « qualité » du double projet et ses difficultés de mise en œuvre, afin de proposer des orientations managériales à destination des politiques sportives universitaires.

Cadre théorique et problématique

La question de la reconversion professionnelle s'inscrit dans le cadre législatif du « double projet », mais sa mise en œuvre apparaît problématique à bien des égards. Il serait en outre plus juste, au regard de la littérature, de parler des différentes formes du double projet plutôt que du double projet de façon générale. Bouchetal Pellegri et al. (2006) mettent ainsi en exergue quatre types de modèles de mise en œuvre du double projet. Les travaux de Javerlhiac et de ses collaborateurs (Javerlhiac et al., 2010 ; Javerlhiac et al., 2011 ; Javerlhiac, 2015) ont mis en évidence que les athlètes entretiennent des rapports très différents au double projet selon le type de carrière dans les disciplines et les politiques fédérales à l'œuvre. Ces travaux mettent en

évidence une tension entre « pouvoir et vouloir se former », si tout est possible dans les textes, les contraintes morales, symboliques ou encore celles dues à la complexité des emplois du temps des SHN rendent parfois impossible dans les faits la conduite du double projet. Ensuite, les SHN eux-mêmes ne sont pas toujours « volontaires » et conscients de la nécessité de préparer l'avenir par un projet de formation alors qu'ils sont orientés principalement vers la performance. Enfin, il faut souligner le rôle ambigu de l'État qui a légiféré sur le double projet tout en fermant les yeux sur le fait que beaucoup de fédérations ne le mettent pas en œuvre. Les discours de nombre d'athlètes interrogés dans les enquêtes s'accordent sur un point : mener à bien le double projet relevé du défi (Delalandre et Demeslay, 2015). D'autres travaux ont mis en évidence d'autres facteurs qui affectent l'insertion des jeunes et les parcours professionnels : situation sociale et familiale, mobilité géographique, mais aussi rapport aux études et au travail. La question du lien entre les projections des jeunes sur l'avenir et la mise en œuvre du double projet est encore peu étudiée. Il s'agit ici d'identifier les facteurs individuels et institutionnels qui encouragent/freinent les doubles projets à l'université et d'interroger par-là, la pertinence des dispositifs d'accompagnement à l'œuvre sur le territoire.

Méthodologie

Une enquête par questionnaire sera diffusée auprès des étudiants sportifs de haut niveau d'Aix-Marseille Université. Sur ce même terrain, des travaux exploratoires antérieurs ont permis d'observer nombreuses situations d'étudiants ayant choisis leur cursus de formation par défaut souvent fonction des pratiques usuelles du club ou pôle et des aménagements d'études proposés avec des cas d'abandons fréquents. Nous caractériserons le vécu universitaire des SHN sur trois dimensions : leur choix d'orientation en portant une attention particulière sur le caractère choisi/subi de la formation suivie ; leur satisfaction et les difficultés ressenties ; les conditions matérielles dans lesquelles évolue le sportif. Nous appliquerons une analyse factorielle (ACP ou ACM) sur les variables composant chaque dimension. Cette analyse typologique nous permettra de mieux appréhender le vécu des sportifs et de construire des indicateurs synthétiques caractérisant la qualité du double projet. Dans un second temps, nous évaluerons les facteurs affectant la « qualité » du double projet, par des statistiques descriptives et des modèles économétriques. Les facteurs explicatifs porteront sur les caractéristiques individuelles et particulièrement sportives des SHN (discipline sportive, soutien fédéral, durée de carrière, palmarès sportif…) et les caractéristiques organisationnelles de leur double projet (tutorat, sessions d'examens décalés, distance au lieu d'entraînement…).

Résultats attendus

Ce travail exploratoire permettra de présenter un état des lieux du double projet, de la manière dont il est vécu, des facteurs de réussite et des freins individuels et environnementaux. Au regard de ces freins et des besoins identifiés, il s'agira de déterminer des axes d'amélioration du dispositif de suivi et d'accompagnement à l'œuvre au sein d'Aix-Marseille Université et d'interroger, dans le cadre du schéma de développement du *sport* en Provence - Alpes - Côte d'Azur, les stratégies coopératives possibles avec les parties prenantes territoriales (DRDJSCS, Région, CREPS, CROS, Pôles, Clubs…) afin de faciliter la réalisation du double projet.

Bibliographie

Bouchetal Pellegri, F., Leseur, V. et Debois, N. (2006). *Carrière sportive. Projet de vie*. Paris, INSEP.
Delalandre, M. et Demeslay, J. (2015). Prises sur le futur et articulation des temporalités chez les sportifs de haut niveau, *Temporalités* [En ligne], 22. URL : http://temporalites.revues.org/3321
Javerlhiac, S. (2015). Se reconvertir et anticiper l'après-carrière. Dans S. Landa (dir.), *Sport,*

éducation et formation en Europe. Un double projet pour une double vie (p. 77-84). Angers, Agence Com1ne.
Javerlhiac, S., Bodin, D. et Robene L. (2010). Préparer sa reconversion, entre engagement personnel et contraintes sportives. *Terrains & travaux*, 17(1), 75-91.
Javerlhiac, S., Leyondre, F. et Bodin, D. (2011). Sportifs de haut niveau et double projet : entre bonnes intentions et faisabilité. *International Journal on Violence and School*, 12, 26-58.

Ce qu'il faut retenir :
Cette communication vise une compréhension des déterminants du double projet pour les étudiants SHN sur la base de laquelle des préconisations d'amélioration des dispositifs d'accompagnement universitaire seront proposées.

Le métier des sportives de haut niveau en tennis.

FONTAINE Marine - Doctorante en 2ème année STAPS
UFR STAPS, Atelier SHERPAS, Université d'Artois, URePSSS, EA7369, France
marine_fontaine1@ens.univ-artois.fr

Mots-clés : tennis, féminin, métier, organisation, précarité, genre

Résumé de la communication
La pratique sportive au plus haut niveau suppose un engagement intensif et un mode de vie (Papin, 2008 ; Laillier, 2017) entièrement orienté vers la recherche de la performance. Même si les carrières semblent incertaines, fragiles, voire précaires (Fleuriel, Schotté, 2008 ; Roderick, 2006 ; Sorignet, 2010), les sportifs adoptent un investissement total qui empêche la conciliation avec d'autres activités : personnelles, professionnelles, familiales (Forté, 2008). L'objectif de cette enquête est d'examiner les conditions de pratique, de formation et de carrière des joueuses de tennis de haut niveau. Notre but est de réfléchir à l'optimisation du modèle de la fabrique de haut niveau chez les femmes et de contribuer à l'amélioration des conditions sociales d'existence des pratiquantes.

À ce jour, à quelques exceptions près (Mennesson, 2004), peu de travaux portent sur les carrières des sportives de haut niveau. Il en va ainsi du tennis, qui figure pourtant parmi les sports historiquement investis par des femmes (Bohuon, Quin, 2012 ; Louveau, 2006 ; Terret, 2007). Au tennis, comme dans les compétitions d'athlétisme ou de golf, le travail sportif est rarement rémunéré sur la base de contrats de travail engageant des revenus réguliers. Dans les faits, on constate plutôt ce que décrit la théorie économique des tournois, soit une rémunération indexée sur les résultats sportifs en priorité. L'organisation du tennis repose sur une concentration de gains vers l'élite. Si nous prenons l'exemple de Roland-Garros, l'un des plus grands événements mondiaux, les sommes remportées par les joueurs doublent pratiquement d'un tour à l'autre. Il apparaît donc un modèle économique permettant à l'élite de gagner énormément d'argent au détriment d'autres sportifs qui nourrissent le circuit en s'investissant tous les jours pour leur projet sportif. Des chiffres interpellant viennent illustrer ce propos : en 2014, d'après une enquête de la Fédération Internationale de Tennis, 3 900 joueurs sur 8 874 chez les hommes et 2 212 sur 4 862 chez les femmes n'ont obtenu aucun gain. Cette étude montre également que le seuil de rentabilité se situe au 336ème mondial pour les joueurs et au 253ème pour les joueuses c'est-à-dire qu'au-delà de ce classement, les sportifs « perdent de l'argent ». Cette réalité est d'autant plus significative pour les femmes. Bien que le haut niveau soit aussi formalisé et rationnalisé chez les hommes que chez les femmes, il existe encore des conditions concrètes d'exercice qui amènent une division sexuelle de la pratique (Louveau, 2012). Malgré les différentes évolutions comme l'accès à la pratique sportive pour toutes les femmes (Louveau, 1998 ; Barbusse, 2016), certaines inégalités persistent au niveau de la gratification des sportifs, de la médiatisation, des sponsors, de l'accès aux listes ministérielles. Si l'équité des gains est assurée en Grand Chelem, elle n'est pas toujours effective dans les tournois du circuit dit secondaire. Cet écart s'accentue d'autant plus avec l'impact des médias qui permettent aux « superstars » (Rosen, 1981) d'augmenter leurs revenus grâce aux sponsors et aux contrats publicitaires signés à la faveur de leur exposition médiatique.

Tous ces constats nous amènent à nous demander : dans quelle mesure le tennis, sport économiquement dynamique, participe à la production de la précarité des sportifs et plus particulièrement à celle des sportives ?

Notre protocole de recherche privilégie les enquêtes de terrain situées au plus près des joueuses et du marché du travail avec des techniques de recherches complémentaires comme les entretiens et les questionnaires. Une enquête quantitative d'envergure permettra de caractériser précisément la population des joueuses classées : 1ère, 2ème, 3ème et 4ème série. En d'autres termes, nous identifierons leurs profils (socio démographique, culturel, économique, sportif, etc.), leurs dispositions et leurs habitudes de pratique dans chacune des catégories officielles identifiées. La technique du questionnaire ainsi que le traitement anonyme et statistique des données apparaissent comme les plus appropriés. Les données recueillies et leur analyse permettront ensuite de réaliser une typologie et de caractériser la population mère en vue d'un travail qualitatif souhaité par la suite. Cette enquête permettra de mesurer le poids des variables organisationnelles (tournois, conditions de pratique, etc.), fédérales (centres de formation, statut SHN, etc.) et individuelles (conditions familiales, etc.) qui participent à la création de trajectoires différentes. Pour cela, une trentaine d'entretiens semi-directifs seront menés.

Nous profitons de cette communication pour vous présenter les premiers résultats de l'enquête quantitative menée à partir du 2 mars 2020. Nous émettons l'hypothèse qu'il existe une diversité de profils qui s'homogénéise au fur et à mesure que l'on approche des meilleurs classements.

Bibliographie

Barget E. et Teste T. (2009). Les déterminants de la performance des tennismen professionnels : les apports de la théorie des tournois, dans Bayle. E et Crognier L. (Eds.), *Le tennis dans la société de demain*, Éditions AFRAPS de Montpellier.

Bourg, Jean-François. (2008). Les très hauts revenus des Superstars du sport. Un état des approches théoriques et empiriques, *Revue d'économie politique*, vol. vol. 118, no. 3, pp. 375-394.

Davisse, A. et Louveau C. (1998). *Sport, école, société : la différence des sexes*, Paris : L'Harmattan.

Fleuriel S, Schotté M. (2008). *Sportifs en danger, la condition des travailleurs sportifs*, Éditions du Croquant, coll. « Savoir/Agir », 109 pages.

Sorignet, P.-E. (2004a). Sortir d'un métier de vocation : le cas des danseurs contemporains. *Sociétés contemporaines*, (56), 111-132

Ce qu'il faut retenir :

Globalement, notre travail sera de comprendre si le tennis bénéficie d'un cadre professionnel propice à l'exercice d'un métier et au développement d'une carrière ainsi que les leviers permettent aux joueuses de se maintenir et de performer dans ce système extrêmement concurrentiel, sélectif, discriminant, inégalitaire, individualisé.

Le partenariat entre mouvements olympique et paralympique : quelle place pour les athlètes dans ce jeu économico-politique ?

GAN-DEMAIN Ariane - Doctorante contractuelle
Université Paris Saclay - Faculté des Sciences du Sport - Laboratoire « Complexité, Innovation, Activités Motrices et Sportives »
Ariane.gan@u-psud.fr

CHARRIER Dominique - Maître de conférences HDR
Université Paris Saclay - Faculté des Sciences du Sport - Laboratoire « Complexité, Innovation, Activités Motrices et Sportives »
dominique.charrier@u-psud.fr

MARTEL Ludovic - Maître de conférences
Université de Corse - Département STAPS - UMR « Lieux, Identités, eSpaces et Activités »
martel_l@univ-corse.fr

Mots clés : Jeux paralympiques, histoires d'athlètes, Comité International Paralympique, Comité International Olympique.

Résumé de la communication
Cette communication a pour objet de proposer des clés de compréhension pour analyser pourquoi et comment l'étroite relation entre le mouvement olympique et le mouvement paralympique influence significativement les politiques sportives en faveur des publics en situation de handicap et les orientations de vie des para-athlètes dans leurs pays respectifs.

Depuis sa création en 1989, le Comité International Paralympique (IPC), organisation structurante et garante du sport paralympique, adopte une position complexe à l'encontre du mouvement « valide » ou olympique. Cette position oscille entre affirmation d'une indépendance du mouvement et une inféodation inévitable au « validisme » (Campbell, 2008). En outre, le sport de haut niveau est porté par les référentiels de performances et d'images olympiques renvoyant dès lors à l'imposition d'une norme, la norme validocentrique (Martel, 2010). La notion de performance apposée au référentiel valide suppose que nous évoquons des sportifs para et olympiques, pour lesquels « battre des records » universels est l'ambition première. Par ailleurs, la question de l'image olympique renvoie également à l'image du corps sportif dans notre société, donc à la médiatisation sportive. Mignon (2007) met en perspective deux performances que sont « la performance sportive qui assure l'accès à une première notoriété, et la mise en scène de soi qui permet la gestion d'un capital de célébrité ». Cette double acceptation de la performance est d'autant plus déterminante que nous parlons, ici, de la mise en scène du corps sportif en situation de handicap.
La stratégie de coopération entre olympisme et paralympisme se concrétise statutairement dès 1999 par la signature d'un accord de coopération permettant aux Jeux Paralympiques de s'intégrer à la suite des Jeux Olympiques, l'utilisation du terme « lympique » découlant d'une reconnaissance médiatique de l'évènement parasportif international (Tweedy et Howe, 2011).

Le mouvement « lympique » se matérialise économiquement en 2001 par un accord permettant la redistribution d'une partie des droits TV et marketing des Jeux Olympiques et Paralympiques au Comité d'organisation des Jeux Paralympiques. Notons qu'actuellement, il n'existe qu'un comité d'organisation réunissant les deux mouvements. Mais existe-t-il réellement un mouvement « lympique » ? Si chacune des deux entités fondatrices revendique leurs individualités, leur coopération est catalysée par les textes d'orientation qui, ayant repris le concept d'inclusion dans leur orientation politique, impulsent les décisions politiques des organisations sportives. Par ailleurs, l'inclusion est ancrée dans la philosophie générale de l'IPC puisque dès sa création en 1989, ce dernier est « responsible for the intégration of sport for the disabled into the able-bodied world » (Gérard et Zintz, 2017). C'est pour cette raison qu'en 2011, lors de son assemblée générale, l'IPC s'est engagé, de manière informelle, à dynamiser la réintégration des disciplines inscrites au programme paralympique au sein des fédérations internationales « valides ». Cette posture a pour conséquence une possible disparition progressive des fédérations spécifiques au handicap au profit d'une inclusion de la pratique paralympique voire olympique.

De cette décision s'ensuit une transformation du fonctionnement paralympique impliquant de nouveaux modes de gestion du sport et handicap aux échelles nationales. En effet, les enjeux de ce rapprochement informel sont déterminants dans la construction de la carrière sportive des athlètes qui sont au cœur des impacts de chaque décision. Notre étude porte sur les résultats ambivalents que peuvent avoir les décisions des politiques nationales d'inclusion en matière de handicap, mais également celles de l'IPC sur les constructions des carrières des para-athlètes. Pour ce faire, nous avons mis en place un dispositif méthodologique permettant de retracer les grandes étapes des carrières d'athlètes paralympiques ayant connu une situation litigeuse.

Au travers des histoires de vie de 7 athlètes de 3 nationalités, nous avons cherché à appréhender :

- si le mouvement paralympique véhiculait une image d'inclusion sociale du handicap ou s'il se limitait à la création d'un spectacle sportif international,
- si les évolutions de la relation entre olympisme et paralympisme modifiaient significativement les règles générales du fonctionnement paralympique (quotas, classifications, acteurs, *etc…*),
- enfin, si ces évolutions étaient génératrices de situations litigieuses pouvant modifier la carrière sportive de l'athlète.

Dans cette communication, nous présentons le cheminement de vie de ces athlètes ayant connu et dépassé des situations conflictuelles engendrées par les évolutions de fonctionnement du mouvement paralympique. Notons que la question du *litige* ou du *conflit* ne soit pas traitée par le prisme Durkheimien (1897) ou Parsonien (1951) lesquels considèrent le *litige* comme une menace ou un dysfonctionnement de l'ordre social. Nous avons privilégié l'approche de Simmel (1998) et de Touraine (1997) qui voient dans le *conflit* un vecteur de changement bénéfique à la production d'une société.

Bibliographie

Campbell, F. A. K. (2008). Exploring internalized ableism using critical race theory. *Disability & Society*, *23*(2), 151-162. doi:10.1080/09687590701841190.

Gérard, S. et Zintz, T. (2017). The IPC as a change-maker? Insights from the insitutional theory. *Diagoras : Academic Journal on Olympic Studies*, *1*, 95 à 116.

Martel, L. (2010). *Les politiques d'insertion par le sport du MJS entre 1981 et 2002 : analyse comparée de deux publics, les jeunes des quartiers et les personnes handicapées*. Paris : Connaissances et savoirs.

Mignon, P. (2007). Les deux performances : Ce que les médias ont fait des sportifs. *Le Temps des médias*, *9*(2), 149. doi:10.3917/tdm.009.0149.
Tweedy, S. et Howe, P. D. (2011). Introduction to the Paralympic Movement. Dans *The Paralympic Athlete* (p. 1 à 30). International Olympic Committee.

Ce qu'il faut retenir :

- Les enjeux de la relation entre les mouvements olympique et paralympique.
- La place des athlètes paralympiques dans les engagements de l'IPC.
- Les impacts des décisions des institutions sportives sur les carrières d'athlètes.

Femmes, football et médias : un triplé gagnant ?

GOZILLON Audrey - Doctorante en STAPS
Atelier SHERPAS, URePSSS, EA 7369, équipe 3, Université d'Artois
audrey.gozillon@univ-artois.fr

Mots-clés : Football féminin, socio-histoire comparé, médiatisation, notion d'effets.

Longtemps considéré dans l'imaginaire collectif comme un « *fief de la masculinité* » (Elias et Dunning, 1986), le football féminin[11] s'est développé, notamment au cours des années 1970 dans de nombreux pays (Boniface et Gomes, 2019). Pourtant classé quatrième au ranking FIFA, le football féminin français accuse, encore aujourd'hui, un retard de développement (taux de féminisation de 7,4 % pour la saison 2015-2016), surtout si on le compare aux figures de proue internationales (Gozillon, 2019).

Dans l'ouvrage consacré aux influences réciproques et ambiguës entre sport et médias qu'il a dirigé, Alexandre Oboeuf (2015, 12) posait la question en ces termes : « *et si le pouvoir des médias était tel qu'ils peuvent, par un coup de baguette médiatique, bouleverser le destin d'un sport ?* ». Cette communication place le coup de baguette médiatique au cœur de l'analyse pour ce qui concerne le destin du football féminin. Dans le cadre d'une socio-histoire comparée (Noiriel, 2008 ; Charle, 2010), des footballs féminins du « Big Three féminin » (USA, Angleterre, Allemagne), l'étude d'un corpus constitué d'une vingtaine d'ouvrages/articles sociologiques et historiques ainsi que la réalisation d'entretiens semi-directifs menés auprès des responsables du football féminin, ont inscrit ce travail dans le courant des théories politiques de l'opinion. Cette dernière ayant renouvelé dès le début des années 1970 « *les conceptions sur le rôle de l'information en proposant* (…) *un retour à la notion d'effet* » (Maigret, 2007, 190). Trois d'entre eux ont pu être clairement identifiés comme ayant impacté le processus d'institutionnalisation du football féminin : l'effet d'amorçage (Iyengar et Kinder, 1987), l'effet d'agenda-setting (McCombs et Shaw, 1972) et l'effet de cadrage (Iyengar, 1991).

C'est au cours de la période des Vingt Décisives (années 1960-1970) que les médias anglais et allemand ont joué un rôle décisif dans le processus d'institutionnalisation de la pratique. En multipliant et affichant ouvertement leur soutien aux footballeuses par le biais d'articles de presse, les journalistes ont créé un effet d'amorçage qui a engendré, quelques mois plus tard, la reconnaissance fédérale de la pratique.

Aux États-Unis et en France, les médias se sont cantonnés à un rôle tardif de promotion du football féminin. C'est seulement en 1999 suite à la victoire de leur équipe nationale féminine lors de la Coupe du Monde de Football, que les Américaines ont bénéficié d'une réelle couverture médiatique. Cet intérêt soudain des médias peut être renvoyé à un effet d'agenda-setting qui a engendré quelques mois plus tard la création de la première fédération

[11] Cette dénomination renvoie à la catégorie officielle de pratique qui sépare formellement femmes et hommes. Ce raccourci est ici utilisé dans un souci de lisibilité bien qu'il fasse l'économie des apports de la sociologie du genre et des rapports sociaux de sexe, auxquels nous souscrivons.

professionnelle de football féminin (WUSA). En France, il a fallu attendre le début des années 2010 pour voir les footballeuses françaises bénéficier d'une véritable couverture médiatique. Mais à l'inverse du cas américain, c'est dans un premier temps l'impulsion de divers plans d'action comme celui du CSA qui a obligé les médias à accroître la visibilité des joueuses et à s'engager dans une lutte qui consiste « *à faire voir et faire valoir ce qui, en quelque sorte, est déjà « sous nos yeux »* » (Voirol 2005, 115). Dans un deuxième temps, c'est l'accueil de la 8ème édition de la Coupe du Monde Féminine (2019) pour la première fois de son histoire en France, qui a incité les médias à offrir une plus grande couverture médiatique aux joueuses. La chaîne télévisée TF1 par exemple, qui en obtenant le droit de retransmission pour l'intégralité de la compétition, a placé le football féminin au cœur de l'actualité.

Cette communication s'intéresse donc à l'impact des médias sur le processus d'institutionnalisation des footballs féminins internationaux (anglais, allemand, américain et français) et tente de répondre à cette question : la médiatisation du football français féminin relèguerait-elle la France en position mineure ?

Bibliographie

Boniface, P. et Gomez, C. (2019). *Quand le football s'accorde au féminin.* Rapport de recherche de l'IRIS. Paris : UNESCO.
Maigret, E. (2007). *Sociologie de la communication et des médias*. Paris : Armand Colin.
Noiriel, G. (2008). *Introduction à la socio-histoire*. Paris : La Découverte.
Obœuf, A. (2015). "Le Pouvoir des Médias sur le Sport : Mythe ou Réalité ? ". In *Sport et Médias*. Paris : Les Essentiels d'Hermès, 11-30.
Voirol, O. (2005). "Présentation : Visibilité et Invisibilité : une Introduction". *Réseaux*, 129-130/1, 9–36.

Ce qu'il faut retenir :

- Classé quatrième au ranking FIFA, le football féminin français accuse un retard de développement (un taux de féminisation de 7,4 %), comparé aux figures de proue internationales.
- Une socio-histoire comparée qui inscrit ce travail dans le courant des théories politiques de l'opinion.
- Trois effets clairement identifiés comme ayant impacté le développement de la pratique : l'effet d'amorçage, l'effet d'agenda-setting et l'effet de cadrage.

Comparer les politiques sportives locales de municipalités gérées par un même parti politique.

GUÉRY Valentin - Doctorant contractuel
Institut des Sciences Sociales du Politiques, Université Paris-Nanterre.
gueryvalentin1@gmail.com

Mots-clés : politiques sportives locales ; comparaison ; Rassemblement national ; action publique locale ; croyances.

La littérature s'attelant à analyser les liens entre le sport et la politique (entendue au sens large) demeure isolée dans le champ des travaux de sciences sociales s'intéressant au sport. En effet, les « enjeux sociopolitiques [du sport] restent fortement délaissés » (Martinache 2016), en raison d'une apparente « culture de l'apolitisme » (Defrance 2000) en vigueur dans le champ sportif.

Face à des liens peu explorés, nous avons décidé d'interroger la relation entretenue par un parti politique avec le sport, entendu ici au sens large. À ce jour, seul le travail d'Igor Martinache permet de comprendre la manière dont un milieu partisan investit le champ sportif et le politise, ou pas. Notre choix s'est porté de notre côté sur le Rassemblement National, anciennement appelé Front National, qui s'est longtemps revendiqué comme un mouvement politique nationaliste, ou plus précisément qui place la nation au cœur de son corpus idéologique. Les forces politiques nationalistes ont, dans l'histoire - et continuent aujourd'hui de le faire – voué une place toute particulière pour les activités physiques et sportives. À partir de ce constat, notre questionnement est le suivant : Dans la tradition de mouvements dits nationalistes et à partir du lien établi entre le sport et le nationalisme, en quoi peut-on dire que les activités physiques et sportives ont revêtu et revêtent d'usages politiques dans le cas du Front national, depuis sa création, en 1972 ?

À l'instar de la démarche de Julien Fretel visant à rompre avec « l'opposition tenace » (Fretel 2007 : 189) entre les échelles de contextualisation, aux niveaux « national » et « local », notre thèse entend montrer la nécessité de combiner les deux échelles. Ici, nous nous attarderons sur la dimension locale. En s'inspirant de l'approche localisée de Frédéric Sawicki et de Jean-Louis Briquet, notre travail appréhende le local à la fois comme un « lieu de vérification » (Briquet, Sawicki 1989 : 6) de l'application ou non de la politique sportive pensée par le Rassemblement national à l'échelle nationale, mais également comme un espace qui possède ses propres spécificités liées à son histoire sociale, politique ou encore économique, et dont les dirigeants locaux s'approprient les questions sportives de différentes manières en fonction de leurs trajectoires sociopolitiques.

Pour appréhender les politiques sportives locales, nous faisons appel à des outils méthodologiques variés. Nous avons à la fois réalisé des entretiens avec les élus de la majorité, de l'opposition, d'anciens maires, d'anciens adjoints aux sports, mais également avec des dirigeants associatifs de clubs, des entraîneurs et des journalistes locaux (une soixantaine d'entretiens a été réalisée auprès des acteurs des deux villes étudiées). Ces entretiens ont pour

objectif d'analyser le contenu des politiques sportives mises en place et leur évolution (ou non) vis-à-vis des municipalités précédentes et de décrire les relations entretenues entre la municipalité et le réseau associatif sportif qui selon Koebel, « par la médiation qu'il opère entre les pouvoirs publics et des fractions de l'électorat réel ou potentiel, constitue un espace de conquête, de conservation ou de déstabilisation du pouvoir local » (Koebel 2000).
Nous avons par ailleurs réalisé des observations de compétitions sportives, de marchés dans l'optique d'observer les registres de représentation de soi des élus et les liens tissés avec les dirigeants associatifs locaux. Ces observations ont été appuyées par une étude documentaire des bulletins municipaux relatant l'action municipale sportive par les réseaux sociaux des villes étudiées, nous renseignant sur la place consacrée au sport dans l'information municipale.

Nous comparerons ici la place du sport et les politiques sportives au sein de deux villes gérées par le Rassemblement national depuis 2014. La première, Hénin-Beaumont, ville du bassin minier est considéré par de nombreux chercheurs comme le « laboratoire » du parti. La deuxième, est Mantes-la-Ville, qui est la première et la seule ville d'Île-de-France gérée par le parti. Son maire, avant d'être élu était très peu connu, à la fois des habitants de la ville, mais également des dirigeants du Rassemblement National. L'étude de ces deux villes révèle de nettes différences qui s'expliquent par le degré de structuration du parti dans ces deux villes et par leurs implantations respectives, inégales.

À Hénin-Beaumont, les entretiens réalisés avec les dirigeants des associations sportives locales révèlent un net décalage entre leurs craintes de départ, et la réalité perçue sur le terrain, à savoir une grande satisfaction de la politique sportive menée et des relations qu'ils entretiennent avec l'adjoint aux sports. De leurs discours se dégage une tendance lourde, celle d'une politique sportive apolitique, entretenant ainsi la croyance d'une « valeur durable de la culture sportive » (Defrance 2000 : 13). Cette communication vise à questionner cette apparente politique sportive de l'apolitisme en s'intéressant aux relations tissées entre l'adjoint au sport, et le réseau associatif sportif, ainsi qu'à son rapport au rôle d'adjoint. Reconnu par les dirigeants sportifs comme étant dévoué, disponible et compétent, l'adjoint aux sports a entrepris un travail de dépolitisation de son identité politique individuelle, malgré un engagement depuis près de trente ans au sein du RN. Nous verrons que dans cette ville du bassin minier, le sport représente un moyen idéal au service de l'entreprise de normalisation du parti.

À l'inverse, le cas de Mantes-la-Ville révèle de nettes différences avec celui d'Hénin-Beaumont. Contrairement à HB, où l'adjoint aux sports est le premier adjoint, à MLV, le sport occupe une place beaucoup moins centrale. La mairie a notamment décidé d'appliquer l'une des idées phares du Rassemblement national en matière de sport, la lutte contre le communautarisme en supprimant les subventions au club du FC Mantois en les accusant de « racisme anti-blancs ». Ainsi, la croyance en le sport comme « support d'images et d'identités » (Le Noé 2002) s'est effondrée.

Cette communication vise à engager une réflexion sur l'importance d'une perspective comparative quant aux appropriations et aux croyances respectives d'équipes municipales issues d'un même parti.

Bibliographie

Briquet, J-L., Sawicki F. (1989). « L'analyse localisée du politique ». *Politix*, 6-7, 6-16.
Defrance, J. (2000). La politique de l'apolitisme. Sur l'autonomisation du champ sportif. *Politix*,

50(2), 13-27.
Fretel, J. (2007). « L'UDF au prisme du jeu d'échelle », in Haegel, F., dir., *Partis politiques et système partisan en France*, Paris, Presses de Sciences Po.
Koebel, M. (2000). « Les profits politiques de l'engagement associatif », in *Regards sociologiques*, 20, 2000, 165-176).
Le Noé, O. (2002). Le football, enjeu local. *Pouvoirs*, 101(2), 27-38.
Martinache, I. (2016). *Occuper le terrain : une socio-histoire des appropriations du sport par le milieu communiste français.* Sous la direction de Sawicki, F., et de Fleuriel S., Université de Lille 2.

Ce qu'il faut retenir :

- Situer notre travail dans la littérature sur sport et politique.
- Proposer une étude comparative sur les politiques sportives locales.
- Appréhender le rapport au sport d'un parti politique.
- S'atteler à analyser les croyances qu'ont des acteurs politiques locaux du sport.

« La peur du gris. Les représentations et pratiques du « vieillir » dans la grande distribution sportive ».

HIDRI-NEYS Oumaya - Professeure des Universités
Université d'Artois, Atelier SHERPAS, (URePSSS, EA 7369)
oumaya.neys@univ-artois.fr

Cette communication s'intéresse aux manières dont les politiques des ressources humaines des enseignes de la distribution sportive intègrent l'âge, et plus spécifiquement le « vieil » âge. Ces entreprises (Décathlon, Intersport, Sport 2000, Go sport, etc.) présentent, malgré leur engagement plus ou moins explicite en faveur de l'emploi des salariés dits *seniors*, une moyenne d'âge du personnel commercial ne dépassant que rarement les 30 ans. Des premiers entretiens exploratoires ont permis de montrer que l'absence de flexibilité, le manque d'innovation ou encore la "pénibilité" physique au travail ne semblent pas pouvoir expliquer, au contraire de travaux menés dans d'autres secteurs d'activité, la "jeunesse" du personnel. Ils encouragent à explorer une piste d'analyse différente : le « non-recrutement » conjugué à la "mise au placard", elle-même fréquemment suivie de la démission ou du licenciement des salariés "vieillissants", pourraient renvoyer aux signes "visibles" d'un vieillissement mettant à mal l'image "jeune, dynamique et sportive" dont ces enseignes ont fait la ligne directrice de leur politique des ressources humaines.

La loi du 16 novembre 2001 précise pourtant qu'« *aucune personne ne peut être écartée d'une procédure de recrutement ou de l'accès à un stage ou à une période de formation en entreprise, aucun salarié ne peut être sanctionné, licencié ou faire l'objet d'une mesure discriminatoire, directe ou indirecte, notamment en matière de rémunération, de formation, de reclassement, d'affectation, de qualification, de classification, de promotion professionnelle, de mutation ou de renouvellement de contrat en raison* (…) *de son âge* ». Mais, malgré un cadre législatif anti-discriminatoire français très évolutif depuis une vingtaine d'années, les travailleurs vieillissants ne recourent pas en nombre aux normes juridiques.
Et comme l'ont montré d'autres chercheurs questionnant les discriminations dans l'emploi, il ne faut pas attendre de l'outil juridique plus qu'il ne peut donner. C'est pourquoi, il a semblé pertinent de ne pas privilégier le produit au détriment du processus et de poursuivre l'appréhension et la compréhension des discriminations à l'embauche selon le « vieil » âge en approchant au plus près du processus « en train de se faire », en ne le lisant pas comme il devrait être ou à l'aune de ce à quoi il devrait aboutir.

L'analyse des discours recueillis lors d'entretiens semi-directifs auprès des responsables des ressources humaines, des recruteurs et des salariés de ces enseignes permet de mieux comprendre les représentations de la vieillesse et du vieillissement dans ces enseignes, de renseigner autrement le processus de stigmatisation et/ou de discrimination sur le marché du travail, et donc, d'étudier ces figures de vulnérabilité à travers un état, mais surtout, à travers un processus en construction. Dès lors, il s'agit d'étudier les rouages, les politiques et les « cadres » du recrutement et du management des ressources humaines, mettant à l'épreuve le « vieillir » au sein d'une économie plus générale des discriminations sur le marché du travail.

Franchir le pas de l'embauche d'un.e salarié.e, préoccupation croissante dans les associations sportives. Enquête en Finistère.

MICHOT Thierry - Professeur des Universités
Université de Brest
Thierry.Michot@univ-brest.fr

JACQUET Christophe - Professionnel
c.jacquet17@gmail.com

Mots clés : bénévolat, salariat, association, sociologie, sport

Introduction et objectif(s)

Un phénomène croissant est constaté depuis quelques années dans les clubs sportifs bretons : le passage d'associations qui ne fonctionnaient qu'avec des bénévoles à des associations salariées. Une mesure effectuée par le conseil régional indique qu'en 2013, une association sportive sur 9 employait une personne salariée, contre 1 sur 13 dix ans plus tôt. Cette tendance serait aujourd'hui confirmée. Certes, le bénévolat demeure un pilier essentiel du fonctionnement du mouvement sportif en Bretagne. Et le sport y est le secteur comptant le plus de bénévoles, avec une estimation de 200.000 personnes qui s'investissent dans un club (comme Président, Vice-président, trésorier, entraîneur, secrétaire) ou dans l'organisation de manifestations sportives, avec une moyenne de 200 heures par an / bénévole. À titre de comparaison, on ne compte que 28.970 contrats de travail dans le sport en Bretagne (pour 21.115 emplois temps plein, dont des emplois publics et privés marchands ; plaquette Sport - Bretagne, 2015). Mais il est constaté que la part d'emplois salariés dans les associations sportives progresse chaque année, avec toutefois la difficulté de bien les identifier. Au niveau national, 12 % des associations sportives sont « employeuses » (INJEP, 2019). Pourquoi une association sportive franchit-elle aujourd'hui le pas de l'embauche d'un.e salarié.e ? Quelles sont les motivations qui poussent des bénévoles à endosser le rôle de dirigeants employeurs ? S'agit-il d'une tendance lourde ? Quelles en sont les causes ? L'objectif de la communication sera de présenter les premières pistes d'un travail engagé pour identifier les raisons pour lesquelles une association sportive décide d'engager du personnel salarié.

Cadre théorique et problématique

Nous nous positionnons dans le cadre d'une sociologie compréhensive (Kaufmann, 1996), qui vise à faire émerger une description des réalités par le discours des acteurs, le tout sur double fond de mutations institutionnelles du monde associatif (Bastide, 2015) et de profonde mutation du secteur sportif. Notre hypothèse est de considérer que ce passage d'une association sportive développée uniquement sous le volontariat à une gestion statutaire d'employeur n'est pas le seul résultat d'un besoin avéré de personnel. L'embauche d'un cadre n'est pas uniquement là pour pallier à un manque de bénévoles, comme c'est souvent perçu, et que d'autres ressorts, plus profonds, accompagnent le seul besoin de trouver de nouvelles ressources humaines.

Méthodologie de recueil/traitement des données

Une quinzaine de Président.e.s d'associations sportives finistériennes sont interrogés (handball, voile, rugby, tir sportif) sur un mode compréhensif (Kaufmann, 1996), couvrant un panel varié de lieux et de type de structures. La question de départ touche à une préoccupation immédiate : « Pourquoi une association sportive se met-elle à embaucher du personnel salarié ? ».

Principaux résultats

Sur la base des quinze entretiens, l'hypothèse avancée semble confirmée. Plusieurs aspects caractériseraient en effet la complexité de ce passage à l'acte de recrutement de salarié.e.s. D'une part, la décision relèverait d'une politique plus globale de management au quotidien, dans le cadre d'une stratégie élaborée et mise en œuvre. D'autre part, la décision relèverait d'une prise en compte d'évolutions en cours subies par les clubs (baisse perçue et/ou réelle du bénévolat, contraintes règlementaires croissantes, besoin de plus en plus fort de compétences qualifiées, perception de la responsabilité sociale de l'association,…). Finalement, la décision se prendrait dans le cadre d'une tension entre besoin immédiat et projection à moyen terme, dans une logique de survie, avec certes des degrés variables suivant chaque association sportive.

Préconisations & conclusion

Les responsables d'associations sportives sont pris en tenaille entre gestion du quotidien et anticipation à moyen et long terme, le tout dans un contexte actuellement très mouvant, lié tant aux questions d'évolutions des usages de consommation du club que des contraintes subies, notamment liées à l'évolution des cadres règlementaires. Dans cet état d'esprit, le passage d'une association sportive sans salarié à une association sportive employeuse doit faire l'objet d'une réflexion largement partagée et non laissée aux seuls principaux dirigeants, voire à la seule personne en charge de la présidence de l'association.

Bibliographie

Bastide, J. (2015). Les mutations institutionnelles du monde associatif. *Mouvements* 2015/1, n° 81, p. 26-37.

Falcoz, M., et Walter. E. (2009). L'emploi dans le sport associatif et fédéral. Un état de la question. *Staps*, vol. 83, no. 1.

INJEP (2019), Comment l'emploi salarié et le bénévolat caractérisent les associations sportives. *Analyses & synthèses*, n°26, septembre.

Kaufmann, J.-C. (1996). *L'entretien compréhensif*. Paris : Nathan

Région Bretagne (2015). Sport Bretagne : sa réalité et son positionnement économique. Publication du conseil du sport de Bretagne.

« Au labeur des dames »[12] : Corinne Diacre, un.e entraîneur.e de football professionnel comme les autres ?

JUSKOWIAK Hugo - Maîtres de conférences
Atelier SHERPAS, URePSSS (EA 7369), Université d'Artois
hjohann.juskowiak@univ-artois.fr

BREHON Jean - Maîtres de conférences
Atelier SHERPAS, URePSSS (EA 7369), Université d'Artois
jean.brehon@univ-artois.fr

HIDRI-NEYS Oumaya - Professeure des Universités
Atelier SHERPAS, URePSSS (EA 7369), Université d'Artois
oumaya.neys@univ-artois.fr

Mots clés : football, profession, entraîneur.e, pionnière, parcours

Dans son édition du 06 juin dernier, le journaliste du quotidien *La Dépêche* affirme qu'en tant que « *première femme à entraîner des hommes en France puis à décrocher le diplôme d'entraîneur professionnel de football, Diacre doit y lutter contre les préjugés et les raccourcis liés à son statut de pionnière*[13] ». Si la catégorie des entraîneurs professionnels de football constitue, à bien des égards, un groupe professionnel hétérogène (Bréhon, Juskowiak et Sallé, 2016 ; 2017), une caractéristique parmi d'autres construit encore aujourd'hui l'uniformité : en tendance, l'entraîneur est un homme.
Comment dès lors comprendre l'insertion professionnelle et le maintien d'une femme dans un univers aux propriétés historiquement masculines (Menesson, 2004 ; 2007) ?

Les mécanismes de l'avancée des femmes (et des résistances) dans des fiefs de la masculinité (Elias, Dunning, 1994) sont désormais connus : ils demandent à être saisis au regard des enjeux propres à tel ou tel groupe professionnel, dans tel ou tel contexte socio-historique (Le Feuvre et Guillaume, 2007). C'est ce que cette communication souhaite éclairer, pour la profession d'entraîneur, en étudiant une figure qui échappe jusqu'alors au regard sociologique : les pionnières de l'élite footballistique, et plus particulièrement de son encadrement.

En combinant l'analyse de l'entretien biographique mené avec l'interviewée, des articles de la presse sportive et généraliste retenus, d'une notice biographique reconstituée et des observations répétées dans le cadre de la formation suivie au Brevet d'Entraîneur Professionnel de football, en convoquant des concepts issus des sociologies du travail, des professions, du corps, du genre et des rapports sociaux de sexe, nous montrerons que la pratique innovante (Dupin, 2014 ; Gaglio, 2011) qui consiste à placer une femme à la tête d'une sélection nationale de football, répond tout autant à un processus collectif qu'individuel (Alter, 2002).

[12] Maruani, M., Nicole, C. (1989). *Au labeur des dames. Métiers masculins, emplois féminins*. Paris, Syrios, 192p.
[13] https://www.ladepeche.fr/2019/06/06/corinne-diacre-dompteuse-detoiles,8241622.php

Collectif, parce que les structures sociales institutionnalisées et incorporées (Palacios, Gurrutxaga, Menzada et Zurine Rodriguez, 2015) vont actuellement dans le sens d'une plus grande attention portée à l'égalité femme-homme dans le football et dans le reste de la société. Individuel, parce que l'intéressée doit se faire, au quotidien, une place dans un métier d'hommes (Achin, 2005). C'est peut-être parce qu'elle assure un véritable travail actoriel (Fellay, 2010) que Corinne Diacre joue pleinement son rôle de pionnière, c'est-à-dire de « *soldat employé aux travaux de terrassement ou à l'aménagement des positions défensives*[14] », ouvrant ainsi la voie à d'autres femmes dans un monde managérial renouvelé du football professionnel.

Bibliographie

Achin, C. (2005). Un « métier d'hommes » ? Les représentations du métier de député à l'épreuve de sa féminisation. *Revue française de science politique*, vol. 55(3), 477-4

Alter, N. (2002). L'innovation, un processus collectif ambigu. Dans A. Norbert, *Les Logiques de l'innovation* (pp. 15-40). Paris, France : La Découverte.

Bréhon, J., Juskowiak, H., & Sallé, L. (2016). Entraîneur de football professionnel : itinéraire d'un joueur gâté ? *Formation-emploi, 136*, pp. 7-29.

Dupin, É. (2014). *Les défricheurs. Voyage dans la France qui innove vraiment.* Paris, France : La Découverte.

Fellay, A. (2010). Servir au restaurant. Sociologie d'un métier (mé)connu. Lausanne, Suisse.

Gaglio, G. (2011). *Sociologie de l'innovation.* Paris cedex 14, France : Presses Universitaires de France.

Le Feuvre, N., & Guillaume, C. (2007). Les processus de féminisation au travail : entre différenciation, assimilation et « dépassement du genre ». *Sociologies pratiques, 14(1)*, pp. 11-15.

Mennesson, C. (2004). Être une femme dans un sport « masculin » : Modes de socialisation et construction des dispositions sexuées. *Sociétés contemporaines*, nº 55(3), 69-90.

Palacios, J., Gurrutxaga, I., Menzada, A., & Zurine Rodriguez, L. (2015). La participation entravée des femmes. Le cas des processus d'innovation démocratique au Pays basque. *Participations, 12(2)*, pp. 31-56.

Sallé, L., Bréhon, J. et Juskowiak, H. (2017). (Coord). Entraîneur de haut niveau : l'homme aux mille casquettes, *Revue juridique et économique du sport,* 180, 17-32.

[14] https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/pionnier/6105

Imposer l'exclusion des uns pour faciliter l'inclusion des autres : étude d'une stratégie marketing paradoxale au sein des salles de remise en forme réservées aux femmes.

LOUCHET Cindy - Doctorante en STAPS
Centre Max Weber, Université Lyon 2 / Atelier SHERPAS-URePSSS, Université d'Artois
clouchet@gmail.com

Mots-clés : Fitness, stratégies marketing, non-mixité de genre, mixité sociale

La publicité est bien souvent un élément décisif de la stratégie commerciale, davantage encore dans un secteur hautement concurrentiel comme peut l'être celui de la remise en forme, dans le sens où 1) elle est porteuse de significations, 2) elle donne de la lisibilité au produit et/ou service proposé et 3) elle assure par la même occasion son succès ou son échec (Bessy, 1993). Pour exister puis perdurer, nulle entreprise ne semble pouvoir y déroger. Il est également admis que « *la publicité est investie du pouvoir de convaincre,* [parfois de] *tromper, duper, manipuler, heurter les sensibilités* [mais aussi] *influencer* (…) *en un mot, celui d'agir sur les esprits, les attitudes, voire les comportements* » (Kunert, 2013, 31). Les salles de *fitness* strictement réservées aux femmes l'ont bien compris et font d'ailleurs de la séparation des sexes, un argument marketing à part entière. Cela est appréciable à travers notamment leur nom commercial et/ou leur slogan où la mention faite aux femmes est clairement spécifiée, leur identité visuelle, leurs choix coloriels associés au « féminin », ou encore par la mise en avant de femmes et uniquement de femmes sur leurs devantures et/ou logotype. Ces éléments sont utilisés dans leur but premier, c'est-à-dire la promotion du principal avantage de la marque (Joannis et De Barnier, 2005), à savoir l'interdiction d'accès faite aux hommes.

Ce sont également les spécificités de leurs produits fitness qui sont vantés. Ces établissements proposent principalement voire exclusivement une offre de services axée sur la réalisation d'un *circuit-training* à résistance hydraulique (c'est-à-dire sans charge ni poids), optent pour des séances d'entraînement réduites dans la durée et un matériel qui serait « *adapté à la morphologie féminine* », etc. Une stratégie qui s'avérerait payante puisqu'elle faciliterait l'accès et l'adhésion à toutes les femmes, sans distinction, quel que soit leur âge, leur morphologie, leur appartenance sociale, leur rapport au corps et au sport.

C'est ce que nous avons souhaité mettre à l'épreuve des faits. La complémentarité des méthodes retenues tout au long de ce travail doctoral - à savoir une analyse comparative des supports publicitaires de cinquante-quatre établissements de remise en forme (mixtes et non mixtes), des observations (non) participantes ainsi que des entretiens semi-directifs réalisés à la fois avec les professionnels de ce segment de marché et leurs abonnées - a permis d'interroger les formes de légitimation de la non-mixité dans le cadre de la pratique d'activités d'entretien corporel, mais aussi de mettre au jour les pratiques sociales qui se donnent à voir dans ces espaces particuliers.

Nos résultats montrent tout d'abord dans quelle mesure ces établissements d'un nouveau genre se sont approprié les codes du marketing genré ainsi que les « *caractéristiques du pratiquer féminin* » (Louveau, 1998). Au sein de ces structures, cela a eu pour effet de mieux légitimer la

différence biologique, anatomique entre les sexes en en faisant « *la justification naturelle de la différence socialement construite entre les genres, et en particulier de la division sexuelle du travail* » (Bourdieu, 1998, 23-25). Dans le cas présent, cette division sexuelle du travail se veut avant tout corporelle et pensée à l'aune des attendus en matière de beauté et de féminité. Car, en rappelant les impératifs de minceur, de forme et de tonicité des chairs, les salles de remise en forme interdites aux hommes se font bel et bien le relai des injonctions normalisatrices qui pèsent sur le corps de leurs clientes. Il en va de même ensuite dès lors que l'on s'attache au rôle joué par les représentant.e.s de ces institutions (gérant.e.s et encadrant.e.s). En parcellisant et quantifiant le corps de ces dernières, par le biais de mesures diverses répétées mensuellement, ils les astreignent, les contraignent à une forme de performativité. Un constat renforcé par la découverte de leur dernière procédure qui consiste à valoriser, sur leurs sites internet et les réseaux sociaux, les meilleurs résultats : les abonnées ayant perdu le plus de poids, de gras et gagner le plus de masse musculaire.

Bibliographie

Bessy, O., (1993). Les stratégies marketing des centres de mise en forme. In Loret, A. (dir.). *Sport et Management, de l'éthique à la pratique*. Paris : Dunod, 243-247.
Bourdieu, P. (1998). *La domination masculine.* Seuil.
Joannis, H. et De Barnier, V. (2005). *De la Stratégie Marketing à la Création Publicitaire*. Dunod.
Kunert, S. (2013). La publicité comme « technologie du genre » stéréotypique. In Kunert, S. (dir.) *Publicité, Genre et Stéréotypes*. Lussaud, 25-36.
Louveau, C. et Davisse, A. (1998). *Sports, école, société : la différence des sexes, féminin, masculin et activités sportives*. L'Harmattan.

Co-création de rencontres et de marques de clubs de football au Brésil.

LOUZADA Bruno Henrique - Doctorant en STAPS
Université Claude Bernard Lyon 1, L-VIS
bruno.louzada@etu.univ-lyon1.fr

BODET Guillaume - Professeur des Universités
Université Claude Bernard Lyon 1, L-VIS
guillaume.bodet@univ-lyon1.fr

Mots clés : co-création de valeur, co-destruction de valeur, marque, club, marketing sportif, football,

Problématique

Selon Rocha & Fleury (2017), la culture brésilienne est en partie caractérisée par la passion de son peuple pour le football. Cependant, les clubs de football ont constamment souffert d'une faible fréquentation. Les horaires surchargés, le manque de bons joueurs, les mauvaises performances sur le terrain et la rétrogradation des équipes populaires ont contribué à réduire l'intérêt de la population à assister aux rencontres (Rocha & Fleury, 2017). "Les supporters de football brésiliens ont classé la sécurité, les autres supporters et le coût comme les trois contraintes les plus importantes" pour assister à un match de football (Rocha & Fleury, 2017, p.14). En outre, Rocha & Fleury (2017) ont déclaré que les clubs de football brésiliens sont considérés comme incapables de comprendre leurs supporters.

Pour répondre au besoin de recherches exploratoires sur le football brésilien, cette étude vise à analyser le processus de co-création de rencontres et de marques de football au Brésil. Comme objectif secondaire, elle vise à identifier les contributions en termes de production de valeur des parties prenantes du football aux matchs de football brésilien et aux marques de clubs. D'un point de vue théorique, cette étude a utilisé des théories assez récentes en matière de marketing des services : la co-création et la co-destruction de valeur dans les services, et les marques sont considérées.

Cadre Théorique

Selon Vargo & Lusch (2008, p.256), "dans la logique S-D (SDL), le service est défini comme l'application de compétences (connaissances et aptitudes) au profit d'une autre partie". Grönroos (2012, p.1520) explique que "la co-création de valeur est définie comme des activités conjointes des parties impliquées dans des interactions directes, visant à contribuer à la valeur qui émerge pour l'une ou les deux parties".

Woratschek, Horbel & Popp, (2014), ont présenté le "Sport Value Framework" dont l'un des principes nous intéresse particulièrement : "FP10 : Le rôle des entreprises, des clients et des autres parties prenantes est d'intégrer les ressources de leurs réseaux spécifiques pour co-créer de la valeur" (Woratschek et al., 2014, p.19). Cependant ces interactions ne sont pas toujours positives, puisqu'elles peuvent également détruire de la valeur ; la co-destruction de la valeur

est également définie comme un processus interactionnel entre des systèmes (individuels ou organisationnels) de services

Méthodologie de recherche

La recherche est exploratoire et a adopté une méthode qualitative. 42 entretiens semi-directifs ont été réalisés avec six groupes de parties prenantes du football : clubs de football (dirigeants), supporters (directeurs de groupes de supporters), fédérations, joueurs de football, médias et spécialistes. Les six groupes ont été sélectionnés de manière à représenter l'ensemble du réseau spécifique au contexte du football brésilien.

Un guide d'entretien a été utilisé lors de la collecte des données. Une analyse thématique a été utilisée pour analyser les données à l'aide du logiciel NVIVO. Le codage de l'analyse a impliqué des analyses préliminaires des données afin d'identifier le rôle des parties prenantes et les activités conjointes. L'étude en est aux premiers stades de l'analyse des données. Dans ce résumé, les résultats de trois entretiens sont présentés.

Résultats

Les clubs de football ont fait état de plusieurs avantages de la co-création de valeur avec la mise en œuvre de programmes d'adhésion. En ce qui concerne l'organisation de matchs de football et plus particulièrement les activités de sécurité, il existe un processus de co-destruction de la valeur pour les clubs causé par une mauvaise utilisation accidentelle des ressources. Pour les groupes de supporters de football, il existe un processus de co-destruction de la valeur en relation avec leur expérience dans les stades avec la mise en œuvre d'ajustement des conduites. Les médias présentent le processus de co-création de valeur en jouant le rôle de diffuseur et de diffuseur hôte produisant leur propre "look and feel" à la télévision. D'autre part, il existe un processus de co-destruction de la valeur pour les fédérations, qui sont les responsables actuels des grands championnats de football brésilien.

Conclusion et Préconisations

Cette étude contribue à comprendre le processus de formation de la valeur dans les rencontres et des marques de football au Brésil en analysant le rôle de chaque partie prenante, la facilitation de la production de valeur, les activités indépendantes de création de valeur et les activités conjointes de création de valeur entre les parties prenantes du football brésilien. Il est crucial d'identifier les abus accidentels ou intentionnels de ressources afin d'améliorer les relations avec les parties prenantes ou même établir de nouvelles interactions directes avec des acteurs potentiels de l'industrie.

Bibliographie

Grönroos, C. (2012). Conceptualising value co-creation: A journey to the 1970s and back to the future. Journal of Marketing Management, 28(13–14), 1520–1534. https://doi.org/10.1080/0267257X.2012.737357

Plé, L., & Cáceres, R. C. (2010). Not always co-creation: Introducing interactional co-destruction of value in service-dominant logic. Journal of Services Marketing, 24(6), 430–437. https://doi.org/10.1108/08876041011072546

Rocha, C. M., & Fleury, F. (2017). Attendance of Brazilian soccer games: the role of constraints and team identification. European Sport Management Quarterly, 17(4). https://doi.org/10.1080/16184742.2017.1306871

Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2008). From goods to service(s): Divergences and convergences of

logics. Industrial Marketing Management, 37(3), 254–259. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2007.07.004
Woratschek, H., Horbel, C., & Popp, B. (2014). The sport value framework – a new fundamental logic for analyses in sport management. European Sport Management Quarterly, 14(1), 6–24. https://doi.org/10.1080/16184742.2013.865776

Évènements sportifs et impacts sociétaux

Paris 2024 : comprendre les déterminants de la non-contestation française.

BOURBILLÈRES Hugo - Maître de conférences
Laboratoire Violences Innovations, Politiques, Socialisations et Sport, université Rennes 2.
hugo.bourbilleres@univ-rennes2.fr

Mots clés : impact social, contestation, jeux olympiques, mouvements sociaux, action publique

Les Jeux Olympiques et Paralympiques (JOP) sont une puissante mythologie contemporaine, capable de cristalliser une charge symbolique mondiale (Augustin, 2011). Pour un pays et pour une métropole, être candidat à l'accueil de cet événement est un enjeu de taille, notamment eu égard aux potentiels impacts en termes d'infrastructures, d'image territoriale ou encore de fierté nationale. Pourtant, ces événements cristallisent de plus en plus les contestations. Selon Horne et Manzenreiter (2006) la population locale n'aurait, dans sa grande majorité, rien à gagner dans les événements sportifs d'ampleur, ceux-ci bénéficiant surtout aux élites économiques et politiques. Hiller (2000) s'interroge même sur la contradiction que pourrait revêtir le simple fait d'envisager conjointement un développement urbain et l'amélioration des conditions de vie des résidents locaux dans le contexte des JOP. Pour n'en donner que quelques exemples, les résidents seraient surtout confrontés à des désagréments : encombrement et problèmes de circulation, restrictions de l'accessibilité à certaines zones, nuisances sonores, hooliganisme et insécurité, vandalisme, prostitution, etc. De plus en plus conscientes de l'ensemble de ces effets négatifs potentiels, les populations locales - on pense aux émeutes brésiliennes en 2016 - n'hésitent plus à se mobiliser pour contester l'accueil de ces projets qui n'auraient pas suffisamment d'utilité sociale. En outre, face à la généralisation du sport marchand et au développement de politiques publiques d'aménagement dans les grandes villes mondiales essentiellement tournées vers le tourisme, ces événements deviennent des points de cristallisation à même d'agréger différentes formes d'opposition du public (Guilianotti et al., 2015). Ainsi, les candidatures impliquent désormais de nouvelles formes de participation des citoyens, y compris les mouvements d'opposition et les pressions politiques (Bourbillères et Koebel, 2019).

Cette contribution propose d'analyser les conditions de la réception des JOP 2024 à Paris auprès d'acteurs du sport (mouvement sportif, collectivités territoriales) à Paris et en Seine-Saint-Denis. En effet, alors que la plupart des villes candidates aux JOP se retirent en raison d'un manque de soutien de l'opinion publique - le plus souvent suite à un référendum, mais pas exclusivement - en France, la candidature de Paris2024 n'a suscité paradoxalement que peu de contestations. Inscrite dans le cadre d'une sociologie des mouvements sociaux en mobilisant notamment l'analyse des systèmes d'opportunité politique (Eisinger, 1973), cette contribution propose d'éclairer les déterminants et les freins à la contestation en France dans la période de candidature (2015/2017) ainsi que dans l'année qui a suivi l'obtention des Jeux (2018/2019), à partir d'un recensement d'articles de presse (*via* la base de données *Factiva*), d'analyse documentaire et d'entretiens semi-directifs (n=16).

Les résultats indiquent que, contrairement à d'autres espaces politiques locaux (Budapest, Hambourg, Boston, Rome), les porteurs de la contestation anti-JOP français ont, d'une part, échoué à agréger d'autres mouvements contestataires et, d'autre part, pâti d'un manque de relai de la part de la sphère politique. Cependant, depuis la conférence de Lima en septembre 2017, les JOP sont restés un sujet de controverse. D'une part, les formes de contestation plus ou moins vindicatives – allant de la critique virulente pour le comité « Non au JO 2024 à Paris » à la simple recherche de dialogue pour le « Comité de vigilance de Saint-Denis » – perdurent. D'autre part, de nombreux questionnements apparaissent progressivement au sein du mouvement sportif local autour de la crainte de ne pas se voir associer concrètement à « *l'événement d'une vie malgré de nombreux effets d'annonce* » (extrait verbatim - acteur territorial du sport - ville de Paris).

En plaçant les JOP sous l'angle d'un projet de société devant générer un « héritage » pour l'ensemble de la population, les organisateurs suscitent des attentes très élevées, alors même que le grand nombre d'inconnues liées à la candidature justifie à la fois la prudence, la suspicion voire l'opposition pour un grand nombre d'acteurs. Enfin, cette étude montre le caractère diffus, abscons et non linéaire de la question de l'acceptabilité sociale des grands événements sportifs internationaux. Cet enjeu - qui semble se jouer bien au-delà de la simple phase technocratique de la candidature - mérite plus que jamais d'être au centre des stratégies du comité d'organisation des Jeux Olympiques de Paris 2024, faute de quoi les ambitions annoncées notamment en termes d'héritage pour la pratique sportive risqueraient de rester de simples effets d'annonce.

Bibliographie

Augustin, J. P. (2011). Qu'est-ce que le sport ? Cultures sportives et géographie. In *Annales de géographie* (No. 4, pp. 361-382). Armand Colin.

Bourbillères, H., & Koebel, M. (2019). Les processus de contestation dans le cadre des candidatures des villes européennes aux Jeux olympiques et paralympiques 2024. Movement & Sport Sciences-Science & Motricité. https://doi.org/10.1051/sm/2019032

Eisinger, P. K. (1973). The conditions of protest behavior in American cities. *American political science review*, *67*(1), 11-28.

Giulianotti, R., Armstrong, G., Hales, G., & Hobbs, D. (2015). Sport mega-events and public opposition: A sociological study of the London 2012 Olympics. *Journal of Sport and Social Issues*, *39*(2), 99-119.

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.

Horne, J., & Manzenreiter, W. (2006). Sports mega-events: social scientific analyses of a global phenomenon. *Sociological Review*, *54*(Suppl. 2), 1-187.

Ce qu'il faut retenir :

- La non-contestation des Jeux Olympiques en France est un paradoxe au regard des nombreux retraits de candidature ces dernières années (Boston, Hambourg, Sion, Rome, Calgary, Budapest, etc.).
- À partir d'une sociologie des mouvements sociaux, cette étude analyse les déterminants et les freins à la contestation anti-Paris2024.

- Les porteurs de la contestation anti-Paris2024, contrairement à d'autres pays, ont échoué à agréger d'autres mouvements contestataires et pâti d'un manque de relai de la part de la sphère politique.
- L'enjeu de l'acceptabilité sociale des Grands Événements Sportifs Internationaux (GESI) dispose d'un caractère diffus qui ne s'arrête pas à la simple phase technocratique de la candidature.

Comparaison des représentations du sport paralympique au Cameroun, en France et en Allemagne au cadre de référence promu par l'IPC.

Cette contribution valorise une partie des résultats d'un post-doctorat IdEx portant sur la participation des citoyens dans le cadre des candidatures des villes européennes aux JOP 2024, effectué au laboratoire Sport et Sciences Sociales (UR 1342) de l'université de Strasbourg de 2018 à 2019 et dirigé par le professeur Michel Koebel.

DJOUMESSI Fernand - Doctorant en STAPS
Laboratoire C3S, Université Bourgogne Franche-Comté et Faculty of Sport Sciences, University of Koblenz-Landau
djoumessifernand@gmail.com

LEBRUN Anne Marie - Maître de conférences
Laboratoire C3S, Université Bourgogne Franche-Comté (France)
anne-marie.lebrun@u-bourgogne.fr,

SCHANTZ Otto J. - Professeur
Faculty of Sport Sciences, University of Koblenz-Landau (Germany)
schantz@uni-koblenz.de

Mots clés : représentations, sport paralympique, comparaison, interculturel

Introduction

Cette recherche exploratoire se donne pour but de comparer les représentations du sport paralympique au Cameroun, en France et en Allemagne au standard de référence promu par son instance faitière l'« International Paralympic Committee » (IPC). Cette comparaison se fera d'un point de vue « Macro » au sens de Desjeux (1998), mais aussi en comparant non pas les contenus élémentaires et structures des représentations, mais plutôt les différentes dimensions exprimées dans celles-ci.

Cadre théorique

Convaincus de l'importance des médias comme sources et indicateurs des représentations, les principaux auteurs étudiant la question des représentations du sport paralympique telles que Schantz et Gilbert (2012) et Brittain (2016) l'ont abordée sous l'angle des représentations du sport paralympique par les médias, en considérant d'une certaine façon ces représentations médiatiques comme voisines, sinon similaires aux représentations publiques du sport paralympique. D'autre, part comparant l'organisation du sport au Cameroun et en Europe, Mbida (2016) souligne la forte institutionnalisation du sport au Cameroun, en décrivant le sport comme « *une activité sous l'emprise institutionnelle* » (p. 23) au Cameroun. Il semble légitime de poser la question des représentations du sport paralympique, non pas en termes de représentations médiatiques, mais directement auprès de différents publics, afin d'évaluer la perte ou le gain d'attribut(s) que subit le sport paralympique pendant le processus de représentation. Dans une perspective interculturelle, il est intéressant de tenir compte du mode d'organisation du sport à l'échelle nationale dans cette évaluation.

Méthodologie

Premièrement, nous avons analysé des textes et documents édictés par l'IPC, définissant, organisant, décrivant ou régissant l'organisation du sport paralympique. Cette analyse documentaire nous a permis de repérer et définir un cadre de référence permettant d'analyser le sport paralympique (cf. figure 1). Reinert (1983) ayant développé à la base des analyses distributionnelles, topique, et dialogique, une méthode d'accès aux représentations proches, voir similaires aux représentations sociales, - notamment l'approche socio dynamique -, nous avons estimé que ces représentations pouvaient constituer un outil d'analyse qui pourrait servir de façon exploratoire à étudier la façon dont différents peuples s'approprient du sport paralympique d'une part, et évaluer la perte ou le gain d'attributs que subit le sport paralympique au cours du processus de représentation. Dans cette logique, nous avons interviewé 55 personnes (24 Camerounais, 18 Français et 13 Allemands, pour une durée totale d'interview de 36 heures) de différents sexes, âges, niveaux d'éducation, religions, habilités, niveaux de pratique sportive, appartenance politique, ethnies, proximités du handicap, et intérêts dans le sport pour personnes en situation de handicap. Les verbatim issus de ces entretiens ont été codés selon les variables énumérées plus haut et classées selon la classification hiérarchique descendante de Reinert (1983) à l'aide du logiciel Iramuteq, afin d'obtenir les représentations du sport paralympique au Cameroun, en France et en Allemagne. Enfin, au travers de notre cadre d'analyse du sport paralympique, nous avons comparé les différentes représentations du sport paralympique au standard de référence défini par l'IPC.

Principaux résultats

L'analyse des documents et textes de l'IPC nous a permis de construire un cadre de référence constitué de 3 cercles, représentant la triade pratiques (sports) - pratiquants (personnes en situation de handicap) - contexte (valeurs paralympiques) qui définit le sport paralympique, dont l'intersection définit le sport paralympique. La figure ci-dessous nous montre un aperçu synoptique de ce cadre (cf. figure1).

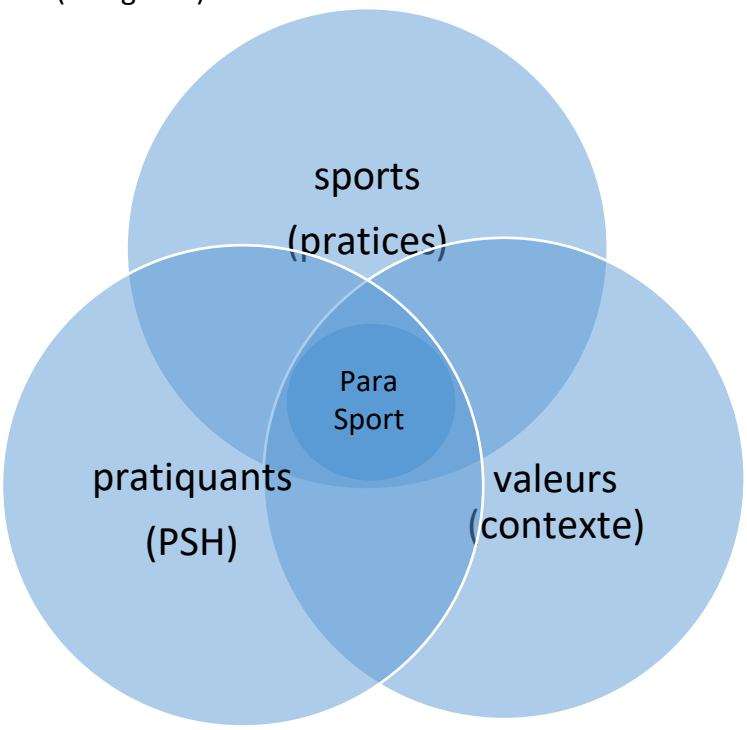

Figure 1 : cadre d'analyse du sport paralympique.

L'analyse des représentations du sport paralympique - obtenues via iramuteq - à travers notre cadre de référence nous a permis de constater que dans les 3 pays les représentations du sport paralympique sont en cohérence avec notre cadre de référence. Au-delà de notre cadre de référence, ces représentations comportent ainsi une dimension liée au rôle des médias. D'autre part, celle du Cameroun inclut une cinquième dimension institutionnelle en rapport avec le rôle des autorités gouvernementales et fédérales en charge du sport.

Discussion et conclusion

La présence d'une dimension médiatique dans les représentations du sport paralympique dans les 3 pays est partiellement en accord avec les travaux de Schantz et Gilbert (2012) et Brittain (2016). Pour ce qui est de la dimension institutionnelle présente au Cameroun, elle confirme la pensée de Mbida (2016). La recherche sur les perceptions et les représentations du sport paralympique devrait systématiquement en plus de la triade pratiques-pratiquants-valeurs, prendre en compte les médias, et pour le cas spécifique du Cameroun les pouvoirs publics, comme co-constructeurs des perceptions, des représentations du sport paralympique.

Bibliographie

Brittain, I. (2010). The Paralympic Games explained. London, England : Routledge.

Desjeux, D (1998), Les échelles d'observation de la consommation in Philippe CABIN, Dominique DESJEUX, Didier NOURISSON et Robert ROCHEFORT, (dir.), Comprendre le consommateur, Auxerre, Éditions des Sciences Humaines, 1998.

Frank Mickaël Mbida Nana. De nouvelles articulations entre les politiques publiques et les pratiques sportives auto-organisées : l'exemple des sept communes de Yaoundé (Cameroun). Science politique. Université Paris-Saclay, 2016. Français. NNT : 2016SACLS012. tel-01291686.

Reinert, M. (1983). Une méthode de classification descendante hiérarchique : application à l'analyse lexicale par contexte. Les cahiers de l'analyse des données, VIII(2) : 187-198.

Schantz, O. J., & Gilbert, K. (2012). Heroes or zeros? The media's perceptions of Paralympic sport. Champaign, IL : Common Ground.

Ce qu'il faut retenir :

- Les médias jouent effectivement un rôle important dans la construction des représentations du sport paralympique.
- L'organisation du sport à l'échelle nationale participe également à cette construction
- Les trois dimensions du cadre de référence du sport Paralympique tel que promu par l'IPC sont incluses dans les représentations du sport paralympique

L'influence des politiques d'austérité budgétaire sur l'héritage des Jeux Olympiques de Londres 2012 en termes de participation sportive : le point de vue des clubs sportifs amateurs en Angleterre.

GÉRARD Simon - Maître de conférences
Faculty of Business and Law, Coventry University (UK)
ac6769@coventry.ac.uk

BRITTAIN Ian - Chercheur associé
Centre for Business in Society, Coventry University (UK)
aa8550@coventry.ac.uk

JONES Andrew - Chercheur assistant
Centre for Business in Society, Coventry University (UK)
ac0766@coventry.ac.uk

Mots-clés : héritage, Jeux Olympiques, austérité, participation sportive

Introduction

Lorsque le gouvernement britannique décide en 2003 de soutenir la candidature de Londres à l'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2012, l'objectif affiché est clair. Les Jeux doivent servir à « Inspirer une Génération » et promouvoir la participation sportive, notamment des plus jeunes (DCMS, 2002). Cependant, plusieurs études (Widdop et al., 2018) ont démontré que cet objectif n'avait pas été atteint. La participation sportive au Royaume-Uni n'a pas augmenté de manière significative depuis 2012. Chercheurs et journalistes se sont récemment intéressés aux conséquences dans le sport des mesures d'austérité budgétaire, mises en place à partir de 2010 par le gouvernement britannique. L'effet de ces mesures sur la participation sportive, la survie de certains programmes de soutien ou encore, sur le fonctionnement des organisations sportives a notamment été analysé (Parnell et al., 2018). S'inspirant de ces études, l'objectif de cette recherche est de comprendre les mécanismes par lesquels les politiques d'austérité budgétaire ont influencé l'héritage des Jeux de Londres 2012 en termes de participation sportive, notamment au regard de son impact sur les clubs sportifs amateurs anglais.

Cadre théorique

La théorie des logiques institutionnelles supporte cette étude. Thornton et al. (2012) ont décrit la société contemporaine comme un système composé de multiples sphères institutionnelles : la famille, l'état, le marché capitaliste, la religion etc. Chaque sphère possède une logique institutionnelle distincte définie comme « un ensemble de pratiques matérielles et de constructions symboliques » (Friedland & Alford, 1991 : p. 248) qui influence le comportement des organisations et des acteurs. Ces logiques sont interdépendantes et peuvent être contradictoires, ces contradictions étant à la base de conflits politiques qui peuvent transformer l'environnement institutionnel. Dans le cadre de cette étude, le concept de logique institutionnelle permet de capturer l'impact des politiques d'austérité budgétaire sur

l'environnement institutionnel des clubs sportifs amateurs anglais et d'analyser comment cela a influencé l'héritage des Jeux de Londres 2012 en termes de participation sportive.

Méthodologie

Une méthodologie de recherche qualitative et processuelle a guidé cette étude (Langley, 1999). Un ensemble de données a été collecté via l'analyse de documents officiels (n=8) et d'interviews semi-structurées (n=11) de dirigeants de clubs sportifs amateurs dans la région du centre de l'Angleterre. En relation étroite avec la théorie des logiques institutionnelles et la littérature sur le sujet, l'analyse de ces données a permis de mettre en lumière les mécanismes institutionnels qui ont influencé l'héritage des Jeux de Londres 2012, sous la forme du « quoi » (logique institutionnelle, théorie, contradictions), du « où » (société, champ organisationnel, organisation) et du « comment » (les liens de causalité).

Résultats

Dès son élection en 2010, le gouvernement de coalition des Conservateurs – Libéraux Démocrates entreprit un programme radical de réforme du secteur public, accompagné d'importantes coupes budgétaires y compris dans le sport. Ce programme politique représente un transfert des services publics de l'état vers les collectivités locales et les groupes communautaires. Nos résultats indiquent que ces réformes ont causé un glissement progressif vers une logique de marché au niveau de la société, ce qui a considérablement brouillé les principes organisateurs du sport amateur en Angleterre. Ce glissement a été traduit, au niveau du champ organisationnel, en utilisant la théorie de l'austérité budgétaire comme principale justification. De nombreux programmes de soutien à la pratique sportive ont été arrêtés, comme le programme de « partenariats clubs écoles » ou de « natation gratuite » pour les moins de 16 ans et plus de 65 ans. Dus à la raréfaction des ressources environnementales disponibles, de nombreux centres sportifs ont également fermé leurs portes, un phénomène associé à des pertes d'emplois et une baisse des heures d'ouverture ou des offres sportives proposées.

Plus largement, nos résultats indiquent des contradictions profondes entre les politiques d'austérité et les objectifs de promotion de la participation sportive promus par les Jeux de Londres 2012. Au moment même où le budget des Jeux été réévalué à 9 milliards de livres sterling (10,4 M euros), le gouvernement se refusant à des « Jeux d'Austerité », les moyens donnés aux clubs sportifs amateurs se voyaient significativement amputés. Ces contradictions inscrites au cœur de l'héritage de Londres 2012 sont pointées par l'ensemble des dirigeants sportifs interviewés. Le président d'un club de natation souligne ainsi : « J'ai été impliqué dans tout cela [le sport associatif local] depuis plus de 20 ans et la situation est pire qu'elle ne l'a jamais été ». Un autre dirigeant n'hésite pas à renchérir : « Nous perdons notre piscine et on nous parle d'héritage Olympique ! Est-ce là l'héritage Olympique ?! Notre situation est bien pire qu'en 2012 ! Je ne pense donc pas qu'il y a eu un héritage… ».

Préconisations et conclusion

Même si le gouvernement britannique a annoncé la fin des mesures d'austérité, leurs conséquences sont persistantes. Les clubs sportifs britanniques ont besoin d'un environnement économique et politique stable, propice à leurs activités. Enfin, l'accueil de grands évènements sportifs ne peut pas contribuer à l'essor de la participation sportive sans l'accompagnement de politiques claires et durables de soutien au mouvement sportif local.

Bibliographie

DCMS (Department for Culture, Media and Sport). (2002). *Game Plan : A strategy for delivering Government's sport and physical activity objectives*. Retrieved From http://www.gamesmonitor.org.uk/files/game_plan_report.pdf

Langley, A. (1999). Strategies for Theorizing from Process Data. *Academy of Management Review, 24* (4), 691-710.

Parnell, D., May, A., Widdop, P., Cope, E., & Bailey, R. (2018). Management Strategies of Non-Profit Community Sport Facilities in an Era of Austerity. *European Sport Management Quarterly, 19*(3), 321-330.

Thornton, P.H., Ocasio, W., & Lounsbury, M. (2012). *The Institutional Logics Perspective: A New Approach to Culture, Structure, and Process*. Oxford: Oxford University Press.

Widdop, P., King, N., Parnell, D., Cutts, D., & Millward, P. (2018). Austerity, Policy and Sport Participation in England. *International Journal of Sport Policy and Politics, 10* (1), 7–24.

Ce qu'il faut retenir :

- Les grands évènements sportifs, tels que les Jeux Olympiques, ont souvent pour ambition d'augmenter la participation sportive dans le pays hôte.
- Nos résultats indiquent des contradictions profondes entre les politiques d'austérité, développées par le gouvernement britannique à partir de 2010, et les objectifs de promotion de la participation sportive promus par les Jeux de Londres 2012.
- L'accueil de grands évènements sportifs ne peut pas contribuer à l'essor de la participation sportive sans l'accompagnement de politiques claires et durables de soutien au mouvement sportif local.

(Méga)évènements sportifs et football féminin : une histoire liée ?

GOZILLON Audrey - Doctorante en STAPS
Atelier SHERPAS, URePSSS, EA 7369, équipe 3
audrey.gozillon@univ-artois.fr

Mots-clés : Football féminin, socio-histoire comparée, évènementiel sportif, impacts différenciés.

Au lendemain de la Coupe du Monde féminine de football organisée pour la première fois en France en juin dernier, la plupart des observateurs ont souligné, malgré l'échec de la sélection tricolore en quart de finale de l'épreuve, l'exceptionnelle réussite du *Mondial* tant du point de vue économique que de l'image. Certains allant même jusqu'à déclarer : « *Un avant et un après* »[15] pour le football féminin français. Mais finalement quelques semaines plus tard, la Voix du Nord titrait : « *Un faible impact de la Coupe du monde féminine sur les clubs de foot du Cambrésis* »[16]. Au-delà du discours des dirigeants et sans même questionner ici le rôle des journalistes, véritables entrepreneurs de morale (Becker, 1985, 171), il convient d'interroger l'impact réel des évènements sportifs sur le développement du football féminin.

Si l'évènement est avant tout considéré comme une « agitation de surface » (Braudel, 1949 : 329), il faut avant tout le replacer dans son contexte, mesurer objectivement son influence sociale sur un temps plus long et sur des échelles d'analyse différentes (Grossetti, 2006, 286) et enfin comparer ses effets sur les groupes considérés (Elias, 1973, 183). Or malgré un plan de féminisation impulsé depuis 2011 par la fédération, le taux de féminisation de la pratique demeure, encore aujourd'hui, toutes proportions gardées, relativement faible (7,4 %[17]) ; surtout si on le compare aux figures de proue internationales (Gozillon, 2019) que sont : l'Allemagne (15,5 %[18]), l'Angleterre (24,6 %[19]), ou encore les États-Unis (55 %[20]). Comment expliquer ces écarts et en quoi les (méga)évènements sportifs jouent-ils un rôle (ou non) dans la promotion et le développement de la pratique ?

Si, pour expliquer ces spécificités, de multiples facteurs entrent en jeu (parmi lesquels l'initiative individuelle, l'impact des médias ou encore les politiques publiques), cette communication vise, quant à elle, à se focaliser précisément sur le rôle joué par les (méga)évènements sportifs (Junod, 2007, 92) dans le processus d'institutionnalisation du football féminin.

---

[15] https://www.lesechos.fr/industrie-services/services-conseils/la-france-a-reussi-son-mondial-de-foot-feminin-1036274

[16] https://www.lavoixdunord.fr/644106/article/2019-09-29/finalement-un-faible-impact-de-la-coupe-du-monde-feminine-sur-les-clubs-de-foot

[17] On compte pour la saison 2017-2018, 164 638 féminines pour 2 164 253 licenciés. Source : FFF.

[18] Selon le site, https://www.dfb.de/fileadmin/_dfbdam/141295-Mitglieder-Statistik_2017_final.pdf, consulté le 5/05/2018 à 14h35.

[19] Selon le site http://www.thefa.com/-/media/thefacom-new/files/womens/fawomensstrategydocfinal-13317.ashx?la=en, consulté le 17/03/2018 à 10h05.

[20] Collins, S. (2006). National sport and other myths: the failure of US soccer, *Soccer & Society,* 7, 354.

Appuyés des principes de la démarche socio-historique comparée (Noiriel, 2008 ; Charle, 2010) et reposant sur un corpus de textes (n=23) complété de six entretiens semi-directifs menés auprès des responsables du football féminin des pays cités, nos principaux résultats montrent des disparités historiques majeures.

La rupture des Vingt Décisives (des années 1950-1970) relie les deux premiers cas anglais et allemand puisque ces pays ont accueilli et remporté la Coupe du Monde masculine respectivement en 1966 et en 1954. En « *accélérant brutalement et en radicalisant les tendances profondes* », ces évènements d'envergure internationale ont « *imposé une nouvelle donne* » (Nora, 2015, 6), autorisant le ballon rond à se conjuguer au féminin et à ancrer culturellement la pratique. Aux États-Unis, il faut attendre 1999 et la victoire de l'équipe nationale féminine américaine lors de la Coupe du Monde pour voir la pratique impactée « *d'une culture locale de classe à une culture populaire globale* » (Bolz, 2014, 82-84).

En France, *a contrario*, les évènements sportifs majeurs, quant à eux, ne semblent pas avoir joué un rôle privilégié. Si la victoire de l'équipe féminine nationale lors de la Coupe du Monde officieuse en 1978 a engendré une hausse temporaire du nombre de licenciées, les évènements suivants, la victoire « bleue » en 1998 ou encre les récentes compétitions internationales ne modifient pas en profondeur le paysage du football féminin français. Elles participeraient même au maintien de résistances marquées : hiérarchisation, ségrégation et discrimination sexuées (Mennesson, 2005).

Bibliographie

Boniface, P. et Gomez, C. (2019). *Quand le football s'accorde au féminin.* Rapport de recherche de l'IRIS. Paris : UNESCO.
Bolz, D. (2014). L'événement en histoire culturelle du sport : essai d'historiographie, *Movement & Sports Sciences*, 86, 81-91.
Breuil, X. (2011). *Histoire du football féminin en Europe*. Paris : Histoire du Sport.
Noiriel, G. (2008). *Introduction à la socio-histoire*. Paris : La Découverte.
Nora, P. (2015). Retour sur un événement monstre. L'avant et l'après, *Le Débat*, 185, 4-10.

Ce qu'il faut retenir :

- Le faible taux de féminisation du football féminin français au regard des figures de proue internationales identifiées : une singularité sociologique et historique combinant de multiples facteurs d'explication.
- L'impact différencié des (méga)évènements sportifs sur les processus d'institutionnalisation du football féminin anglais, allemand, américain et français.

Réinvention spectaculaire et marchande d'une pratique devenue ordinaire. Le cas des *fun runs* (2011-2020).

LEPILLÉ Romain - Docteur ATEN
UFR STAPS Rouen - Normandie Univ., Université de Rouen Normandie, CETAPS (EA 3832), IDEES (UMR CNRS 6266), SCALE (FR CNRS 3730)
Lepille.romain@hotmail.fr / romain.lepille1@univ-rouen.fr

EVRARD Barbara - Maître de conférences
Normandie Univ., Université de Rouen Normandie, CETAPS (EA 3832), SCALE (FR CNRS 3730)
barbara.evrard@univ-rouen.fr

BUSSI Michel - Professeur des Universités
Normandie Univ., Université de Rouen Normandie, IDEES (UMR CNRS 6266), SCALE (FR CNRS 3730)
michel.bussi@univ-rouen.fr

FÉMÉNIAS Damien - Professeur des Universités
Normandie Univ., Université de Rouen Normandie, CETAPS (EA 3832), SCALE (FR CNRS 3730)
damien.femenias@univ-rouen.fr

Mots-clés : *Fun runs* ; running ; image ; communication ; sport.

Introduction et objectif(s)

Depuis quelques années, des courses d'apparence nouvelle, décrites comme des *fun runs*[21], se déploient à l'échelle internationale. Ces épreuves proposent de courir déguisé dans des espaces publics, et se présentent comme des « événements » hybrides, à la fois festifs et sportifs, à la fois physiques et numériques. Ces manifestations rencontrent un certain succès auprès des jeunes et de leur entourage, qu'elles mobilisent par l'intermédiaire des médias sociaux (*Facebook*, *Instagram*, *Tweeter*, etc.). Ces pratiques sont récentes, et encore peu étudiées. Les caractéristiques originales qui les identifient et les dynamiques dont elles témoignent sont encore mal connues.

Cadre théorique et problématique

Ce travail s'inscrit dans une approche résolument interdisciplinaire au confluent de la sociologie des loisirs (Dumazedier, 1988 ; Viard, Poitier, & Urbain, 2002) et de la géographie sociale (Di Méo, 2001 ; Lazzarotti, 1995). Le cadre théorique mobilisé est celui des médiations territoriales (Di Méo, 2001) auquel s'ajoute celui de la sociologie de l'expérience (Dubet, 1994).

[21] Terme généralement employé sur Internet pour définir ce type de courses, par exemple : http://blog.milepakr.com https://www.timeoutdoors.com/events/fun-runs page consultée le 27 mai 2019.
Inconnu, Running. Les Fun Runs, ou quand courir ne suffit plus, *Ouest France*, 13/05/2015.

Penser les médiations territoriales (Di Méo, 2001) c'est placer les territoires au cœur des relations entre les individus, entre les institutions, entre les personnes et les idées. Le territoire est ce qui fait lien, c'est ce pour quoi on se bat (comme on le fait autour des mots, autour des images). Le territoire est un objet, mais c'est également une entrée pour accéder à des acteurs, à des sens, à des formes de pratique. Il s'agit ici de croiser rapports spatiaux et rapports sociaux. Pour le dire autrement c'est un double mouvement de « socialisation de la spatialité et de spatialisation de la sociabilité » (Di Méo, 2001, p. 275).
Au regard de ce cadre théorique, il s'agira de se demander dans quelle mesure, bien que ces courses ne semblent pas novatrices, elles viennent bousculer le système des sports « traditionnels ».

Méthodologie : De l'observation de terrain à la création d'une base de données
Le point de départ de cette recherche, débute le 19 avril 2015, à mont Saint-Aignan[22]. En lisière de forêt, 3 500 participants[23] se sont retrouvés pour courir et se faire jeter des pigments de peinture par des bénévoles. Pour décrire et analyser ces activités, un travail d'inventaire a été entrepris (sites Internet et réseaux sociaux), en se limitant volontairement et arbitrairement au seul territoire français. Entre le 18 mars 2011 et le 3 juillet 2020, 1021 *fun runs* ont été recensés, localisés et caractérisés. Cette base de données est complétée par cinq monographies qui couvrent de façon exhaustive des événements qui se sont déroulés sur le territoire de la métropole rouennaise. Ces monographies comprennent le suivi des fils d'actualités sur trois réseaux sociaux (*Facebook*, *Tweeter* et *Instagram*) avant et après les événements, des observations sur le terrain pendant leur déroulement, la participation à une activité (*la color me rad*), des revues de presse (n=30 articles), et des entretiens informels avec les participants et des organisateurs.

De l'inventaire à la typologie, les principaux résultats
De l'inventaire de ces courses, cette base de données permet de distinguer deux grands types de *fun runs* (Des « courses festivals », d'une part et des courses : « parcours du combattant », d'autre part). Les critères de distinction qui caractérisent ces activités sont liés au niveau d'engagement physique, aux formes d'autodérision, au degré de souillure, à l'ambiance proposée, mais également à l'âge et au genre des participants.

Cette base de données permet également de faire émerger des composantes récurrentes de ces activités (composante médiatique et événementielle, composante AP(S), composante travestissement et consommation d'objets, composante publicitaire, composante décor).

Conclusion
Une fois les composantes récurrentes établies nous pouvons interroger, à l'aide d'une typologie, les *fun runs* et leurs « évènements » au regard de la course à pied et de ces compétitions. S'il ne semble pas que les *fun runs* soient novatrices en tout point, elles s'intègrent dans l'ensemble plus large du système des sports et de ses jeux d'acteurs, qu'elles viennent ainsi bousculer.

[22] Commune limitrophe de la ville de Rouen.
[23] Farcy Matthieu, Rouen: course et fête en couleur, *Tendance Ouest*, 19 avril 2015.

Bibliographie

Di Méo, G. (2001). *Géographie sociale et territoires*. Paris : Nathan université.
Dubet, F. (1994). *Sociologie de l'expérience*. Paris : Éditions du Seuil.
Dumazedier, J. (1988). *Révolution culturelle du temps libre : 1968-1988*. Paris : Méridiens Klincksieck.
Lazzarotti, O. (1995). *Les loisirs à la conquête des espaces périurbains*. Paris : Harmattan.
Viard, J., Poitier, F., & Urbain, J. (2002). *La France des temps libres et des vacances*. Paris : L'Aube/ DATAR.

La sécurisation des évènements sportifs de nature : une double approche pour une gestion maîtrisée des risques.

SEYSSEL Sandra - Doctorante en STAPS
Université Rennes 2 (V.I.P.S.², EA 4636)
sseyssel@uco.fr

SOULÉ Bastien - Professeur des Universités
Université Claude Bernard Lyon 1 (L-VIS, EA 7428)
bastien.soule@univ-lyon1.fr

ROUX Frédérique - Professeur des Universités
Université Rennes 2 (V.I.P.S.², EA 4636)
frederique.roux@univ-rennes2.fr

Mots clés : Événement sportif, milieu naturel, sécurisation, gestion, responsabilités.

Résumé de la communication
En quelques décennies, le nombre d'événements sportifs organisés sur le territoire n'a cessé de progresser. Les sports de nature, et les événements qui leur sont associés traduisent particulièrement cette tendance. Le principe de liberté, qui permet à toute personne (physique/morale, privée/publique) de créer un événement et d'en déterminer les conditions (juridiques, matérielles) d'accès et de déroulement, a sans nul doute participé à leur essor. Au vu des nombreux risques entourant leur mise en œuvre, cette liberté est toutefois assujettie à des contraintes juridiques fortes destinées à garantir une sécurisation maximale durant leur tenue. « La difficulté réside ici dans la « multiplicité des sources » de ces obligations, mais aussi dans la diversité des structures organisatrices ainsi que des lieux susceptibles d'accueillir ces manifestations, appelant ainsi l'application de régimes juridiques différents » (Seyssel et Roux, 2019). Ce qui ne facilite pas la tâche de l'organisateur, qui peut parfois se sentir dépassé, dans un contexte symbolisé par une adoption permanente de nouveaux textes (législatifs, réglementaires). Face aux nombreux enjeux qu'ils soulèvent, que ce soit au niveau corporel, juridique, socioéconomique ou en termes d'image pour les territoires qui les accueillent, il nous paraissait dès lors pertinent de nous interroger sur la façon dont les règles applicables en la matière sont mises en œuvre sur le terrain.

Si le cadre juridique relatif à l'organisation des événements sportifs de nature est bien connu et abordé dans la littérature, la question de l'application qui en est faite par les différentes parties prenantes l'est moins. Les règles applicables, complexes à cerner du fait de leur diversité, suffisent-elles à garantir une sécurisation optimale ? Sont-elles toutes connues de la part des différents acteurs ? Comment parviennent-ils à les mettre en œuvre ? Ce travail se propose donc d'apporter un éclairage nouveau, à la croisée du droit et de la sociologie, en visant à confronter l'ordre prescrit aux pratiques effectives dévoilées sur le terrain. La question de l'effectivité des règles (Lascoumes, 1990) a ainsi été envisagée, en particulier au regard du comportement des différentes parties prenantes vis-à-vis du droit. Cette double approche, encore peu effectuée, s'avère pourtant fondamentale dans la mesure où elle permet de dépasser la seule énonciation

des règles applicables ainsi que le seul constat tiré du manquement aux règles. Dans une optique de sociologie juridique et à travers une démarche appliquée, notre objectif a consisté à mieux cerner les différentes régulations (Reynaud, 1995) opérées sur le terrain.

Vingt événements sportifs ont été investigués : de petite (n=14) à grande (n=6) envergure, prioritairement de nature compétitive (n=18), organisés essentiellement dans un cadre fédéral (n=12), par des structures essentiellement associatives (n=16), nécessitant de faire appel à des bénévoles réguliers et/ou ponctuels. Afin de faire émerger les tendances, une méthodologie qualitative plurielle a été mobilisée, consistant en la réalisation d'une veille juridique (réglementaire, contractuelle, jurisprudentielle), d'observations (participantes ou non, annoncées ou non) et/ou d'entretiens (exploratoires, semi-directifs).

Les principaux résultats font état de l'existence d'une effectivité relative des règles applicables (Seyssel et Roux, 2019), selon la nature des structures organisatrices concernées, le niveau de connaissance des règles détenu en amont par les parties prenantes, le moment de déroulement de l'événement (avant, pendant) et les logiques (managériales, organisationnelles) à l'œuvre. Certains acteurs s'octroient des espaces de liberté (Crozier et Friedberg, 1977), du fait de la présence de déficits culturels, managériaux et/ou organisationnels existants au sein même des organisations, mettant à mal les règles applicables. Ces régulations autonomes sont déconnectées des régulations de contrôle. L'ineffectivité de certaines règles, en termes de lacunes et de failles, contribue également à fragiliser l'objectif sécuritaire visé. L'organisation des événements sportifs nécessite enfin de faire appel à des ressources humaines qu'il convient de gérer, mais sur lesquelles les organisateurs ont parfois peu de prise, par manque de compétences et/ou de connaissances, laissant ainsi la place à l'expression de fonctionnements informels (Gasparini, 2003).

Il sera ainsi question de montrer comment ces différents facteurs peuvent placer les organisateurs en difficulté lors de la tenue de leur événement et quelles actions prioritaires peuvent être préconisées pour les dépasser. Une attention particulière sera ainsi portée sur la nécessité d'adopter une pédagogie propre à chaque événement et structure organisatrice, de s'appuyer sur la concertation territoriale et de véritablement accompagner les bénévoles, pour que le dispositif sécuritaire soit mieux compris, accepté et donc appliqué. Les enjeux forts, liés à l'organisation de tels événements, nécessitent que ces défis soient relevés.

Bibliographie

Crozier, M. et Friedberg, E. (1977). *L'acteur et le système*. *Les contraintes de l'action collective.* Paris, France : Seuil.
Gasparini, W. (2003). *L'organisation sportive.* Paris, France : EP&S.
Lascoumes, P. (1990). « Normes juridiques et mise en œuvre des politiques publiques ». *L'année sociologique*, n°40.
Reynaud, J.-D. (1995). *Le conflit, la négociation et la règle*. Toulouse, France : Octarès.
Seyssel, S. et Roux, F. (2019). « L'organisation des événements sportifs de nature : le droit à l'épreuve du terrain », in Martel, L. et Sébileau, A. (Dir). *Les sports de nature comme actions publiques, Regards croisés d'experts et d'analystes*. Voiron, France : Édition Presses Universitaires du Sport.

Ce qu'il faut retenir

L'organisation des événements sportifs de nature est assujettie au respect de contraintes juridiques fortes, destinées à garantir une sécurisation maximale lors de leur mise en œuvre. Face à leur diversité et à leur multiplicité, les organisateurs peuvent éprouver des difficultés pour satisfaire à leurs obligations. Des écarts sont ainsi constatés sur le terrain, à la faveur de la conjonction de plusieurs facteurs. Ceci nécessite l'adoption de mesures ciblées, propres à chaque type d'événement organisé.