



**HAL**  
open science

## Vendre l'Europe? Le sport comme vecteur de communication du projet européen (1966-1985)

William Gasparini

► **To cite this version:**

William Gasparini. Vendre l'Europe? Le sport comme vecteur de communication du projet européen (1966-1985). *Politique européenne*, 2021, 2021/2 (72), pp.20-44. 10.3917/poeu.072.0020 . hal-03442024

**HAL Id: hal-03442024**

**<https://hal.science/hal-03442024>**

Submitted on 22 Nov 2021

**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.

## VENDRE L'EUROPE ?

Le sport comme vecteur de communication du projet européen (1966-1985)

[William Gasparini](#)

L'Harmattan | « Politique européenne »

2021/2 N° 72 | pages 20 à 44

ISSN 1623-6297

ISBN 9782343244907

DOI 10.3917/poeu.072.0020

Article disponible en ligne à l'adresse :

-----  
<https://www.cairn.info/revue-politique-europeenne-2021-2-page-20.htm>  
-----

Distribution électronique Cairn.info pour L'Harmattan.

© L'Harmattan. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

**Vendre l'Europe ? Le sport comme vecteur de communication du projet européen (1966-1985)**

À partir de l'analyse des notes rédigées par le Service de Presse et d'Information de la Commission des communautés européennes de 1966 à 1985, l'article se propose de saisir les premiers usages européens du sport dans le cadre d'une nouvelle politique de communication et d'un processus d'euro-péanisation informelle. Pour comprendre comment émerge l'idée de « faire société européenne » par le sport, il convient de la replacer dans le contexte des transformations internes des Communautés européennes, des mutations du sport en Europe et de la politique de communication offensive de la Commission. Nous nous intéresserons également aux « entrepreneurs d'Europe » de la DG X et du Comité Adonnino pour « l'Europe des citoyens ».

**Selling Europe? Sport as a communication medium for the European project (1966-1985)**

Based on the review of the notes written by the Press and information service of the Commission of the European Communities from 1966 to 1985, this article proposes to approach the early pro-European uses of sport as part of a new communication policy and informal process of Europeanization. In order to understand how the idea of “making a European society” through sport emerged, it is necessary to put it in the context of the internal transformations of the European communities, the changes in both European sport and the Commission's proactive communication. We will also deal with the “European entrepreneurs” of DG X and Adonnino Committee on “a People's Europe”.

# Vendre l'Europe ?

## Le sport comme vecteur de communication du projet européen (1966-1985)

### William Gasparini

Professeur des universités et titulaire de la chaire Jean Monnet "Le sport passeur d'Europe", unité de recherche "Sport et sciences sociales" (UR 1342), Université de Strasbourg.

« *Le sport est un vecteur d'information puissant pour promouvoir l'image de la Communauté européenne, et bien plus efficace dans ce cas que des brochures ou des séminaires* », Franz Froschmaier, 27 octobre 1984<sup>1</sup>.

### Introduction

**E**n visite à la Commission de Bruxelles les 24 et 25 septembre 1984, une délégation de douze journalistes *senior editors* du quotidien britannique *The Times* de Londres commente dans une note de dossier<sup>2</sup> la politique d'information de la Commission. Ces journalistes mettent également en avant le rôle du sport pour « vendre » l'Europe<sup>3</sup>. Le chef de la Division Visites d'Information alors en poste à la Commission des communautés européennes résume ainsi cette note :

« Les journalistes du *Times* ont exprimé leur point de vue avec beaucoup de vigueur : la commission apparaît comme incapable de vendre la Communauté dans les pays membres : non seulement son action d'information n'atteindrait pas la cible visée mais se révélerait « lamentablement » insuffisante pour mettre favorablement en lumière la Communauté » [...]. La Commission, toujours selon les journalistes du *Times*, devrait s'exprimer différemment : moins de technicisme, de statistiques et de raisonnements destinés aux experts, et davantage de

- 1 Extrait de la Note de Franz Froschmaier à l'attention de M. Facini, directeur général du Contrôle financier sur le marathon de Dublin (27 octobre 1984). Franz Froschmaier était directeur général de la DG X (direction générale Information, communication, culture et médias audiovisuels) de la Commission de 1981 à 1987.
- 2 Relatée par M. Breschi, chef de Division « Visites d'Information », Direction Générale de l'Information, Commission des communautés européennes.
- 3 Note de dossier du 2 octobre 1984 rédigée par Enrico Breschi.

références à l'aspect humain, susceptible de frapper l'imagination de l'opinion publique [...]. Des sujets comme la promotion d'une **équipe européenne de football**<sup>4</sup>, la création d'un drapeau européen, la concrétisation d'un symbole matériel de l'ECU, un passage plus facile des frontières intérieures, intéressent davantage l'homme de la rue que la plupart des informations habituellement diffusées par la Commission [...]. »

Pourquoi proposer la création d'une équipe européenne de football alors que le sport n'est pas une compétence de la Communauté européenne ? Peu intéressée à ses débuts par le sport, la CEE laisse le champ libre dans ce domaine au Conseil de l'Europe jusque dans les années 1990<sup>5</sup> et l'arrêt Bosman<sup>6</sup>. En application du principe de subsidiarité, l'activité sportive est du ressort des États membres et en particulier le sport de compétition censé représenter les États-nations dans les grandes compétitions européennes et internationales (Archambault, Beaud et Gasparini, 2018).

Cependant, dès le milieu des années 1960 et surtout à partir des années 1970, le sport est progressivement perçu par la CEE comme le fer de lance de la diffusion d'une réalisation européenne concrète à même de créer une « identité européenne »<sup>7</sup>, et ce, bien avant l'arrêt Bosman. Dans cette période, les gouvernements des États membres souhaitent donner un visage plus proche et plus humain à une Europe en quête de légitimité. Après les crises économique, monétaire et sociale consécutives au choc pétrolier, l'heure n'est pas à l'europhilie ni aux plans d'intégration ambitieux, mais plutôt au repli sur soi et aux réflexes protectionnistes. Un vent d'euroscpticisme souffle au sein des populations des pays fondateurs. C'est dans ce contexte qu'en 1973, la déclaration de Copenhague introduit les termes d'identité européenne

4 C'est nous qui mettons en gras.

5 Le Conseil de l'Europe a été la première organisation intergouvernementale à avoir investi le champ du « sport pour tous » dans le cadre de la convention culturelle européenne adoptée dès 1954 - Voir William Gasparini, « Le Conseil de l'Europe et le sport : genèse et circulation d'un modèle sportif européen », *Encyclopédie pour une histoire nouvelle de l'Europe*, LabEX ENHE [en ligne], 2019, ISSN 2677-6588, mis en ligne le 04/06/2019.

6 CJCE, 15 décembre 1995, Bosman, aff. C-415/93, Rec.1995, p. 5040. Bosman est un joueur de football belge interdit de jouer dans un club français parce que le quota de joueurs étrangers était atteint et que la prime de transfert demandée était trop élevée. Bosman a alors porté plainte à la Cour de justice européenne et obtenu gain de cause.

7 Sur l'usage de la notion d'identité européenne, voir le dossier « L'identité européenne, entre science politique et science-fiction », sous la direction de S. Duchesne, revue *Politique européenne*, n° 30, 2010.

dans le lexique communautaire<sup>8</sup> et préconise – entre la deuxième moitié des années 1970 et les années 1980 – de nouvelles politiques communautaires en promouvant une série d'actions et de mesures touchant directement et concrètement la vie des citoyens européens. C'est au cours de cette période que le sport est progressivement convoqué dans les discours pour « vendre l'Europe » et en donner une image plus attractive.

À partir de l'analyse des notes rédigées par le Service de Presse et d'Information de la Commission des communautés européennes (1966-1985)<sup>9</sup> et d'un ensemble de documents institutionnels<sup>10</sup>, l'article se propose de saisir ces premiers usages européistes du sport. Notre étude s'appuie plus particulièrement sur l'analyse de deux lieux de production de normes et catégories européennes : d'une part, le Service de Presse et d'Information devenu ensuite la Direction Générale X de la Commission (qui recevra la charge du sport dans sa politique d'information et de communication en direction du grand public) et, d'autre part, le Comité Adonnino pour « l'Europe des citoyens ». La séquence choisie (1966-1985) permet également d'interroger le passé pour mieux comprendre la référence actuelle à des catégories telles que la « citoyenneté européenne par le sport<sup>11</sup> », le « modèle sportif européen » ou « la dimension européenne du sport<sup>12</sup> ». Au service d'une sociohistoire attentive aux acteurs<sup>13</sup>, l'étude des archives européennes permet de mettre à jour ce qui a été jusqu'ici négligé dans l'étude du sport européen : les espaces, les cercles européens et les acteurs institutionnels qui produisent des expertises et des recommandations sur le sport vecteur de communication du projet européen. Ce processus d'européanisation informelle préfigure « l'Europe politique du sport ».

- 
- 8 « Déclaration sur l'identité européenne – Copenhague 1973 » - Voir le *Bulletin des Communautés européennes*, n° 12, 1973, p. 126.
- 9 Archives historiques de la commission européenne (Fiesole-Florence), documents consultés en novembre 2019, BAC 101/1999, n° 3, 1966-1985.
- 10 Communiqués de presse de la Commission européenne, bulletin des Communautés européennes, déclarations entre 1966 et 1985.
- 11 Voir par exemple Julian Jappert et Sylvain Landra (dir.), *Favoriser l'émergence d'une identité européenne grâce au sport : réalité ou utopie ?*, Think-tank européen Sport et citoyenneté, 2013.
- 12 L'article 165 du Traité de Lisbonne mentionne que l'action de l'Union « vise à développer la dimension européenne du sport ».
- 13 À propos des archives européennes, voir Roa Bastos Francisco, Vauchez Antoine, « Savoirs et pouvoirs dans le gouvernement de l'Europe. Pour une sociohistoire de l'archive européenne », *Revue française de science politique*, 2019/1 (Vol. 69), p. 7-24.

## Une européanisation informelle par le sport : processus et entrepreneurs d'Europe

De manière générale, l'européanisation fait référence aux processus de construction, de diffusion et d'institutionnalisation de règles formelles et informelles, de procédures, paradigmes, styles et façons de faire. Ce processus prend en compte les normes et les croyances partagées qui sont d'abord définies et consolidées dans les décisions de l'Union européenne puis incorporées dans la logique des discours, des identités, des structures politiques et des politiques publiques à l'échelon national (Radaelli, 2000 ; Börzel, 2002). Utilisé dans les sciences sociales depuis le milieu des années 1990, le terme « européanisation » a été repris plus récemment dans le domaine du sport pour désigner les effets de l'intégration et des normes européennes sur le fonctionnement du sport en Europe (Husting, 2007 ; Gasparini et Polo, 2012 ; Gasparini, 2017, 2018).

Moins étudié dans ce domaine, le processus d'européanisation « informelle » (Mérand et Weisbein, 2011) renvoie à tout un ensemble de recommandations et de discours qui circulent dans les espaces nationaux et qui tendent progressivement à imposer - ou du moins suggérer - le concept d'une identité ou d'une dimension européenne du sport. Il s'agit d'abord du Conseil de l'Europe qui, dans le cadre de sa coopération intergouvernementale, vote des *Chartes européennes du sport*, faisant ainsi circuler un modèle européen du *sport pour tous* (Gasparini, 2019). Parallèlement, dans sa volonté de promouvoir son identité et son image auprès de ses ressortissants et dans le monde, la Commission des communautés européennes se tourne également vers le sport. C'est en 1966 qu'émerge pour la première fois l'idée d'une Coupe du Marché commun. Elle préfigure la future stratégie de communication de la CEE à l'intention des citoyens européens ordinaires (Vonnard, 2018 ; Vonnard, Quin et Bancel, 2016). Mais c'est principalement au cours des années 1970 et au début des années 1980 que la Communauté européenne a recours au sport comme vecteur de communication. Visant à renforcer le pouvoir d'identification et la légitimité politique des institutions européennes, la politique symbolique de la Commission a contribué tant à façonner un modèle européen du sport qu'à développer l'idée que le sport est un vecteur efficace de communication des « valeurs » et de « l'identité » européennes. Pour comprendre comment émerge cette idée, il convient de la replacer dans un contexte d'interdépendance entre la sphère de la politique communautaire et celle du sport. L'utilisation du sport dans la construction européenne est ainsi autant le produit de transformations internes à la Communauté (l'élargissement, les nouvelles politiques communautaires, notamment en matière de communication, ou la

professionnalisation des personnels) qu'externes (la médiatisation du sport européen à partir des années 1970, les enjeux géopolitiques du sport).

Bien que de nombreux travaux aient analysé le nationalisme ordinaire ou « banal » (Billig, 1995)<sup>14</sup>, y compris dans le sport (Dauncey et Hare, 2002 ; Tilman, 2010), aucun n'a transposé ce qui a été vérifié dans un cadre étatique national au contexte communautaire européen. Par ailleurs, les acteurs de cet « européisme ordinaire » par l'intermédiaire du sport n'ont jamais été étudiés. La période étudiée voit émerger des « entrepreneurs d'Europe » (Cohen, Dezalay et Marchetti, 2007) qui se mobilisent pour populariser le projet européen à travers le sport et contribuer à faire circuler l'idée d'un modèle sportif européen, dépolitisé<sup>15</sup> et gommant les frontières intérieures de l'Europe. La dynamique d'institutionnalisation de la Communauté européenne a ainsi vu surgir de nouvelles générations de professionnels de l'Europe, tant au sein des élites bureaucratiques de la Commission que parmi les nombreux lobbyistes et experts qui opèrent à Bruxelles et dans les ramifications des institutions européennes chargées de « vendre » l'Europe<sup>16</sup>. Ce processus d'européanisation informelle par le sport n'est cependant pas réductible à une seule dynamique *top-down*. Il résulte en effet d'une multitude d'acteurs et d'espaces -sportifs et institutionnels-, d'un système de règles formelles et informelles, d'une pluralité de centres de décision, mais également de phénomènes de résistance du mouvement sportif, notamment de la part de l'UEFA qui tient à garder ses prérogatives en matière d'organisation du football européen. L'anti-européanisme ou le patriotisme encouragé par les États à l'occasion des compétitions européennes jouent également un rôle indéniable. Qu'il s'agisse d'institutions communautaires, intergouvernementales, privées (comme les fédérations et associations sportives européennes) ou de professions intéressées par l'édition européenne (par exemple, les journalistes), chacun de ces acteurs contribue finalement au processus d'européanisation et cherche à gagner en influence selon ses intérêts, son habitus national (Elias, 1992) et son propre système de représentation.

De 1966 à 1985 s'ouvre ainsi une période importante dans la constitution d'une politique symbolique des Communautés européennes dans laquelle

- 
- 14 Voir notamment le dossier « Nationalismes ordinaires » de la revue *Raisons politiques*, n° 37, 2010.
- 15 Au sujet de l'apolitisme comme valeur durable de la culture sportive, voir Jacques Defrance, « La politique de l'apolitisme. Sur l'autonomisation du champ sportif », *Politix*, vol. 13, n° 50, 2002, p. 13-27.
- 16 Par exemple, les bureaux de presse et d'information (BPI) ou les Maisons de l'Europe installées dans les capitales et grandes métropoles européennes.



s'inscrit la *doxa* sportive européenne (Gasparini, 2011). En effet, les institutions européennes déploient progressivement toute une série d'opérations d'information et de communication pour favoriser l'émergence d'une société civile, d'une opinion et d'un espace publics aux dimensions de la scène politique européenne (Aldrin, 2010 ; Foret, 2008 ; Fossum et Schlesinger, 2007 ; Rose, 2008). À partir des années 1970, les instruments et les objectifs de la communication sur les communautés européennes se diversifient. Avec le soutien du Parlement, la Commission adjoint à ses moyens traditionnels de communication (relations publiques, conférences de presse, brochures destinées au grand public) des outils d'analyse de l'opinion (programme Eurobaromètre) et des médias. Censée toucher les individus, une politique des symboles est actée : drapeau, hymne, passeport, journée de l'Europe. Forgé en réaction au concept d'*Europe des marchands*<sup>17</sup>, celui d'*Europe des citoyens* apparaît. C'est dans ce contexte que le sport devient l'un de outils de cette politique. Les années 1980 marquent ensuite l'incorporation des techniques de la communication commerciale (actions marketing, politique audiovisuelle), puis l'introduction de la communication événementielle avec l'organisation croissante de manifestations publiques (Aldrin et Dakowska, 2011).

Les fonctionnaires de la DG X (Information), les nouveaux parlementaires et plusieurs experts propulsent le sport de haut niveau au rang de spectacle sportif européen et populaire. Dans un paysage audiovisuel européen en pleine transformation, le football devient le sport le plus diffusé à la télévision<sup>18</sup>. Sa mise en spectacle est ainsi intimement liée à la privatisation des télévisions en Europe dès les années 1970 (1983 en France). Télévisions publiques et privées entrent en concurrence pour racheter les droits de retransmission télévisée des matchs de football aux clubs et aux fédérations sportives<sup>19</sup>. Au cours des années 1980, on assiste à l'émergence des chaînes de télévision payantes, comme Canal Plus, Sat1 et RTL, ainsi qu'au lancement d'Eutelsat (par la suite rebaptisé Sky) par Rupert Murdoch ou à l'acquisition du Milan AC par le magnat de la presse Silvio Berlusconi (Rask Madsen, 2007). Le lancement de la Ligue des champions, la hausse exceptionnelle des rentes télévisuelles et l'arrêt Bosman

17 Qui caractérise la Communauté à dominante économique issue du traité de Rome.

18 Suivront le rugby à XV, le cyclisme, le tennis et les sports automobiles.

19 La concurrence conduit les opérateurs à se différencier et à rechercher l'exclusivité. Cette surenchère a comme conséquence d'augmenter les budgets des clubs de football et donc les salaires des footballeurs (en 1992, 80 % des recettes encaissées à l'occasion du Championnat d'Europe de football provenaient des droits de retransmission télévisée et de publicité).

ont encore accru le caractère européen d'un football-spectacle sans cesse plus dénationalisé et professionnalisé.

## **Gagner l'opinion publique européenne grâce au sport : le projet de Coupe du Marché commun (1966)**

Organe d'exécution des institutions européennes, la Commission joue un rôle central dans la politique d'information et de communication des Communautés européennes. Fondé à l'origine sur une conception « relation publique », le travail d'information et de communication des Communautés a traditionnellement privilégié le soutien des relais « naturels » du projet européen (journalistes, enseignants, acteurs et représentants du monde économique). La proximité entre ces univers constitue un espace de circulation et de diffusion des enjeux de la traduction de l'idée européenne dans le processus communautaire (Aldrin et Dakowska, 2011 ; Garcia et Le Torrec, 2003).

Dès 1966, dans sa recherche d'une adhésion des peuples au projet européen, le Service de Presse et d'Information de la Commission (qui deviendra en 1968 la DG X) formule pour la première fois l'idée d'une Coupe du Marché commun dont la finalité serait de susciter un « attachement » au projet européen. Cette initiative s'inscrit dans les prémices d'une stratégie de communication de la CEE ayant pour objectif de fabriquer des euro-citoyens « ordinaires ».

Elle est d'abord portée par des « petits entrepreneurs d'Europe » (Aldrin et Dakowska, 2011), c'est-à-dire des acteurs statutairement extérieurs aux institutions des Communautés européennes, mais mobilisés pour la cause tant européenne que sportive. À l'origine de cette idée, deux journalistes sportifs belges, Michel Szur et Raymond Arendt, qui multiplient les initiatives auprès de grands clubs européens de football et sollicitent leur adhésion afin de proposer au Service de Presse et d'Information un projet solide d'organisation d'une « Coupe du Marché commun de football ». Dissident hongrois arrivé en Belgique à la fin des années 1949, ancien président de l'Association des étudiants catholiques de Hongrie et passionné de football, Michel Szur en sera la cheville ouvrière (Vonnard, 2018). Ses frais de séjour dans le cadre d'une mission d'information financée par le Service de Presse<sup>20</sup> indiquent

20 Formulaire « Proposition d'engagement de dépense » de la CEE pour frais de voyage et de séjour de Michel Szur pour effectuer une mission d'information en vue de l'organisation d'une Coupe du Marché commun de football », renseigné le 9 novembre 1966.

qu'il s'est déplacé au courant de l'année 1966 dans les clubs de Bordeaux, Paris, Londres, Leeds, Glasgow, Turin, Bologne, Brême, Rotterdam et Luxembourg pour y rencontrer les dirigeants de ces clubs et plaider « sa cause » européenne.

Dans un courrier datant du 22 mars 1966, les deux journalistes mentionnent l'intérêt des dirigeants des clubs et sollicitent d'abord le Belge Robert Pendville, alors assistant de ce même Service de Presse depuis 1960, puis le Directeur général du Service Commun d'Information des Communautés Européennes, Jacques-René Rabier, pour leur exposer le projet. À noter que Rabier, directeur de cabinet de Jean Monnet de 1946 à 1952, puis directeur général de l'information de la Commission, est également le fondateur de l'Eurobaromètre à partir de 1973<sup>21</sup>.

Ce dernier voit d'emblée l'intérêt d'utiliser le football dans sa nouvelle stratégie de communication et considère « qu'une Coupe du Marché commun serait une manière de populariser l'idée européenne<sup>22</sup> ». Convaincu, Rabier contacte l'UEFA en octobre 1966 pour proposer ce projet de tournoi de football, mais, le 21 novembre 1966, il reçoit un courrier de l'UEFA à Bruxelles lui signifiant un refus :

« Nous regrettons devoir vous informer que le Comité Exécutif de l'Union des Associations Européennes de Football a décidé à l'unanimité lors de sa séance du 18 octobre à Zurich de ne pas autoriser l'organisation de la compétition projetée, dénommée « Coupe du Marché Commun ». Conformément aux dispositions statutaires de l'UEFA, celle-ci est compétente pour autoriser ou rejeter l'organisation d'une nouvelle compétition internationale<sup>23</sup>. »

Par suite de la fin de non-recevoir de l'UEFA, le projet avorte<sup>24</sup>. Cet échec témoigne de la difficulté d'initier une action dans un domaine où la CEE n'a pas de compétences explicites et où la volonté d'intervention n'est pas soutenue par le mouvement sportif européen. En outre, l'initiative de ces petits entrepreneurs d'Europe, extérieurs à l'univers du football, n'a pas bénéficié

- 
- 21 Depuis 1973, la Commission européenne effectue un suivi régulier de l'opinion publique dans chacun des États membres. Les Eurobaromètres (EB) sont des études d'opinion réalisées à l'échelle de l'Union européenne (et parfois des pays candidats) et pilotées par la DG "Communication".
- 22 Note du 10 octobre 1966.
- 23 Extrait du courrier du 21 novembre 1996 signé par le secrétaire général de l'UEFA, Hans Bangertner.
- 24 Le projet resurgit néanmoins sous d'autres formes à plusieurs reprises, entre 1973 et 1985.

d'un relais assez solide au sein des instances européennes, ni d'un soutien déterminé de la part des fédérations nationales de football. Le refus s'explique également par le fait que les dirigeants de l'UEFA craignent une concurrence vis-à-vis d'une de ses prérogatives majeures, l'organisation de compétitions européennes (Vonnard, 2018)<sup>25</sup>. Née en 1954, l'UEFA a en effet pour objectif de rétablir la prépondérance de l'Europe au sein de la FIFA au sortir de la Seconde Guerre mondiale, notamment face à l'affirmation des fédérations sud-américaines<sup>26</sup>. Par ailleurs, la naissance de l'UEFA participe d'un esprit paneuropéen alors largement répandu sur le continent qui dépasse le périmètre strictement occidental des Communautés européennes (Archambault, 2012). Ainsi, à la différence des nombreuses autres organisations européennes créées à la même époque, l'UEFA englobe dès sa fondation l'Union soviétique et les pays d'Europe de l'Est. Détenant ainsi le monopole de l'organisation du football européen, l'UEFA structure progressivement l'espace européen selon cette logique en s'imposant comme l'interlocuteur privilégié des États européens et des institutions européennes dès lors que le football se retrouve à l'agenda politique.

### **Les compétitions sportives comme vecteur de communication de l'identité européenne : le rôle de la DG « Information » (1973-1984)**

Dans les années 1970, l'Europe est en quête de légitimité dans le double contexte du premier choc pétrolier et de l'élargissement des Communautés, passant de 6 à 9 États membres en 1973, puis à 10 avec l'adhésion de la Grèce en 1981. Prenant conscience des processus d'identification des peuples européens aux athlètes et aux équipes sportives de l'espace européen, la Commission puis le Parlement instrumentalisent progressivement le sport pour favoriser l'émergence d'une « identité européenne ». À la fin de la période du couple franco-allemand Schmidt-Giscard d'Estaing (1974-1979), la dimension démocratique et citoyenne de la Communauté est mise en avant : les premières élections au suffrage universel direct du Parlement européen sont organisées en 1979 et les institutions européennes développent de nouvelles politiques

25 En 1966, l'UEFA organise déjà trois Coupes d'Europe : la Coupe d'Europe des vainqueurs de coupe, la Coupe des clubs champions européens et la Coupe d'Europe des nations.

26 Dans ses premières années, la raison d'être de l'UEFA est avant tout de défendre les intérêts d'un continent qui voit son influence dangereusement décroître au sein de la FIFA.

communautaires par une série d'actions et de mesures touchant directement et concrètement la vie des citoyens européens et censées donner une image positive de la Communauté européenne. Alors que la Commission est en quête d'un système efficace de communication, l'idée de sa direction générale « Information » - ou DG X - d'utiliser les compétitions sportives européennes comme vecteur de communication de l'identité européenne fait son chemin après la première tentative avortée de la Coupe du Marché Commun. Mais les initiatives seront prises à présent par des fonctionnaires européens.

En 1973, la DG X renouvelle entièrement ses cadres. Seán Ronan, un diplomate irlandais, est nommé directeur général de l'information. Peu expérimenté dans ce domaine, il s'appuie sur deux directeurs nouvellement nommés, spécialistes de la communication et des études européennes : le Britannique Roy Pryce, directeur fondateur du *Centre for Contemporary European Studies* à l'université du Sussex, et le journaliste français Paul Collowald. Porte-parole de Raymond Barre (alors vice-président de la Commission européenne) avant de rejoindre la DG X, Collowald intègre par la suite le Parlement européen au cabinet de Pierre Pflimlin<sup>27</sup> pour terminer sa carrière comme directeur général de l'information et des relations publiques du Parlement européen. Seán Ronan est également aidé par un assistant plus expérimenté, Robert Pendville, qui a déjà soutenu l'initiative de la Coupe du Marché commun. En poste depuis 1960, celui-ci imprime une permanence dans cette DG X polymorphe puisqu'il en reste l'assistant jusqu'en 1988. D'ailleurs, le 10 avril 1985, Robert Pendville rédige une note à l'attention de M. Bourgès-Maunoury<sup>28</sup>, fonctionnaire de la Commission et membre du Mouvement Européen, pour demander une subvention pour une Coupe des Juniors de la communauté. L'UEFA ayant refusé l'implication de la Communauté européenne dans un championnat européen sénior, Robert Pendville continue de travailler à des propositions alternatives.

D'autres fonctionnaires européens se sont également impliqués comme, par exemple Armando Toledano-Laredo, chef du cabinet du Vice-président de la Commission des communautés européennes, qui rédige en 1976 une note à l'attention de Seán Ronan intitulée « Sport et Marché commun »<sup>29</sup>. Il y suggère

27 Pierre Pflimlin est président du Parlement européen de 1984 à 1987.

28 Polytechnicien et radical-socialiste, Maurice Bourgès-Maunoury a occupé les fonctions de président du Conseil des ministres du 13 juin 1957 au 6 novembre 1957 et a fait ratifier le traité de Rome instituant la Communauté économique européenne.

29 Note d'Armando Toledano-Laredo à l'attention de M. Ronan, Directeur général de l'Information, le 16 novembre 1976.

de créer des championnats du Marché et des équipes européennes. En voici un extrait :

*« L'Europe a été le berceau du sport moderne. Le sport répond aux besoins d'expression, de création et de communication de l'homme moderne. Il est devenu un instrument non négligeable, sinon privilégié, de la politique socio-culturelle aux plans local, régional et national.*

*Il est dès lors fort curieux de constater que jusqu'à ce jour, le sport n'a jamais été appelé à participer à la prise de conscience des bienfaits de l'intégration européenne. La similitude des régimes politiques, les intérêts fort semblables des neuf vis-à-vis des grandes disciplines sportives sont autant d'arguments qui plaident en faveur de l'organisation de compétitions sportives regroupant les pays du Marché commun. Il pourrait s'agir, par exemple, de championnats du Marché commun et, dans un 2<sup>e</sup> temps, de la sélection d'une équipe du Marché commun appelée à rencontrer l'un ou l'autre pays ou groupe de pays. »*

En 1981, Seán Ronan est remplacé par Franz Froschmaier<sup>30</sup>, un avocat allemand qui a fait carrière au sein de la Commission, ancien chef de cabinet de Wilhelm Haferkamp<sup>31</sup>. Nommé directeur général de la nouvelle DG X rebaptisée « Information, communication, culture et médias audiovisuels » sous la Commission Delors en 1981, il restera en poste jusqu'en 1987, assurant ainsi une forme de continuité à la tête de cette direction. L'heure est à la communication qui s'impose jusque dans l'intitulé de la DG. La production de revues, de brochures et d'autres publications est de plus en plus réduite, la priorité allant aux médias audiovisuels afin de présenter une Europe vivante et proche de ses citoyens<sup>32</sup>. Dans un entretien à ce propos à l'automne 1984, Franz Froschmaier estime qu'il s'agit désormais de « vendre » la Communauté aux différentes tranches de l'opinion publique qui sont autant de « marchés » auxquels il convient de s'adapter<sup>33</sup>.

30 À noter le passage de Franz Froschmaier au bureau d'information de la Communauté européenne à Washington comme chef adjoint. On peut supposer qu'il y découvre le sport américain, double vecteur de patriotisme et de communication commerciale.

31 Démocrate allemand, Wilhelm Haferkamp est nommé à la Commission par le gouvernement ouest-allemand en 1967. Il y a occupé un grand nombre de postes, dont celui de vice-président, jusqu'en 1985.

32 Cf. Rapports généraux des Communautés européennes des années 1980.

33 « Nachlese zur Direktwahl », *Courrier du personnel*, no 457, octobre 1984, p. 2-7.

Selon lui,

*« le sport est un vecteur d'information puissant pour promouvoir l'image de la Communauté européenne, et bien plus efficace dans ce cas, que des brochures ou des séminaires<sup>34</sup>. »*

Le 22 mai 1984, Franz Froschmaier publie une note à l'attention des Chefs de Bureau de presse des États membres à propos des demandes de parrainage de manifestations sportives par les Communautés européennes. Il écrit :

*« Au cours des années 1970, la Commission des Communautés européennes a été saisie à plusieurs reprises de la part de diverses organisations de demandes de patronage de manifestations sportives, culturelles ou autres. Il me paraît dès lors urgent de définir une politique dans ce domaine, qui concerne à la fois l'image et le message que la Commission et la Communauté souhaitent transmettre à travers de tels événements. »*

Dans cette perspective, il souhaite soutenir l'initiative du Bureau de presse de Dublin de communiquer sur l'Europe à partir du marathon de cette capitale européenne pour *« tester ce que devraient être notre politique et notre stratégie dans ce domaine »*.

Pour Franz Froschmaier, ce marathon serait une sorte d'expérience pilote de la politique de communication de la Commission par le sport :

*« Il est essentiel que l'image de la Communauté apparaisse comme étant celle qui réunit dans un élan, hommes et femmes dans un domaine où l'égalité se réalise sans contraintes. Le marathon constitue un phénomène de société qui touche l'ensemble des pays de la Communauté dans une sorte d'expression spectaculaire de la recherche de la qualité de vie par un retour aux sources premières de l'activité physique. »*

Les bureaux de presse et d'information (BPI) sont alors pensés comme les relais nationaux ou des auxiliaires de cette politique de communication. À la suite du premier élargissement de la Communauté, la mosaïque que forment à

---

34 Extrait de la Note de Franz Froschmaier à l'attention de M. Facini, directeur général du Contrôle financier sur le marathon de Dublin (27 octobre 1984). Franz Froschmaier était directeur général de la DG X (direction générale Information, communication, culture et médias audiovisuels) de la Commission de 1981 à 1987.

l'époque les quelques BPI s'agrandit par la création de bureaux à Copenhague et à Dublin. Pour la Commission, « *il est indispensable de décentraliser les activités de sa direction "Information" en développant celles de ses bureaux périphériques et de mettre en place d'urgence dans différents pays des "antennes" ou "équipes mobiles", rattachées aux bureaux de presse et d'information existants*<sup>35</sup> ».

À la suite de ces différentes réflexions et initiatives, Pierre Benoît Bockstael, chef de la division « Planning et Programmation » de la DG X, rédige le 26 juillet 1984 une note de synthèse sur « le sport comme vecteur de communication »<sup>36</sup>. Pour ce fonctionnaire européen passionné de sport et européiste convaincu, l'objectif du soutien de la Commission à des manifestations sportives est de viser à « créer une identité européenne ». Selon M. Bockstael, « *on ne devient pas "Européen" par décret. Heureusement car l'Europe mérite mieux. Elle mérite, en effet, notre enthousiasme* » (p. 2).

**Le sport, vecteur de l'identité européenne  
(extrait de la note de Bockstael)**

*Aujourd'hui, il faut rendre aux Européens l'image d'une Europe expansive et dynamique qui répond à leur besoin d'affiliation.*

*Pour atteindre cet objectif, plutôt que de recourir aux arguments rationnels et à l'inventaire de ce que la Communauté fait pour les Européens, il faut faire appel aux émotions, créer des symboles, trouver des évidences tangibles de l'identité européenne.*

*Les compétitions sportives offrent de nombreuses opportunités de donner aux citoyens une image de la Communauté qui exprime sa vitalité et sa capacité d'expression.*

*Le sport permet de donner un visage humain à l'Europe, à travers une vedette qui n'est pas un homme politique, mais un sportif, une équipe sportive, ou tout simplement, un sport.*

*Le sport permet de toucher, de sensibiliser, d'affilier des millions de personnes qu'on ne peut atteindre autrement.*

Cette note constitue une sorte de guide de la politique de la Commission dans le domaine de la communication du projet européiste par le sport. Elle servira

35 Rapport sur les bureaux de presse et d'information du parlementaire européen Wilhelmus Schuijt, 7 février 1972.

36 *Le sport comme vecteur de communication*, Note de synthèse à l'attention de Mme Nonon, MM. Maguire, Poorterman, Thoegersen, Cox, 26 juillet 1984.



dans tous les projets ultérieurs tant de la DG X que des autres secteurs de la Commission.

L'UEFA n'autorisant pas la communauté européenne à organiser ou à parrainer un championnat européen de football, l'idée d'une Coupe européenne de football en salle -qui n'existe pas pour l'instant- émerge ainsi au sein de la Commission en 1985. Dans une note à Jacques Delors, tout nouveau président de la Commission des Communautés européennes<sup>37</sup>, Willy de Clercq, membre de la Commission chargé des Relations Extérieures et de la Politique Commerciale, demande un « patronage » de la Commission pour le projet de Coupe de la Communauté européenne de football en salle. Cette Coupe d'Europe réunirait -au cours de la trêve de la période hivernale- les clubs champions de leur pays. Avocat de profession puis professeur de droit à l'université de Gand, Willy de Clercq a été président de diverses instances monétaires internationales et président du parti libéral belge<sup>38</sup>. Dans sa note, il soutient et justifie ce projet : « *Pour ma part, je suis favorable à ce projet. Le football est un sport très populaire dans la Communauté et je pense que c'est une bonne manière de promouvoir le label européen.* »

### **Le recours au sport pour consolider l'identité européenne : le rapport Adonnino (1985)**

Au-delà de sa politique intérieure, l'Europe tente également de s'imposer comme une entité politique spécifique dans le concert des nations. Les années 1980 sont marquées par la guerre froide et cette situation est ressentie jusque dans les événements sportifs internationaux, et notamment les Jeux olympiques d'été. En réponse au boycott en 1980 des Jeux Olympiques de Moscou par les États-Unis et leurs alliés pour protester contre l'invasion soviétique de l'Afghanistan (1979), les JO de 1984 à Los Angeles ont été à leur tour boycottés par l'Union Soviétique et quinze pays du bloc communiste. Sous l'influence du couple franco-allemand, la Communauté européenne privilégie la détente, mais ses pays membres sont néanmoins divisés s'agissant du boycott des JO de 1980<sup>39</sup>. Ainsi, les gouvernements britannique, allemand, italien et français

37 Courrier de Willy de Clercq à Jacques Delors du 30/04/1985 - copie à Carlo Ripa di Meana, M. Noel, M. Ciavarini Azzi.

38 Willy de Clercq a été membre de la Commission européenne pendant un mandat (1985-1989). Il a également été Ministre d'État en 1985, puis membre du Parlement européen de 1989 à 2004.

39 Soixante-six pays invités à participer aux Jeux olympiques de 1980 ne l'ont pas fait pour diverses raisons, y compris le soutien au boycott et des raisons

soutiennent le boycott, mais laissent à leurs comités olympiques respectifs et à leurs athlètes le choix de participer ou non aux Jeux. Finalement, seule l'Allemagne de l'Ouest n'y participera pas.

C'est dans ce contexte tant sportif que politique (une Europe en quête de légitimité intérieure et extérieure<sup>40</sup>) que les chefs d'État ou de gouvernement décident, à l'occasion du Conseil européen de Fontainebleau (25-26 juin 1984), de mettre sur pied un comité *ad hoc* pour « l'Europe des citoyens ». Il sera l'un des éléments de la relance de Fontainebleau pour répondre à la vague eurosceptique des années 1970<sup>41</sup>. L'objectif est de renforcer l'identité et l'image de l'Europe auprès de ses citoyens et dans le monde. La présidence de ce Comité revient à l'Italie qui doit présider le Conseil au cours du premier semestre 1985. Bettino Craxi y nomme Pietro Adonnino, un avocat fiscaliste, professeur de droit de l'Université de Naples de 55 ans, par ailleurs député européen chrétien démocrate de 1979 à 1984. La majorité des membres sont des « techniciens », la plupart du temps des diplomates envoyés par leur ministre. Ce groupe d'experts est chargé de proposer des mesures visant à promouvoir l'identité de la Communauté. Lors de sa quatrième réunion tenue fin décembre 1984, le comité Adonnino adopte une répartition des thèmes à analyser<sup>42</sup>. À signaler que la plupart de ces domaines n'étant pas encore de la compétence des Communautés, l'application des mesures proposées relève la plupart du temps des États.

## Un rapport qui souligne l'importance du sport comme moyen de communication entre les peuples d'Europe

Le Comité insiste particulièrement sur l'éducation, la jeunesse et les sports. Ainsi, le sport sera l'un des thèmes censés favoriser non seulement l'identité européenne, mais également l'émergence d'un espace européen sans frontières.

économiques.

- 40 Voir Michel Catala, « La Communauté à la recherche de son identité. De l'Europe des citoyens à la citoyenneté européenne (1957-1992) », *Relations internationales*, 2009/4 (n° 140), p. 83-101.
- 41 Accentuée par l'arrivée d'un nouveau président de la Commission européenne, Jacques Delors, l'action des deux comités *ad hoc* Dooge (sur les institutions) et Adonnino (Europe des citoyens) doit proposer des nouveaux chantiers, tels qu'une réforme institutionnelle et qu'un rapprochement de l'Europe de ses citoyens.
- 42 Cette répartition des tâches est communiquée par *Europe*, n° 3994 (n.s.), 20 décembre 1984, p. 8 ; voir également Nathalie Tousignant, « L'impact du comité Adonnino (1984-1986) : rapprocher les Communautés européennes des citoyens », *Études internationales*, vol. 36 (1), 2005, p. 41-59.

La promotion de nouvelles compétitions sportives et la constitution d'équipes européennes sont encouragées. C'est M. Yannis Kranidiotis, secrétaire d'État grec aux Affaires européennes du gouvernement d'Andreas Papandreou qui est choisi pour coordonner la thématique du sport (y compris la question de la création d'équipes européennes). À côté d'autres thématiques à l'ordre du jour du comité, comme la suppression des formalités de police et de douane aux frontières intercommunautaires pour la circulation des personnes, le système d'équivalence des diplômes universitaires ou encore la création d'une monnaie européenne (l'Écu), le sport n'est évidemment pas une priorité. Il est ainsi confié au dernier entrant dans la CEE (en 1981), la Grèce.

Après moins d'un an de travail, le comité rend un premier rapport, approuvé par le Conseil européen de Bruxelles (29-30 mars 1985), puis un rapport final. Ces documents constituent un catalogue de nouvelles dispositions en matière de libre circulation des personnes et des biens, de droits spéciaux des citoyens, de culture, de communication, de jeunesse, d'éducation, de sports, de santé, de sécurité sociale ainsi que de pratiques, rites et symboles (drapeau, emblème, hymne, timbres) susceptibles de renforcer l'image et l'identité de la Communauté. Comme pour les États, ces pratiques sont à l'origine des « traditions inventées » (Hobsbawm, Ranger, 1989). Tous ces supports d'une nouvelle forme de marketing appliquée à l'Europe sont censés marquer l'espace mental et imaginaire des Européens qui disposeront d'un raccourci, vecteur d'une éventuelle identification.

Ainsi, pour la première fois, un rapport des institutions européennes souligne l'importance du sport comme puissant moyen de communication entre les peuples<sup>43</sup>. Pour appuyer ses propositions, il rend également compte de la place que le sport occupe dans la vie des citoyens européens et dans les médias : 10 % du temps d'antenne, en moyenne, lui est consacré (mais avec des pointes de 15 % à la BBC et 12 % à la RAI). Le sport représente plus de 80 % des émissions échangées au sein de l'Eurovision (contre 8 % pour les actualités, 4 % pour les variétés et 3 % pour la musique)<sup>44</sup>. La commission pense que la télévision a le pouvoir symbolique de créer le sentiment d'appartenance à une communauté. Dans les années quatre-vingt, les instances européennes étaient persuadées que, grâce à la télévision sans frontière, « un plus grand nombre de téléspecta-

43 À noter qu'il faut attendre la Déclaration commune sur le sport annexée au traité d'Amsterdam (2 octobre 1997) pour voir apparaître la volonté explicite de l'UE de prendre en considération les fonctions sociales du sport.

44 Chiffres cités dans le communiqué de presse « Communication et sport : bilan et perspectives », Commission européenne, 27 décembre 1986.

teurs en Europe aurait la possibilité de voir des programmes télévisés d'autres pays ou des programmes télévisés européens, ce qui pourrait contribuer à la compréhension entre les peuples, améliorer la connaissance de la culture et de l'histoire d'autres peuples ainsi que promouvoir la formation d'une conscience européenne<sup>45</sup> ». Par la diffusion des matchs en Europe, le sport est censé contribuer à une prise de conscience de la réalité européenne.

## Des recommandations à la mise en œuvre : quelles réalisations européennes concrètes ?

Le Conseil européen de Milan (28-29 juin 1985) invite la Commission et les États membres à mettre en œuvre les lignes d'action du rapport Adonnino dans le domaine du sport (par exemple, l'organisation de compétitions de la Communauté européenne, la constitution, pour certains types de sports, d'équipes sportives de la Communauté, ou encore, l'invitation aux équipes sportives à arborer sur leurs maillots, à côté de leurs couleurs nationales, l'emblème communautaire lors de rencontres sportives importantes).

Mais le rapport n'a finalement qu'une résonance limitée auprès des chefs d'État et de gouvernement. Elles mobilisent néanmoins l'institution de la Communauté autour de symboles rassembleurs qui puisent tant dans les ressources du passé pour assurer la continuité du projet européen que dans les activités contemporaines populaires communes telles que le sport ou la chanson.

Parmi les réalisations, on peut ainsi mentionner les manifestations sportives et culturelles de grande envergure patronnées par la Commission, telles que la « Course de l'Europe à la voile » en 1985 ou le « Tour de l'avenir de la Communauté Européenne » (course cycliste pour amateurs et professionnels) organisé avec l'appui conjoint de la Commission européenne et du Parlement européen entre 1986 et 1991. Cette course a un soutien de poids, Jacques Delors, Président de la Commission européenne, amateur de cyclisme et lecteur quotidien de *L'Équipe*<sup>46</sup>. À noter que dès 1954, Jean Leulliot, directeur de l'hebdomadaire *Route et Piste*, crée un premier Tour d'Europe Occidentale, indépendamment

45 Commission européenne, 1984, p. 32.

46 Fonds d'Archives Jacques Delors (Archives Historiques de l'UE) : 115-120 Transcription de l'intervention de Jacques Delors à 'Sports Dimanche soir' sur TF1 le 13/04 sur le sport dans les CE ; 121-122 Note pour une déclaration de Jacques Delors à l'occasion du Paris-Roubaix au sujet du projet de Tour de l'Avenir CE (14/04) ; 123-136 Extraits de la presse régionale concernant le Tour de l'Avenir (15/04).

du Tour de France et du Giro d'Italia et sans intervention des Communautés européennes. Seules deux épreuves auront lieu (en 1954 et 1956), car cette nouvelle compétition, boudée par les principaux champions, représente une menace pour les autres organisateurs de grands Tours (Conord, 2020).

Créé initialement en 1961 par le journal *L'Équipe*, le Tour de l'Avenir a changé plusieurs fois de nom au cours de son histoire : de 1972 à 1979, l'épreuve s'intitule le *Trophée Peugeot de l'Avenir* (en référence à son parrain officiel), puis le *Tour de la Communauté Européenne* de 1986 à 1991, pour prendre finalement en 1992 le nom actuel de *Tour de l'Avenir*<sup>47</sup>.

Rempotée par Miguel Indurain en 1986, cette épreuve cycliste est l'occasion de mettre à l'honneur l'Espagne, le Portugal (en raison de leur adhésion récente<sup>48</sup>) et l'Italie, puisqu'elle relie, cette année-là, Porto à Turin. Se situant dans le cadre de la promotion de l'Europe des citoyens, cette épreuve sportive est également l'occasion pour les habitants des régions traversées de faire connaissance avec le drapeau et l'hymne européens officiellement adoptés par les institutions communautaires trois mois et demi plus tôt<sup>49</sup>. Cette épreuve a longtemps offert l'intérêt d'opposer les cyclistes de l'Est européen et ceux de l'Europe occidentale. Depuis 1992, l'UE ne parraine plus le Tour de l'Avenir<sup>50</sup>.

Concernant les compétitions communautaires, le mouvement sportif européen refusant de déléguer son pouvoir d'organisation des compétitions européennes, la Commission n'a réussi à convaincre que les fédérations nationales de natation<sup>51</sup> et de voile<sup>52</sup>. De la même manière, l'idée de constituer des équipes sportives communautaires n'a été acceptée ni par les États-membres, ni par les fédérations sportives, tout comme l'identification communautaire des

47 Depuis 2007, l'épreuve est entièrement dédiée aux jeunes coureurs de 19 à 23 ans.

48 En 1986, la CEE accueille le Portugal et l'Espagne, moyennant quelques concessions aux États-Unis sur les importations de maïs.

49 À noter que dans un autre domaine, le concept de « Capitale européenne de la culture » démarre avec Athènes en 1985.

50 Le Tour de l'Avenir est organisé par l'association Alpes Vélo avec le soutien de l'UCI et du Tour de France, sous l'égide de la FFC et avec le parrainage d'Eurosport.

51 Organisation à Leeds en avril 1987 des premiers « Championnats de Natation de la Communauté Européenne ».

52 En mai/juin 1987 s'est disputée la "Course de la Constitution", une transat pour voiliers amateurs des pays membres ainsi que des États-Unis, organisée par l'Association sans but lucratif "Sail for Europe" pour commémorer le 30<sup>e</sup> anniversaire des Traités de Rome et le 200<sup>e</sup> anniversaire de la Constitution Américaine.

athlètes aux Jeux olympiques, refusée par le CIO. Ainsi, aux JO de Séoul en 1988, seuls les emblèmes nationaux sont affichés par les athlètes.

Les résultats du Comité Adonnino paraissent à première vue décevants par rapport aux ambitions affichées. Dans le contexte de l'Acte unique européen (AUE) adopté par les Douze en février 1986, le rapport Adonnino fait néanmoins partie de la nouvelle stratégie de la Communauté : tout en visant une intégration économique accrue par la création d'un marché unique pour le 1<sup>er</sup> janvier 1993, elle développe en parallèle le projet d'un espace européen sans frontières intérieures en abandonnant progressivement son caractère purement économique pour tendre vers une Communauté dotée de compétences politiques et sociales élargies.

Le rapport Adonnino a ainsi été le premier document communautaire à consacrer l'idée que le sport pouvait être considéré comme un instrument important d'europanisation des citoyens. En lançant des campagnes visant à sensibiliser le public à l'appartenance à la Communauté par le biais du sport, ce rapport a ouvert la voie à une nouvelle forme d'europanisation informelle dont l'objectif est de diffuser l'idée d'une « citoyenneté » ou d'une « identité » européenne par le sport. Tous les efforts de la commission européenne et du Parlement ont depuis lors convergé dans le sens d'un usage européeniste du sport. Le Livre Blanc de 2007 sur le sport, le traité de Lisbonne en 2009 avec deux articles sur le sport<sup>53</sup> ou encore l'introduction d'un chapitre consacré au sport dans le programme « Erasmus+ » en 2014 ont été autant d'étapes dans l'idée de « vendre l'Europe par le sport ».

## Conclusion

Sans prétendre restituer la multiplicité des dynamiques des champs qui contribuent à utiliser le sport pour créer une identité européenne, l'analyse de son usage comme vecteur de communication du projet européen à travers les exemples de la DG X et du comité Adonnino permet d'illustrer la complexité

53 Avec l'entrée en vigueur du traité de Lisbonne en 2009, le sport devient officiellement une compétence d'appui de l'UE à travers ses articles 6 et 165. Depuis, l'UE intervient en complément de l'action menée par les États membres au niveau national.

de l'eupéanisation qui dépasse le seul « acquis communautaire »<sup>54</sup>. Élaborée dès les années 1960 dans les cercles de fonctionnaires européens, l'idée d'une identité européenne par le sport ou d'un « modèle sportif européen » (par opposition au modèle sportif américain) a sans cesse été reprise par la Commission et par les députés du Parlement pour montrer le caractère singulier de l'Europe et la « dimension européenne du sport ».

L'efficacité des discours experts sur l'Europe, bien souvent prescriptifs et teintés d'idéalisme (montrant une croyance en la nécessité et les vertus de l'intégration européenne), tient tout autant à ce qu'ils mettent en lumière qu'à ce qu'ils laissent dans l'ombre. On voit en effet que les fonctionnaires de la DG X ou les experts du Comité Adonnino ont proposé de nombreuses idées pour utiliser le sport comme vecteur de communication du projet européen. Mais peu se sont concrétisées du fait de l'opposition du monde sportif, des résistances/réticences des députés européens ou des gouvernements nationaux, ou encore parce qu'elles n'étaient pas prioritaires dans la politique européenne. La mise en scène de la construction européenne comme « étapes » successives d'un processus cumulatif qui vise à masquer les « ratés » de l'intégration, fonctionne ainsi comme une prophétie auto-réalisatrice, en suscitant les anticipations en ce sens de la part de tous les entrepreneurs d'Europe.

Cependant, même si les réalisations concrètes de « l'Europe du sport » sont minimales, l'idée d'une identité européenne ou d'un attachement à l'Europe par le sport a fait son chemin, du moins dans les milieux les plus intéressés par la construction européenne. Ainsi, dans les mouvements européens, les institutions européennes ou encore les milieux universitaires européens, l'eupéanité du sport est progressivement devenue une catégorie savante circulant dans les pays européens à travers des textes et des discours. Ce faisant, elle se transforme en catégorie de pratiques (Brubaker, 2001) reprise par les acteurs sociaux ordinaires (Gasparini, 2011).

Publié par la Direction générale X en 1998, « *Le modèle sportif européen* »<sup>55</sup> est ainsi un document largement repris dans les propositions des parlementaires

54 L'« acquis communautaire » représente l'ensemble des politiques faisant droit adoptées par l'UE. Dans le sport, il fait souvent référence à l'arrêt Bosman permettant la libre circulation des sportifs professionnels ou au nombre de joueurs étrangers autorisés à s'engager dans les équipes professionnelles de sport collectif.

55 Commission européenne, 1998, *Le modèle sportif européen*, Document de consultation de la Direction générale X (Information, communication, culture, audiovisuel), sous-direction « Politique audiovisuelle, culture, sports ».

tant nationaux qu'européens ou encore par des lobbyistes européens<sup>56</sup>. Le rapport sur la dimension européenne du sport publié le 21 novembre 2011 par la Commission de la culture et de l'éducation du Parlement européen sous la direction du député européen Santiago Fisas Ayxela (membre du PPE espagnol) s'inscrit également dans cette doxa européiste. Cette communication de la Commission constitue le premier document politique publié dans le domaine du sport après l'entrée en vigueur du traité de Lisbonne, qui mandate l'Union pour soutenir, coordonner et compléter les mesures politiques liées au sport prises par les États membres.

Le Parlement européen a ainsi adopté le 2 février 2012 en plénière une résolution sur la dimension européenne du sport par 550 voix pour, 73 contre et 7 abstentions. L'enjeu des principales oppositions est la référence explicite à l'Europe. Ainsi, les conservateurs du Groupe ECR (*European Conservatives and Reformists*) ont rappelé qu'ils étaient très vivement opposés à toute référence au drapeau européen ou au logo de l'Union européenne lors des manifestations sportives de dimension internationale. Par conséquent, sous la pression de ce groupe, le texte adopté en plénière a ramené l'obligation de porter les couleurs européennes à une simple suggestion.

Dans le contexte actuel d'une perte progressive de souveraineté des États nations liée à l'application des Traités européens successifs, il peut ainsi être légitime de poser la question de l'utilisation du sport à des fins européistes. En miroir de l'instrumentalisation du sport de compétition à des fins nationalistes observée au cours des années 1930-1940 ou pendant la Guerre froide (Gasparini, 2018), ce processus mériterait d'être plus attentivement étudié par les sciences sociales.

## Bibliographie

**Aldrin, Philippe** (2010), « L'invention de l'opinion publique européenne. Genèse intellectuelle et politique de l'Eurobaromètre (1950-1973) », *Politix*, vol. 89 (1), p. 79-101.

**Aldrin, Philippe et Dakowska, Dorota** (2011), « Légitimer l'Europe sans Bruxelles ? Un regard sur les petits entrepreneurs d'Europe », *Politique européenne*, vol. 34, p. 13-14.

56 Par exemple le *think tank* européen spécialisé dans le sport « Sport et citoyenneté ».



**Aldrin, Philippe et Dakowska, Dorota** (dirs) (2011), *Promouvoir l'Europe en actes. Une analyse des petits entrepreneurs de la cause européenne*, dossier *Politique européenne*, vol. 34 (2).

**Archambault, Fabien** (2012), « La difficile gestation d'une Europe du football dans les années 1950 », in Pamela Anastasio et Charles Bossu (dirs), *Facciamo l'Europa. Aspetti dell'integrazione culturale europea (1957-2007)*, Rome, Unione Internazionale degli Istituti di Archeologia, Storia e Storia dell'Arte in Roma, p. 85-96.

**Archambault, Fabien, Beaud, Stéphane et Gasparini, William** (dirs) (2018), *Le football des nations. Des terrains de jeu aux communautés imaginées*, Paris, Éditions de la Sorbonne.

**Billig, Michael** (1995), *Banal nationalism*, Londres, Sage Publishing.

**Börzel, Tanja** (2002), "Member State Responses to Europeanization", *Journal of Common Market Studies*, vol. 40 (2), p. 193-214.

**Brubaker, Rogers** (2001), « Au-delà de l'«identité» », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 139 (4), p. 66-85.

**Cohen, Antonin, Dezalay, Yves et Marchetti, Dominique** (2007), « Esprits d'État, entrepreneurs d'Europe », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 166-167 (1-2), p. 5-13.

**Conord, Fabien** (2020), « Le cyclisme en guerre froide, mythes et réalités », *Guerres mondiales et conflits contemporains*, vol. 277 (1), p. 45-58.

**Dauncey, Hugh et Hare, Geoffrey** (dir.) (2002), *La France et la Coupe du monde de 1998*, Paris, Nouveau Monde.

**Defrance, Jacques** (2002), « La politique de l'apolitisme. Sur l'autonomisation du champ sportif », *Politix*, vol. 13 (50), p. 13-27.

**Elias, Norbert** (1992), *Studien über die Deutschen. Machtkämpfe und Habitusentwicklung im 19. und 20. Jahrhundert*, Frankfurt am Main, Suhrkamp.

**Foret, François** (2008), *Légitimer l'Europe. Pouvoir et symbolique à l'ère de la gouvernance*, Paris, Presses de Science Po.

**Fossum, John Erik et Schlesinger, Philip** (2007), *The European Union and the Public Sphere. A communicative space in making?*, London, Routledge.

**Garcia, Guillaume et Le Torrec, Virginie** (dirs) (2003), *L'union européenne et les médias. Regards croisés sur l'information européenne*, Paris, L'Harmattan.

**Gasparini, William** (2011), « Un sport européen ? Genèse et enjeux d'une catégorie européenne », *Savoir/Agir*, vol. 15 (1), p. 49-59.

**Gasparini, William** (2017), *L'Europe du football. Socio-histoire d'une construction européenne*, Strasbourg, Presses Universitaires de Strasbourg.

**Gasparini, William** (2018), « Le football et la construction européenne. De la nation à l'illusio européenne », in Fabien Archambault, Stéphane Beaud et William Gasparini (dirs), *Le football des nations. Des terrains de jeu aux communautés imaginées*, Paris, Éditions de la Sorbonne, p. 327-343.

**Gasparini, William** (2019), « Le Conseil de l'Europe et le sport : genèse et circulation d'un modèle sportif européen », *ENHE Encyclopédie pour une histoire nouvelle de l'Europe*, LabEx ENHE, 04 juin.

**Gasparini, William et Polo, Jean-François** (2012), « L'espace européen du football : dynamiques institutionnelles et constructions sociales », *Politique européenne*, vol. 36 (1), p. 8-21.

**Gasparini, William et Wahl, Alfred** (2017), « Quand les sciences sociales se saisissent de l'Euro de football », *Pôle Sud. Revue de science politique de l'Europe méridionale*, vol. 47 (2), p. 7-21.

**Hobsbawm, Eric et Ranger, Terence** (dirs) (1989), *The Invention of Tradition*, Cambridge, Cambridge University Press.

**Husting, Alexandre** (2007), « L'eupéanisation de l'organisation et des politiques sportives des PECO », *Transitions*, vol. 47 (1), p. 148-169.

**Mérand, Frédéric et Weisbein, Julien** (2011), *Introduction à l'Union européenne. Institutions, politique et société*, Bruxelles, De Boeck.

**Radaelli, Claudio** (2000), « Whither Europeanization? Concept stretching and substantive change », *European Integration online Papers (EIoP)*, vol. 4 (8).

**Rask Madsen, Mickaël** (2007), « Europe United. La Ligue des Champions comme construction européenne », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 166-167, p. 9-12.

**Roa Bastos, Francisco et Vauchez, Antoine** (2019), « Savoirs et pouvoirs dans le gouvernement de l'Europe. Pour une sociohistoire de l'archive européenne », *Revue française de science politique*, vol. 69 (1), p. 7-24.

**Rose, Richard** (2008), « Political Communication in a European Public Space. Language, the Internet and Understanding as Soft Power », *Journal of Common Market Studies*, vol. 46 (2), p. 451-475.

**Tilman, Turpin** (2010), « La Coupe du monde de football 2006 : Vers une redécouverte du nationalisme ordinaire allemand ? », *Raisons politiques*, vol. 37 (1), p. 119-130.

**Vonnard, Philippe** (2018), « Populariser davantage l'idée européenne par l'aide des sports. La CEE, l'UEFA et le projet de Coupe du Marché commun en football (1966-1968) », *Journal of European Integration History*, vol. 24 (2), p. 353-370.

**Vonnard, Philippe, Quin, Grégory et Bancel, Nicolas** (eds) (2016), *Building Europe with the Ball. Turning Points in the Europeanization of Football (1905-1995)*, Bern, Peter Lang.

**William Gasparini** est professeur des universités et titulaire de la chaire Jean Monnet "Le sport passeur d'Europe", unité de recherche "Sport et sciences sociales" (UR 1342), Université de Strasbourg.

[william.gasparini@unistra.fr](mailto:william.gasparini@unistra.fr)