



HAL
open science

Sport, ambiances et société: du stade traditionnel au stade digital

Michel Raspaud

► **To cite this version:**

Michel Raspaud. Sport, ambiances et société: du stade traditionnel au stade digital. Ambiances, tomorrow. Proceedings of 3rd International Congress on Ambiances. Septembre 2016, Volos, Greece, Sep 2016, Volos, Grèce. p. 951 - 956. hal-01414225

HAL Id: hal-01414225

<https://hal.science/hal-01414225>

Submitted on 13 Dec 2016

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

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

Sport, ambiances et société : du stade traditionnel au stade digital

De Lesdiguières au Stade des Alpes de Grenoble

Michel RASPAUD

Laboratoire SENS (EA 3742), Université Grenoble Alpes, Grenoble, France,
michel.raspaud@univ-grenoble-alpes.fr

Abstract. *With regular organisation of international competitions (World Cup, Euro) and the development of professional soccer economy, modernising stadiums becomes an issue for clubs and cities. The development of the digital industry has made it an emblem of the 'modernity' of the stadium, which must now be connected to not be obsolete and support consumption. But what do we really know concerning the practices of spectators and fans in the use of digital in the stadium? This question is the subject of the text.*

Keywords: *stadiums, digital, fans, consumption*

Le fan européen de football vit au rythme biennal des méga événements que sont la Coupe du monde et l'Euro. Ces grandes fêtes du sport et du business dont la FIFA et l'UEFA sont les propriétaires monopolistiques, doivent répondre à un cahier des charges précis pour désigner les candidats à leur organisation. Parmi les exigences des instances mondiale et européenne, l'une d'entre elles concerne le nombre de stades et leur capacité d'accueil. Ainsi, pour la Coupe du monde la FIFA exige dix stades d'un minimum de 40 000 places, dont celui ou ceux du match d'ouverture et de la finale de 70 000 places, et ceux des demi-finales d'au moins 50 000 places. L'UEFA est un peu moins exigeante, avec huit stades d'au moins 30 000 places, dont ceux ou celui du match d'ouverture et de la finale d'au minimum 50 000 places.

À la suite des violences ayant émaillé les décennies 1980 et 1990 (Heysel 1985), liés au développement du hooliganisme et des ultras, et de la mise sur pied de politiques sécuritaires et répressives, toutes les places doivent dorénavant assises avec sièges individualisés et numérotés. De plus, les supporters causant des actes violents et des incidents peuvent se voir interdits de stade et/ou encourir des peines de prison.

Lors de ces grands événements, la question des stades et leur conformité aux exigences des instances du football, devient un enjeu sportif pour les comités d'organisation, d'aménagement pour les collectivités publiques, et économique et financier pour les clubs et les villes d'accueil. En général, cela donne lieu à la rénovation de ces stades et, souvent, à la construction de nouveaux stades aux caractéristiques systématiquement « ultra modernes », ou « à la pointe des technologies les plus avancées ». Sur le continent européen, il en fut ainsi pour l'Euro 2004 (Portugal), 2008 (Suisse-Autriche), 2012 (Pologne-Ukraine), et pour le Mondial en 2002 (Corée du Sud-Japon), 2006 (Allemagne), 2010 (Afrique du Sud) et 2014 (Brésil).

La Fédération française de football a obtenu quatre fois une organisation lors des dernières décennies : l'Euro 1984, le Mondial 1998, l'Euro 2016, et le Mondial féminin de 2019. Pour les trois premières, une politique de rénovation, agrandissement, modernisation, et construction de stades a été développée à chaque occasion :

– Sept stades en 1984 (Lens, Lyon, Marseille, Nantes, Paris, Saint-Étienne et Strasbourg) ;

– Dix stades en 1998 (Bordeaux, Lens, Lyon, Marseille, Montpellier, Nantes, Paris, Saint-Denis, Saint-Étienne et Toulouse) ;

– Dix stades en 2016 (Bordeaux, Lens, Lille [Villeneuve d'Ascq], Lyon [Décines-Charpieu], Marseille, Nice, Paris, Saint-Denis, Saint-Étienne et Toulouse).

Pour le Mondial féminin, onze villes sont presentées : Auxerre, Grenoble, Lyon, Le Havre, Montpellier, Nancy, Nice, Reims, Rennes, Paris et Valenciennes. Neuf seront retenues. Aucun stade ne devrait subir de modification majeure.

Revue de littérature

Divers ouvrages se sont intéressés aux stades, à leur architecture, leur transformation et évolution, depuis ceux pionniers d'Ingliš (1983), à Spampinato (2004), Huber (2008), Delépine (2010), avec des monographies : Stade de France (Lemoine, 1998), stade Pacaembu à São Paulo (Ferreira, 2008), Estádio da Luz à Lisbonne (Brás & Monteiro, 205), Camp Nou à Barcelone (Parés, Pujadas & Santacana, 2007), le stade Azteca à Mexico (Cardoso, 2001) ou le Stade des Alpes à Grenoble (Ciancia, 2009).

Certains ont développé une approche socio-politique du stade dans la société comme Moura (1998) et Heizer (2010) à propos du Maracanã, ou Melhano & Melhano (2002) pour São Januario, tous deux à Rio de Janeiro, ou relatifs à la contextualisation de projets et réalisations (Sawicki, 2012 ; Delépine, 2014). D'autres replacent les stades dans leur environnement géographique et urbain (Gaffney, 2008 ; Frank & Steets, 2010), socio-économique (Chaix, 2011), ou sociopolitique (Mottet, 2010)...

Mais rares sont les travaux qui s'intéressent à des aspects moins palpables du stade, tels que les « ambiances » qui peuvent s'y développer. Si la sociologie du sensible de Pierre Sansot s'y est parfois attelée (1986, 1990, 1991), il faut plutôt recourir à la littérature pour accéder à ce type d'aperçus (Esterházy, 1979, 2006 ; Haldas, 1981...).

Le rapport sensible au stade

Cependant, si les dirigeants sportifs n, les présidents des clubs, les responsables politiques des collectivités publiques, les architectes s'extasient à propos des stades modernisés ou construits, on s'interroge et on interroge plus rarement voire jamais, les spectateurs et supporters pour savoir ce qu'ils pensent de ces stades, comment ils les perçoivent, ce qu'ils en retiennent, comment ils les investissent en pratique et en ressenti. Et s'ils préfèrent l'ancien ou le modernisé, le vieux ou le neuf ?

Pour essayer d'accéder à cet investissement et ce ressenti, cinq aspects peuvent être explorés ; le stade comme : 1) topographie, 2) lieu mémoriel, 3) lien affectif, 4) outil économique et 5) objet technologique.

Le stade : une topographie

Comme le terrain de football lui-même, le stade possède sa topographie propre liée à son histoire, son architecture (dans bien des cas hétérogène, car « reprise » au fil du temps pour des rénovations, agrandissements, modernisations...), mais aussi à son organisation spatiale et sociale interne. Ainsi, se placer dans la tribune « populaire » derrière les buts, ou « latérale », ou « d'honneur » ou « présidentielle », ne revêt pas la même signification et ne dépend pas que de considérations purement financières. Le statut social du spectateur, son rapport au club ou au spectacle, son âge, ses amitiés, voire son lieu d'origine dans la ville (Bromberger, 1995) sont des éléments d'importance pour comprendre le rapport à l'espace du stade.

Le stade : un lieu mémoriel

Pour le supporter, celui qui possède un lien affectif fort qui l'attache à « son » club, le stade est aussi chargé d'histoire, d'une histoire relative aux exploits réalisés par l'équipe, mais aussi aux contreperformances et aux déceptions qui en découlent. L'« épopée des Verts » lors des années 1970 a construit le stade Geoffroy-Guichard comme étant « le Chaudron », appellation liée à la chaude ambiance créée par les supporters lors des matches de Coupe d'Europe et aux multiples renversements de situation réalisés par les joueurs du Forez (Dynamo Kiev, Bayern Munich, etc.). Mais chaudron aussi pour, d'une certaine manière, donner sens à l'environnement industriel et ouvrier auquel ont été identifiés le club et l'équipe, et son style de remettre toujours sur le métier (c'est-à-dire attaquer sans cesse et faire le pressing du début à la fin du match) le travail à effectuer. Ceci dans un paysage (cheminées d'usines) entourant le stade et donnant au terme chaudron la signification et la dimension industrielle qu'il recouvre aussi (chaudronnerie).

Le stade : un lien affectif

Le supporter entretient aussi un lien affectif avec le stade qu'il a souvent connu très jeune, emmené peut-être pour la première fois par son père, dans le cadre d'une relation masculine exclusive. Ce stade constitue un lieu qui au fil du temps devient familier, avec son ambiance, ses chants de supporters, ses odeurs même (les friteries...). Le stade appartient à la vie affective des supporters, car c'est un lieu de rendez-vous avec les amis et relations, lieu où l'on vit ensemble des émotions partagées, lesquelles constituent des souvenirs communs.

Le stade : un outil économique

La question de l'aménagement, agrandissements, rénovation, modernisation des stades ne relève pas seulement de la logique du cahier des charges des institutions sportives et de leur réglementation, mais aussi d'enjeux économiques et financiers pour le(s) club(s). Les évolutions en matière d'attente de confort des spectateurs (place assise avec siège individualisé, protection contre la pluie ou le soleil, visibilité parfaite... toilettes pour femmes !) conduisent à effectuer ces aménagements, ou à réaliser la construction de tribunes ou parties de tribunes nouvelles. Ce qui permet d'accueillir dans de meilleures conditions, un public plus large, mais aussi d'augmenter le prix des places en même temps que l'augmentation du confort.

Le stade : objet technologique

Mais, de nos jours et depuis quelques temps déjà (une dizaine d'années environ), le stade est aussi devenu un objet « high-tech », plus particulièrement en ce qui concerne les aspects numériques et digitaux, mais aussi, et de plus en plus, environnementaux (autonomie énergétique, récupération des eaux de pluie, etc.). Ainsi, le nouveau stade de l'Olympique Lyonnais à Décines-Charpieu revendique-t-il le titre de « stade le plus connecté du monde » (Benitah, 2016), avec sa Wi-Fi haut-débit, 500 bornes installées par le réseau Orange Business permettant 25 000 connexions simultanées, 370 écrans connectés dans les loges VIP, avec la possibilité de paiement dématérialisé et une interactivité via une application dédiée :

« Une application développée spécialement avec Microsoft permet d'ailleurs aux utilisateurs de commander des boissons à la buvette sans se lever, de payer directement via leur mobile et de voir leurs commandes arriver au plus près de leur place. Ils pourront également revoir des ralentis du match sur leur téléphone en choisissant l'angle de prise de vue. Une grande première en France, ce système étant déjà testé dans plusieurs stades aux États-Unis » (Benitah, 2016).

Cependant, les « nouvelles enceintes bâties pour l'Euro 2016 dessinent les contours du stade du XXI^e siècle : formaté dans son architecture intérieure, repoussé en dehors de la ville, et tourné vers un public plus consommateur que supporteur » (Guillou & Hernandez, 2016). Concernant ce public, certains disent qu'il « demande à avoir de beaux équipements ultraconnectés, très modernes. Le club doit chercher à attirer de nouveaux clients et les inciter à passer du bon temps dans ce stade et à consommer davantage en termes de restauration, de maillots et de produits dérivés » (*L'Equipe*, 9 janvier 2016).

Mais le stade ne serait-il devenu qu'un lieu de consommation créé dans la seule optique financière ? Les joueurs de Lyon, depuis le terrain, le perçoivent différemment : « L'ambiance y est magnifique, les supporters beaucoup plus proches de nous » (Jordan Ferri), « On s'entend beaucoup moins sur la pelouse » (Corentin Tolisso), après le match d'inauguration qui rassembla plus de 55 000 spectateurs (*Le Dauphiné libéré*, 10 janvier 2016). « Ses tribunes à proximité de la pelouse et sa caisse de résonance en font une arme supplémentaire » (*L'Equipe*, 10 janvier 2016).

De Lesdiguières au stade des Alpes : du stade traditionnel au stade digital

En janvier 2008, après huit années de polémiques, contestations, recours administratifs, travaux (parfois interrompus), est inauguré le Stade des Alpes à Grenoble, financé par la Communauté d'agglomération (La Métro), avec comme occupant privilégié le club de football. Présenté par les politiques et ses concepteurs comme alliant « une intégration urbaine forte ainsi qu'une architecture de grande qualité » (*Le Métroscope*, n° 21, février-mars 2003), projet architectural qui « va allier efficacité sportive et intégration urbaine (...). Sa transparence, ses qualités de confinement acoustique (le bruit reste à l'intérieur) en font un magnifique "objet urbain" » (*Le Métroscope*, n° 22, avril 2003), le nouveau stade se différencie radicalement de l'ancien (un vélodrome construit en 1930), mais aussi du stade

Lesdiguières, aux allures champêtres et partagé un temps par rugby (FCG-Rugby) et football (GF38).

Ce nouveau stade refermé sur lui-même a été présenté comme un must de la technologie et du numérique en son temps. Mais, les stades révolutionnaires initiés dans les années 2000 (Angleterre, Allemagne, puis France...) sont appelés à être multifonctionnels afin de retenir le consommateur que doit devenir le spectateur.

Mais, comment le supporteur vit-il ce changement de stade, de conceptions architecturale et fonctionnelle, et d'ambiance(s) ? Quels rapports se développent avec l'équipement high-tech et la transformation des publics ? « *Le caractère high-tech du stade, on n'en a carrément rien à secouer (...). Paradoxalement, on se sent plus gênés que les nouveaux abonnés, alors que cela fait un bail qu'on supporte le club* » déclarait un « supporteur actif » du GF38 (*Le Monde* 2, 6 septembre 2008).

Le vécu des ambiances des supporters du FCG-Rugby et du GF38, tous deux anciennement ou actuellement utilisateurs des deux stades grenoblois, devrait être exploré à l'aide de questionnaires et entretiens au cours de la saison sportive 2016-2017 afin de pouvoir éclaircir ce questionnement.

Les ambiguïtés du stade connecté

Récemment, Perelman (2016), à partir d'une sociologie critique radicale du sport, souligne que dans certains stades (PSV Eindhoven) les supporters refusent le digital pour pouvoir participer pleinement au match, avec toute l'intensité et l'attention que l'activité de supporter requiert. À Manchester United, alors qu'une politique de digitalisation a été menée, les spectateurs ne peuvent pas apporter d'instrument numérique supérieur à une certaine taille (10x15 cm) afin d'éviter l'enregistrement et la diffusion d'images sur les réseaux sociaux ! On est donc ici dans une situation paradoxale ! D'une part, des supporters qui sont dans le stade pour faire leur « métier » de supporters, avec l'attachement affectif au club et à l'équipe, et la communion qui existe entre l'équipe sur le terrain et les supporters dans les tribunes ; d'autre part, une masse de spectateurs avec en main leurs objets connectés et qui regardent le match depuis les tribunes mais à travers leur smartphone connecté ! « La contradiction est donc à son comble, puisque d'un côté on déploie dans le stade une technologie du tout connectique, et de l'autre on interdit de diffuser les images prises par les smartphones et autres tablettes... » (Perelman, 2016, 10).

L'expérience du Parc OL (match du 30 avril 2016), valide une partie des propos de Perelman : lors de la fouille à l'entrée, la déclaration de posséder un appareil photo a éveillé l'attention, puis rassuré du fait qu'il ne s'agissait que d'un « pocket ». Quant au spectacle des tribunes, si les « Bad Gones » ont « fait le métier » durant tout le match, le spectateur à mon côté n'a cessé de regarder son téléphone, de faire des photos durant le match, de filmer des phases de jeu... Certes, la première visite dans le nouveau stade peut inciter à ce genre de comportement. Mais c'est un aspect à vérifier par la suite pour corroborer ou non les assertions de Perelman.

Références

- Benitah S. (2016), « L'Olympique Lyonnais inaugure le premier stade connecté », *Le Figaro*, samedi 9 — dimanche 10 janvier, p. 13
- Boltz D. (2008), *Les arènes totalitaires : Hitler, Mussolini et les jeux du stade*, Paris, Ed. CNRS

- Brás R.P. & Monteiro P. (2005), *O Ninho da Água. Aqui Renasceu a Mística do Benfica*, Camarate, Prime Books
- Bromberger C. et al. (1995), *Le match de football. Ethnographie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*, Paris, Editions de la MSH
- Cardoso C. (2001), *El Estadio Azteca. Historia del Coloso de Santa Úrsula*, México, Clío
- Chaix P., dir. (2011), *Les grands stades. Au cœur des enjeux économiques et sociaux entre collectivités publiques et clubs professionnels*, Paris, L'Harmattan
- Ciancia B. (2009), *Le Stade des Alpes*, Grenoble, La Métro
- Delépine M. (2010), *Les stades du football français*, Saint-Cyr-sur-Loire, Alan Sutton
- Delépine M. (2014), « Le stade de Colombes et la question du grand stade en France (des origines à 1972) », *Sciences sociales et sport*, n° 7, pp. 69-100
- Esterházy P. (1989), *Trois anges me surveillent. Les aveux d'un roman*, Paris, Gallimard
- Esterházy P. (2008), *Voyage au bout des seize mètres*, Paris, Christian Bourgois
- Ferreira J.F. (2008), *A construção do Pacaembu*, São Paulo, Paz e Terra
- Frank S. & Steets S., eds. (2010), *Stadium Worlds. Football, space and the built environment*, London & New York, Routledge
- Gaffney C.T. (2008), *Temples of the Earthbound Gods. Stadiums in the Cultural Landscapes of Rio de Janeiro and Buenos Aires*, Austin (TX), University of Texas Press
- Guillou C. & Hernandez A. (2016), « Des stades sous vide », *Le Monde*, samedi 9 janvier, cahier Sport & Forme, pp. 4-5
- Haldas G. (1981), *La légende du football. Chronique*, Lausanne, L'Age d'Homme
- Heizer T. (2010), *Maracanazo : 16 de julho de 1950. Tragédias e epopeias de um estádio com alma*, Rio de Janeiro, Mauad
- Huber N. (2008), *Stades suisses. Des origines à l'Euro 2008*, Genève, Slatkine
- Inglis, S. (1983), *The Football Grounds of England and Wales*, London, Willow Books
- Lemoine B. (1998), *Les stades en gloire*, Paris, Gallimard
- Malhano C. & Malhano H.B. (2002), *São Januário Arquitetura e História. Memória social dos esportes*, Rio de Janeiro, Mauad/FAPERJ
- Mottet É., dir. (2010), *Géopolitique de la Coupe du monde de football 2010. Enjeux de pouvoir et rivalités sportives autour d'un méga-événement*, Québec, Septentrion
- Moura G. de Araujo (1998), *O Rio corre para a Maracanã*, Rio de Janeiro, FGV
- Perelman M. (2016), *Smart stadium. Le stade numérique du spectacle sportif*, Paris, L'échappée
- Pares M., Pujadas X. & Santacana C. (2007), *El Camp Nou. 50 anys de batec blaugrana*, Barcelona, Futbol Club Barcelona/Col·legid'Arquitectes de Catalunya
- Pizzorni Itié F. (1993), *Les yeux du stade. Colombes, temple du sport*, Thonon-les-Bains, L'Albaron
- Sansot P. (1986), *Les formes sensibles de la vie sociale*, Paris, PUF
- Sansot P. (1990), *Le rugby est une fête*, Paris, Plon
- Sansot P. (1991), *Les gens de peu*, Paris, PUF
- Sawicki F. (2012), « La résistible politisation du football. Le cas de l'affaire du grand stade de Lille-Métropole », *Sciences sociales et sport*, n° 5, pp. 193-241
- Spampinato A. (2004), *Stades du monde. Sport et architecture*, Antwerpen, Tectum

Auteur

Docteur en sociologie, Michel Raspaud est professeur à l'Université Grenoble Alpes. Il enseigne la Sociologie du sport à l'UFR Activités Physiques et Sportives, effectuant ses recherches au sein du laboratoire SENS (Sport et environnement social, EA 3742).