

04 FINISH

 CHEMICAL

ROA



LE SPORT POST-MODERNE DANS LES VILLES DES ETATS-UNIS

EXPANSION, DIVERSITÉ ET CONCENTRATION DES CLASSES MOYENNES

— Antoine Haumont

Depuis cent cinquante ans environ, les activités sportives dans les villes des pays développés ont été organisées, pour l'essentiel, selon les principes de l'utopie du sport moderne et de son projet d'une « exception sportive » placée à l'écart des régulations les plus courantes dans la société. Les règles et les rites des jeux suspendent les modes de vie pour un moment. L'argent est relégué, sinon banni. Les instances politiques s'effacent car l'État délègue et admet des dérogations à la loi générale cependant que les Municipalités ne sont que des partenaires pour des institutions sportives auto-organisées.

Le tableau est évidemment irréaliste et les dynamiques sociales qui devaient rester à la porte du système sportif y sont souvent entrées par la fenêtre. Ni les différences sociales, ni les gros sous, ni la politique politicienne ou les chauvinismes locaux ne sont en effet absents du sport. Sans parler des situations où l'État prend à son compte l'utopie sportive et l'instrumentalise à son profit. On note cependant que la critique se réclame le plus souvent des mythes fondateurs de l'exception sportive.

Ce qui survient aujourd'hui est différent, à cause d'une double évolution. La première repose sur la diffusion rapide de pratiques plus organisées par les modes de vie que par les institutions sportives (par exemple dans le jogging, dans le patinage de rue ou dans les exercices d'entretien et l'usage de leur machinerie). La seconde évolution résulte du rôle d'entreprises sportives capitalistes dans le sport de haut niveau, associant la recherche du profit à celle des performances et utilisant intensément toutes les ressources de la communication. La dynamique du sport d'« en bas », quotidien et banal, et celle du sport d'« en haut », intégrée au changement économique, marquent l'entrée du sport dans la phase post-moderne de son histoire, ne laissant plus à l'utopie moderne qu'une partie de son périmètre antérieur. (Le temps faisant son effet, ce que l'on appelle ici « moderne » en pensant à la confiance dans le progrès qui animait les pères fondateurs du XIXe siècle est aujourd'hui couramment désigné comme « traditionnel »).

Nulle part au monde les traits de la transformation ne sont aussi visibles que dans les villes des États-Unis d'Amérique. Le jogger, l'adepte du fitness, le basketteur des playgrounds ou le golfeur de la suburbia sont des

figures emblématiques de l'annexion du sport par les modes de vie. Autant que les Turner (fondateur de la chaîne de télévision CNN et propriétaire de l'équipe de base-ball des Atlanta Braves), Eisner (patron de Disney et créateur de l'équipe de hockey sur glace des Mighty Ducks, à Anaheim), Murdock (magnat des médias qui vient d'acheter la mythique équipe de base-ball des Dodgers) illustrent l'intégration du haut niveau au Big business. Le Marathon de New York est la plus spectaculaire manifestation de l'appropriation sportive de l'espace public banal et il se construit aux États-Unis chaque année depuis dix ans trois ou quatre stades comparables au Stade de France.

La fête et l'argent

L'évolution du Marathon de New York depuis 1976 illustre la régénération de la tradition ancienne des courses à pied sur route par l'engouement de nouveaux pratiquants et par la spectacularisation de la fête sportive urbaine. Créée en 1970 par un club classique, le New York Road Runners Club, la première édition rassemble 127 coureurs qui effectuent quatre fois le tour de Central Park pour gagner des breloques qui n'ont pu être trouvées que dans les catalogues édités pour le base-ball et le bowling. En 1997, plus de 30 000 participants traversent les cinq *boroughs* de la ville de New York, se partagent près de 300 000 dollars de prix et reçoivent tous une médaille, un diplôme et une très visible couverture de survie. La télévision est là, bien que le réseau national d'ABC ait décidé en 1994 d'interrompre la retransmission en direct qu'il assurait depuis 1982, laissant ce soin à la chaîne new-yorkaise WPIX.

Des champions participent, Américains ou étrangers, mais la masse des participants sont des amateurs dont la majorité ne sont pas membres d'un club bien qu'ils s'entraînent sérieusement et participent plus ou moins occasionnellement à des courses organisées. Ainsi, Virginia

page de gauche : Le marathon de New York, 1994.

Les Annales de la Recherche Urbaine n°79, 0180-930-VI-98/79/23/10 © METL

M.D., professeur de 44 ans dans un collège du New-Jersey, raconte à un journaliste comment elle a découvert la course à pied et comment « chaque soir on peut la trouver dans un centre de forme, corrigeant les copies de ses élèves tandis qu'elle pédale sur un vélo d'exercice ». Au lendemain du Marathon, qu'elle s'est promis de finir, elle portera la médaille des participants et organisera au collège un petit déjeuner de fête (Bloom M., 1994). Virginia M.D. est représentative d'une population de participants dont le profil s'éloigne de celui des sportifs traditionnels pour se rapprocher de celui de la population adulte en général (le quart des participants au Marathon sont des femmes, la moitié sont mariés et près de la moitié ont quarante ans ou plus). Est-elle représentative de la population de New York ? Elle l'est moins si l'on constate que le niveau d'études de plus des 2/3 des participants au marathon dépasse le niveau secondaire et que les minorités ethniques sont sous-représentées. Une partie importante des coureurs n'habite d'ailleurs pas la ville elle-même mais ses banlieues.

Depuis les origines, l'affaire a été tenue fermement en main par le New York Road Runners Club. La décision de traverser toute la ville a été prise en 1976 à l'occasion du Bi-centenaire des États-Unis mais c'est le maire de New York qui a apprécié d'être aux côtés du patron du Marathon, à l'époque Fred Lebow, et non pas l'inverse. Le choix d'évoluer vers la fête urbaine a dévalorisé la course new-yorkaise aux yeux de l'élite sportive (le choix fait par le Marathon de Boston diffère), a éloigné des financeurs et en a attiré d'autres, mais a permis au Marathon de New York de surpasser ses concurrents américains ou européens par le nombre des candidats et la notoriété.

L'équipe de base-ball des Brooklyn Dodgers

Son origine est dans le Brooklyn d'avant 1898, année de l'intégration de la ville de New York et de celle de Brooklyn, après un référendum qui n'a obtenu que quelques voix de majorité à Brooklyn en 1894. L'identité locale est nette, le sentiment d'appartenance est fort et le soutien à une équipe de base-ball devient un signe affinitaire. Cette équipe est celle du Brooklyn N.L. Club, rebaptisée « Trolley Dodgers » car les spectateurs qui vont au stade de l'époque sont menacés par le passage des tramways qu'ils doivent esquiver (*to dodge*), (c'est du moins la version autorisée ; Riess S.A., 1991, p. 214).

Une relation forte s'établit entre les Dodgers et leurs admirateurs de Brooklyn, durant soixante années où les règnes des propriétaires sont très longs et où l'équipe après 1913 joue sur son terrain fétiche d'Ebbets Fields où elle affronte notamment les autres équipes de la métropole, les New York Giants (installés au nord de Manhattan) et les New York Yankees (qui se dotent en 1923 d'un stade de 63 000 places, au sud du Bronx, en rupture avec la tradition du *ballpark*, beaucoup plus

petit, où le public est près des joueurs). L'histoire d'amour entre Brooklyn et les Dodgers et l'attachement indéfectible à l'équipe dans les hauts et dans les bas est un des thèmes majeurs de la littérature sportive nord-américaine, dans ses versions populaires ou savantes (Smith M. J. Jr, 1988). Les historiens s'y intéressent souvent (Price C.E., 1996).

Au milieu des années 1950, le propriétaire des Dodgers, Walter O'Malley, gagne beaucoup d'argent mais voudrait en gagner encore plus, en disposant d'un nouveau stade, plus grand, plus moderne et plus accessible pour les automobilistes. Il cherche un financement public, ne le trouve pas à New York, mais reçoit un meilleur accueil à Los Angeles et décide de déménager son équipe en Californie, où il prévoit d'augmenter ses bénéfices, ce qui sera effectivement le cas. L'initiative n'était pas absolument nouvelle et bien des propriétaires d'équipes avaient changé leurs localisations au fil de l'histoire du sport professionnel aux États-Unis mais presque toujours parce qu'ils perdaient de l'argent et que leur capital sportif était leur principale ressource. Ce qui n'était pas le cas d'O'Malley, riche, propriétaire d'une équipe rentable mais qui abandonne Brooklyn pour gagner plus (Riess S.A., 1991, p. 235-237). L'histoire n'est pas finie : Peter O'Malley, fils et héritier de Walter,



L'équipe des New York Giants.

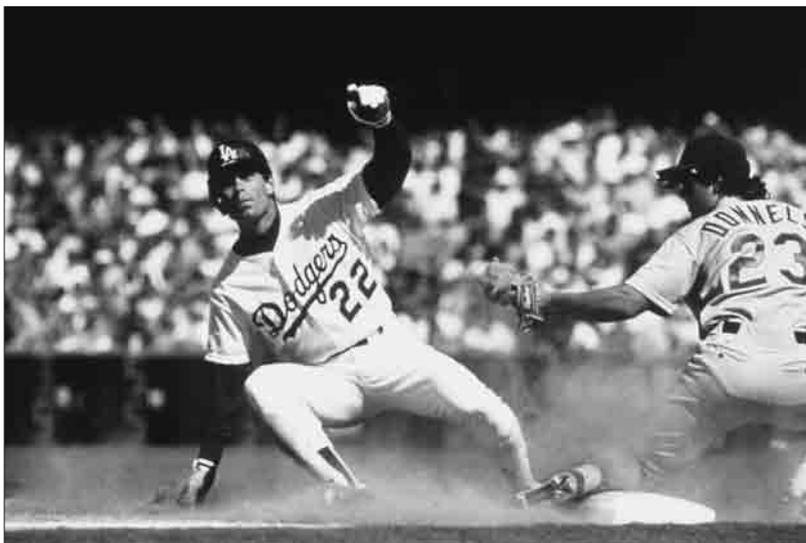
deviendra président des L.A. Dodgers en 1970, qu'il gèrera d'ailleurs en bon père de famille (il faudrait plutôt dire en bon fils de famille) mais qu'il décidera soudain de vendre en janvier 1997, à Rupert Murdoch, ranimant la vindicte des défenseurs de la pureté du sport et de ses racines locales. R. Murdoch s'intéresse en effet aux sports télévisés et à la télévision à page (la Murdoch & News Corporation détient des droits nationaux et locaux de retransmission sportive, importants, à travers Fox Sport créée en 1992) mais rien dans sa vie antérieure ne laisse penser qu'il soit attiré par le base-ball ni même par Los Angeles. Il a envisagé, en 1984, d'y acquérir un quotidien et il possède un ranch à Monterey mais ce ne sont qu'un journal et qu'une résidence parmi d'autres, dans trois continents (Shawcross W., 1997).

Longtemps confiné dans le Middle West, le football américain n'en sortira que lentement, par l'organisation de compétitions régionales traversées de conflits et de remises en cause dues principalement aux propriétaires et aux accords passés avec les villes pour l'édification et la gestion des stades. En 1960, cependant, la principale association de propriétaires, la National Football League, recrute un secrétaire général, Pete Rozelle, qui comprend que l'avenir du football passe par le dépassement des ancrages locaux, par une augmentation du nombre des équipes pour couvrir l'ensemble du territoire et par de nouveaux gains apportés par la télévision et les produits dérivés. Il convainc les propriétaires malgré leur hétérogénéité, entre les vieux routiers de

la gestion locale des stades et les nouveaux venus des affaires. Ses meilleures idées sont de mutualiser les bénéfices et de créer des événements susceptibles d'intéresser les réseaux de télévision. La création d'une finale nationale, en 1967, est sa plus grande réussite : le Super Bowl va devenir le sommet financier du sport américain grâce aux droits télévisés et aux dépenses des visiteurs dans la ville choisie pour le match, différente chaque année. Les déséquilibres initiaux entre les équipes et les régions seront de mieux en mieux surmontés par un sport qui attire et distribue de plus en plus d'argent.

Ces épisodes sont interprétés différemment selon que l'on considère que l'argent des affreux détruit la communauté d'antan et des liens organiques entre les joueurs et leurs fidèles ou selon que l'on salue les initiatives d'entrepreneurs qui ne veulent pas limiter le public aux premiers cercles des affiliés et des habitués et qui veulent gagner une nouvelle clientèle, dans les nouveaux stades et au-delà, par la télévision.

Les clubs professionnels doivent-ils être des entreprises comme les autres ou peuvent-ils bénéficier de l'exception sportive ? Les propriétaires des équipes sont parvenus jusqu'à maintenant à faire prévaloir les principes de l'exception : organisés en cartel, ils limitent le nombre des équipes et font monter les enchères entre les villes qui souhaitent conserver ou acquérir une équipe de haut niveau (l'enjeu est le financement public des stades) ; ils limitent aussi la masse des salaires payés aux joueurs, pour laisser la possibilité d'exister aux équipes les moins riches. Les joueurs entendent être des salariés comme les autres et contestent le plafonnement salarial, parfois par la grève, comme celle qui a amputé la saison de base-ball en 1995. L'État reste prudent. La grande presse dénonce les propriétaires, milliardaires avides, et les joueurs, mercenaires millionnaires, dont les conflits lèsent les fidèles spectateurs et annoncent le déclin du système sportif moderne, miné par ses contradictions.



L'équipe des Dodgers.

Roger Noll, professeur d'économie à Stanford University, éditeur en 1974 d'un ouvrage sur *Government and Sport Policy*, juge que le malthusianisme des cartels de propriétaires est à l'origine des problèmes. Une concurrence économique plus ouverte entre les équipes et entre les villes permettrait d'ouvrir de nouveaux marchés, d'intéresser plus les télévisions locales et de mettre un terme à des restrictions contraires à la loi.

Les changements urbains et le sport quotidien

Il est désormais habituel de distinguer dans les villes américaines entre les aires centrales, les banlieues organisées et les frontières de l'urbain (l'«edge city»). Cette disposition historique et géographique a une forte influence sur la répartition des activités sportives.

Celles-ci ont surtout été étudiées dans les aires centrales et dans leur périphérie immédiate (Riess S.A., 1991). On y trouve les éléments les plus anciens de l'organisation sportive (des clubs, des gymnases, des piscines, ce qu'il reste des terrains, des palais des sports ; plus en périphérie, les grands terrains et les grands stades).

Une particularité nord-américaine tient à l'importance de la partie privative du dispositif. L'équipement sportif de l'habitat est fréquent. Les clubs pour l'entretien, la forme et la santé sont très nombreux. Les hôtels sont fréquemment dotés de piscines et de salles d'exercices pour leurs clients et pour des usagers venus généralement des bureaux voisins.

La plus grande originalité de la culture sportive dans les aires centrales des villes des États-Unis vient cependant de l'ampleur et de la diversité des usages sportifs des espaces publics. Les explications sont à chercher dans les traits les plus généraux de la culture du pays : la référence à la

nature, le projet moral, la valorisation de l'initiative individuelle, les revendications des minorités. La diversification sociale du sport, contenue et masquée dans le système du sport moderne, y apparaît au grand jour.

Les cultures sportives dans les espaces publics

Le développement des villes aux États-Unis avait suscité vers le milieu du XIXe siècle de nouvelles questions pour les politiques urbaines.

Un thème récurrent était celui du contact avec la nature dont on attend, pour des raisons historiques, morales et esthétiques, qu'il permette de maintenir des valeurs jugées importantes, au sein d'une civilisation urbaine qui change rapidement. La solution choisie est la création de grands parcs urbains accessibles et soigneusement paysagés dont le premier est Central Park, à New York, commencé en 1857. D'autres suivront à Boston, Brooklyn, San-Francisco, Philadelphie et dans d'autres villes. Certains de ces parcs seront des éléments de base dans la planification urbaine, comme dans le City Beautiful Plan de Chicago, en 1909.

Le projet initial n'est cependant pas de créer des espaces pour les sportifs. A Central Park le programme fixé par le cahier des charges comprend quelques petits terrains de jeux et un espace plus vaste pour l'athlétisme et le cricket mais Frédéric L. Olmsted, maître d'œuvre et directeur du parc jusqu'à 1870, était opposé à une utilisation sportive intense. Il craignait la détérioration des pelouses et jugeait que les sportifs organisés devaient disposer de terrains particuliers, ailleurs. Olmsted craignait aussi que les compétitions sans contrôle attirent la clientèle douteuse des joueurs et des parieurs. Il avait accepté dès 1859 qu'un petit lac soit approprié en hiver par des patineurs sur glace, acceptables suivant ses critères environnementaux et sociaux, mais repoussé autant qu'il l'a pu des demandes venues de clubs de cricket et de baseball (Riess S.A., 1991, p. 45).

Malgré ces réserves, qui n'ont pas été le seul fait d'Olmsted et qui ont été prolongées parfois longtemps par les services gestionnaires, les grands parcs urbains et des réseaux de parcs secondaires conçus comme des équipements de voisinage ont été des contributions majeures et durables des politiques urbaines à la création d'espaces publics aujourd'hui appropriés par les sportifs.

D'autres initiatives, un peu plus tardives, ont porté sur le logement des pauvres et sur des projets de réforme matérielle et morale (Boyer P., 1978). En 1887 à Boston, en 1894 à Chicago, des réformateurs ont inséré des activités et des équipements sportifs dans des logements sociaux. En 1895, un terrain libéré par une opération de rénovation dans le Lower East Side de Manhattan est laissé à la disposition des habitants mais sans être équipé ni clos. Ce terrain périclité jusqu'en 1898 où une association est créée, l'Outdoor Recreation League, qui ferme le

terrain et l'aménage pour les jeux sportifs. Le succès de cette initiative, à l'origine du Seward Park, incite l'O.R.L. à demander, en 1900, la création systématique de playgrounds équipés dans les quartiers pauvres. La National Playground Association of America est créée en 1906 et ses membres seront actifs en 1917 dans 500 villes (Davis A.F., 1967). La doctrine est banale en cela qu'elle porte sur les effets sociaux attendus du sport mais la mise en œuvre est originale à un double titre : des pratiques sportives peuvent prendre place dans une cour d'immeuble, sur un trottoir ou sur un espace délaissé quelconque ; la civilisation urbaine moderne requiert des espaces sportifs de proximité et la planification des villes doit en tenir compte.

Dans les mêmes années, des initiatives parallèles pour développer les activités sportives dans la jeunesse sont prises par des associations religieuses ou par les responsables locaux des écoles. Le principe de ces actions intéresse tous les enfants et les adolescents mais il s'agit généralement de civiliser la population pauvre, non pas tant d'ailleurs en aménageant la rue (comme dans les playgrounds) qu'en la vidant au profit de clubs et de gymnases. La Young Men Christian Association est active dans ce domaine et se distingue en inventant un jeu susceptible de discipliner, dans une salle, des garçons qui ne tiennent pas en place, qui ne connaissent que l'affrontement physique et qui ne savent pas ce qu'est une règle sportive : ce sera le basket-ball dont la première partie se joue en 1891 à Springfield, à l'ouest de Boston.

Depuis 1920 et jusqu'à maintenant, les grands parcs, les parcs de proximité et les playgrounds sont restés les bases de l'appropriation sportive des espaces publics dans les aires urbaines centrales. Jusqu'aux années 1950 environ, leur importance dans l'ensemble du système sportif américain reste limitée, pour plusieurs raisons. La première tient à la vitalité du sport organisé par les clubs, les écoles ou d'autres réseaux créés après 1940 (comme la Little League Baseball ou la Pop Warner Football). La seconde vient de l'importance des programmes de construction ou de rénovation d'équipements sportifs réalisés à l'initiative de l'administration fédérale après 1933, dans la période du New Deal. Une troisième raison de la vitalité du sport organisé dans les années 1920-1950 tiendrait aux dynamiques d'intégration alors à l'œuvre dans la société américaine qui jouent en faveur des sports nationaux (le base-ball, le football, dans un registre moins exigeant le soft-ball), dans un pays où l'immigration a été arrêtée après 1920 et où la Seconde guerre a rassemblé la nation (Betts J.R., 1974).

La situation change dans les aires urbaines centrales autour des années 1960 sous l'effet d'un double processus : d'une part la composition sociale du peuplement est très modifiée par la mobilité résidentielle des classes moyennes qui s'installent dans les banlieues dans une proportion plus importante que précédemment ; d'autre part les contre-cultures des années 1960 et suivantes ont leurs versions sportives dont certaines sont organisées par la valorisation du corps et d'autres par les manifestations identitaires des minorités, notamment la minorité noire.

La culture du corps des classes moyennes

La valorisation du corps s'affirme dans le développement de pratiques qui visent plus la forme, l'entretien et le plaisir que la performance et l'intégration à l'institution : le jogging, la bicyclette, les exercices sur des machines. Une partie notable de ces pratiques est vue comme un retour à la nature et se pratique en plein air (Reich C., 1970). Elles sont vues comme des réponses contre-culturelles à la civilisation urbaine technicienne et bureaucratique et jouent donc sur les détournements de l'espace (l'appropriation de la rue) et sur les exploits insolites (le skate). Elles rompent avec la sociabilité sportive institutionnalisée au profit des modèles de sociabilité les plus



Bicyclette à New-York.

courants dans la société (pratique individuelle, avec des compagnons de circonstance, en famille, avec des amis). L'individuation est importante (Lasch C., 1979). Ces pratiquants appartiennent surtout aux classes moyennes, en principe peu nombreuses dans le peuplement des aires urbaines centrales mais dont la présence sportive est malgré tout visible, surtout dans les parcs pris d'assaut, et aussi dans les rues, dont certaines sont d'ailleurs réservées aux sportifs (sur la côte californienne, mais pas seulement). Toute la classe moyenne n'a pas en effet quitté les aires centrales, en particulier parmi les individus les plus sensibles aux contre-cultures, à cause de leur âge, de leurs revenus ou de leur attachement à la vie urbaine. Il s'y ajoute l'effectif important des salariés des bureaux qui n'habitent pas les quartiers centraux mais qui y travaillent et fréquentent les sites sportifs du centre des villes.

Les manifestations sportives identitaires des minorités dans les espaces publics ont été longtemps à peu près exclusivement le fait des adolescents noirs des ghettos. La biographie de Kareem Abdul-Jabbar, un des meilleurs basketteurs des Etats-Unis dans les années 1970, relate en détail une formation acquise à New York dans les tournois entre les équipes de la rue et dans les compétitions scolaires. Le jeune garçon, qui n'appartient nulle-

ment à l'*underclass* car son père est un agent de police de New York, apprend le jeu des playgrounds qui s'imposera ensuite presque partout dans les meilleures équipes américaines. Il découvre aussi le racisme, plus fort au fil des années ou auquel il est plus sensible, et perd des amis happés par la drogue ou la délinquance. Ses qualités lui permettent d'être recruté par l'Université de Californie à Los Angeles puis de devenir l'étoile de l'équipe professionnelle des Los Angeles Lakers tout en affirmant de plus en plus sa croyance dans la religion islamique, à laquelle il s'est converti, et son engagement dans la cause des Noirs (Abdul-Jabbar K., Knobler P., 1983). Un autre champion, Dennis Rodman, qui accompagne Michael Jordan et l'équipe des Chicago Bulls dans leur domination actuelle du basket-ball a choisi une expression différente, fondée sur une agressivité et un exhibitionnisme proches des provocations dénonciatrices du rap politique ou du gangsta-rap (Rodman D., 1997). Chacun à leur manière, ces sportifs sont des figures exemplaires pour les minorités, en dénonçant l'ensemble du système mais en rappelant par l'exemple que les individus talentueux n'ont pas à tenir compte des préjugés pour réaliser le rêve américain. Si bien que la culture sportive des playgrounds est à la fois une appropriation sportive réelle des espaces publics, un terrain de chasse pour des recruteurs plus ou moins scrupuleux (Frey D., 1994) et un des grands mythes urbains de la fin du XXe siècle pour les jeunes Noirs du monde entier. Diverses organisations civiques voient d'ailleurs dans la pratique du basket-ball un moyen privilégié d'insérer ou de réinsérer dans la vie scolaire et professionnelle des jeunes habitants des quartiers en difficulté et l'on peut citer la Midnight League, créée en 1986 par la Chicago Housing Authority qui organise des entraînements et des matchs aux heures dangereuses de la nuit, entre 10 heures du soir et 2 heures du matin. La méthode a été adoptée aujourd'hui dans plus de 30 villes.

La banalisation du sport dans les quartiers centraux

Les pratiques sportives dans les espaces publics ne peuvent pas être séparées de l'engouement contemporain de la société américaine pour toutes les modalités d'organisation du sport et la demande de sites et de terrains est aujourd'hui forte dans les parties centrales des villes. Le recrutement des pratiquants individuels ne cesse de s'élargir, de se féminiser et de toucher des groupes d'âges de plus en plus élevés. Des groupes plus ou moins formels d'employés de bureau ont pris l'habitude de venir jouer, les hommes au frisbee et les femmes au soft-ball. Des équipes locales de base-ball, de soccer ou de cricket s'inscrivent pour utiliser les terrains.

L'agrandissement des espaces sportifs est cependant très lent dans des quartiers centraux où le prix du sol est élevé et il repose plutôt sur des opportunités venues de

saisies après des défaillances fiscales, ou suscitées par des opérations de rénovation ou de modernisation de la voirie. Comme l'utilisation intensive de terrains a beaucoup accéléré la dégradation des sols depuis quelques années, les administrations municipales sont amenées à se tourner vers les solutions traditionnelles : reconstituer des équipements classiques dotés de sols artificiels, orienter les équipes vers des sites de banlieue, planifier rigoureusement les horaires attribués aux divers groupes de pratiquants, faire payer des utilisateurs qui bénéficient actuellement de la gratuité ou de tarifs très bas.

Les cultures sportives des banlieues

La tradition des équipements sportifs créés hors des villes par des citadins est ancienne aux États-Unis. Elle a d'abord touché des sites particuliers, comme des bords de mer où les bourgeois urbains ont créé au XIXe siècle des clubs de yachting ou des campagnes agréables dotées de clubs d'équitation ou de tir. Elle s'est généralisée vers les années 1890 par la création de Country Clubs où se retrouvent les notables les plus riches et les plus influents. L'ouvrage de Thorstein Veblen, *Theory of the Leisure Class*, publié en 1899, est en partie inspiré par l'offre sportive de ces clubs, ostentatoire et coûteuse, occupant de grandes surfaces (surtout pour des golfs). Dès que les transports suburbains ont été modernisés, le modèle a été complété par des lotissements résidentiels de haut standing, comme au nord de New York ou au nord de Chicago (Jackson K.T., 1985).

A la fin du XIXe siècle, le développement de lignes de chemin de fer desservant la périphérie des grandes villes suscite la naissance ou l'extension de très nombreuses petites villes, de lotissements, parfois de sites industriels. La composition sociale de ces nouveaux peuplements varie mais les historiens américains les décrivent généralement comme des communautés dominées par les classes moyennes au sens large dont sont à peu près totalement absentes les franges les plus pauvres des sociétés urbaines, les minorités immigrées les plus récentes et la population noire. La structure sociale, la sociabilité créée à partir des écoles, des associations et des clubs, l'influence des valeurs américaines traditionnelles ont suscité des bases solides et durables pour les pratiques sportives. Les équipes, les terrains, les petits stades et les gymnases, les compétitions sont des points de rencontre pour la jeunesse, les parents, les anciens et les notables. Cette version des cultures sportives des suburbia a subsisté tout au long du XXe siècle, amplifiée après 1920 par l'automobile et après 1950 par la mobilité résidentielle qui amène hors des villes les ménages du baby-boom. Les variations locales de ces communautés sont nombreuses et un grand nombre sont aujourd'hui touchées par le vieillissement mais leur vitalité sportive se maintient globalement. On a pu signaler l'importance des origines suburbaines des joueurs de base-ball de bon niveau, au début du siècle (Riess S. A., 1991, p. 88) et plus récem-

ment dans le football (Rooney J.F., 1979, p. 33). La pratique du golf est répandue, surtout depuis les années 1960 où les financements publics ont contribué à la création de terrains municipaux ou accessibles à la journée. Les grandes équipes des villes recrutent une partie de leur public dans les banlieues, toujours un peu privées d'événements et d'identités.

Mais l'accentuation de la privatisation dans l'habitat et une segmentation sociale plus affirmée dans le peuplement sont perceptibles depuis les années 1960. Les identités locales et l'urbanisme communal disparaissent dans les nouvelles périphéries de l'« edge city », la ville des limites (Garreau J., 1991). Une partie des transformations repose sur une mobilité quotidienne élevée, entre des bureaux et des usines plantées ici ou là, des îlots résidentiels et des centres de service polyvalents. Certains services sont intégrés dans la centralité suburbaine post-moderne fondée sur le décor architectural, les piazzas et des équipements publics, dont la composante sportive est restreinte. D'autres services sont dans des complexes situés au bord des autoroutes comme ceux où la chaîne Sport Plus propose, par exemple à Lake Grove, dans Long Island, au nord de New York : un golf, un bowling, une patinoire avec gradins et d'autres équipements (salle de congrès, théâtre, cinéma, salles diverses). Le centre est proche de centres commerciaux. Il vise les familles dont chaque membre trouve ici ce qui lui convient ou qui peuvent confier les enfants au centre pendant le travail des parents. Il vise aussi les équipes sportives, notamment celles des jeunes ou des écoles, qui peuvent louer les installations.

D'autres transformations viennent d'opérations de logements liés à des équipements sportifs privés, en particulier des golfs. Entre 1987 et 1993, 200 à 300 golfs résidentiels ont été réalisés, augmentant rapidement l'effectif des complexes dont le plan masse intègre sport et résidence (environ 1 100 golfs résidentiels existaient aux États-Unis en 1992). Les prix sont élevés et il ne s'agit qu'occasionnellement de résidences secondaires, la formule étant plus proche des « gated communities ». Les opérations les plus nombreuses sont dans les périphéries des grandes villes, surtout en Californie, en Arizona, au Colorado et au Texas, mais aussi dans le Nord-Est, sur la côte atlantique, et, évidemment, en Floride, où il faut tenir compte de la population retraitée et des locations de vacances (Rooney J.F., 1992 et 1993).

L'historien américain Allen Guttman avait publié en 1978 une histoire du sport, *Des rituels aux records* qui relatait l'évolution vers la laïcisation depuis les origines antiques puis l'invention du sport moderne unifié par la place donnée à la performance. Depuis, le sport quotidien post-moderne aux États-Unis a pris ses distances avec la recherche des performances en introduisant d'autres codes, venus des modes de vie, des cultures et des contre-cultures présentes dans la société, de la consommation, des positions sociales et de l'ethnicité. Il en résulte une différenciation sociale des pratiques sportives qui coïncide

assez bien avec la différenciation spatiale dans les agglomérations urbaines. A l'opposé, l'organisation du sport de haut niveau est de plus en plus homogène et délocalisée sous l'influence du marché.

Les clubs des grandes villes

Les quatre grands sports d'équipe professionnels aux États-Unis sont le base-ball, le football, le basket-ball et le hockey sur glace. Dans chacun de ces sports une petite trentaine de clubs (de «franchise») s'affrontent au cours de la saison dans des poules régionales dont les vainqueurs participent à une compétition finale qui désigne le champion national.

Un tableau des agglomérations urbaines rangées par taille montre que les 9 premières d'entre elles, dépassant 3 millions d'habitants en 1994, hébergent au moins une équipe dans chacun des grands sports (parfois plus comme New York, 9 équipes mais 8,5 millions d'habitants, Los Angeles, 8 équipes et 9.1 millions d'habitants ou Chicago, 5 équipes pour 7.7 millions d'habitants; parfois moins, à Washington, Houston, Dallas et Atlanta qui n'hébergent que 3 équipes). Au-dessous de 1.8 millions d'habitants, le tableau est très lacunaire et il est à peu près vide après 1.2 millions, malgré quelques exceptions dont la plus remarquable est l'équipe de football des Packers, située dans la petite ville industrielle de Green Bay, 100 000 habitants sur la rive du lac Michigan, et qui a gagné le Superbowl en 1997 et 1998.

La géographie des sports d'équipe professionnels n'a pas toujours été aussi liée à la taille des villes car elle a été organisée initialement par des filières particulières et des aires régionales, étant entendu que le Nord-Est atlantique et le Midwest sont les berceaux historiques des grands sports américains. Ramenée à l'essentiel, la chronologie des implantations présente cependant des analogies: l'apparition des premières équipes professionnelles (entre 1850 et 1870 pour le base-ball, à New York et à l'est du Mississippi, après 1917 pour le football en Pensylvanie; après 1920 pour le basket-ball en Nouvelle Angleterre et à New York; après 1926 pour le hockey sur glace dans le Nord-Est), ensuite, l'organisation de compétitions dans des aires régionales situées à l'est du Mississippi puis les implantations dans les villes de l'Ouest et du Sud (après 1950 pour le base-ball et après 1960 pour les autres sports).

La répartition actuelle des grands clubs ne coïncide d'ailleurs pas toujours avec celle des terres électives des différents sports. La diffusion du base-ball dans le Sud et en Californie, celle du basket-ball dans les petites villes de l'Indiana et de l'Ohio sont plus importantes que ne le suggère la carte des sports professionnels (Rooney J.F.,

1979). Celle-ci n'a pas été modelée seulement par les traditions sportives et reflète le rôle du marché.

Des ressources diverses, liées au site

Les recettes des sports professionnels ont beaucoup augmenté dans les dernières années, surtout depuis 1960. Une partie provient des spectateurs qui viennent au stade. Une autre partie vient des télévisions et des radios. Une troisième partie correspond aux droits perçus sur la vente de biens et de services (dans des formes diverses: les concessions pour la vente de boissons et la publicité dans les stades, le droit d'utiliser le nom ou le logo du club pour mieux vendre des produits alimentaires ou des appareils pour le sport mais aussi des automobiles, des cartes de crédit, et même des cercueils... Les clubs et les fédérations produisent et vendent aussi directement des biens dits produits dérivés: casquettes, vêtements, cassettes, etc.). A quoi s'ajoutent les contrats personnels que des entreprises peuvent passer avec des joueurs, ou plutôt avec leurs agents, pour utiliser leur nom, leur image et leur notoriété. L'importance de ces divers postes varie beaucoup d'un club à l'autre.

Les Fédérations, c'est-à-dire les cartels de propriétaires, négocient une partie des contrats à l'échelle nationale, notamment les droits des radios et des télévisions



Le Superbowl.

pour les compétitions les plus importantes, et redistribuent l'argent aux clubs, également. Cette mutualisation d'une partie des ressources est jusqu'à maintenant appréciée par les propriétaires, surtout par ceux des équipes moins riches à qui elle garantit un minimum de ressources. Elle explique que l'augmentation du nombre des équipes soit lente et entourée de garanties et de précautions. Les candidats à l'entrée doivent verser à la Fédération une somme très importante et prouver, études de marché à l'appui, qu'ils vont apporter au système une clientèle supplémentaire permettant de demander plus

d'argent aux médias et aux utilisateurs du label fédéral. L'importance de la population locale qui paie pour recevoir la télévision, la proportion d'hommes de 18 à 54 ans, le revenu moyen des ménages sont des indicateurs de base pour préparer les dossiers de candidature. D'autres critères portent sur les stades.

Les ressources mutualisées ne peuvent pas en effet garantir la vie d'une équipe et encore moins sa réussite (sauf peut-être dans le football où la ligue négocie et reverse d'importants droits de télévision). L'évaluation des ressources locales est donc décisive, dans la prise en compte des candidatures et, plus encore dans le montage préparé : les bénéficiaires viendront du site. Dans l'exploitation du stade d'une part, qui sera d'autant plus intéressante qu'un stade construit avec de l'argent public sera concédé avantageusement. Dans les droits vendus aux réseaux locaux de télévision qui seront d'autant plus élevés que l'équipe obtiendra de bons résultats.

Quelques cas illustrent les variations de ce schéma. Le club de football des Green Bay Packers, dans le Michigan, est dans une petite ville mais dans une région peuplée ; le stade est vieux et relativement petit (35000 places) mais l'équipe joue à guichets fermés devant un public d'une fidélité exemplaire. L'équipe de base-ball des Yankees, à New York, joue dans un stade vieilli et mal accessible (objet de polémiques incessantes entre le propriétaire de l'équipe et le maire de New York) mais négocie des droits élevés avec la société de télévision Madison Square Garden, qui vend les matchs sur le très important marché local des télévisions payantes et sur des marchés nationaux, compte tenu de la notoriété des Yankees. En 1990 Wayne Huizenga, industriel qui a fait fortune dans le traitement des déchets puis dans la location de cassettes vidéo, fait admettre l'équipe des Florida Marlins dans la ligue de base-ball et les installe à Miami dans un stade qu'il a acheté dans les années précédentes avec une participation à une équipe de football. Les recettes ne sont pas négligeables, malgré la concurrence depuis 1995 d'une nouvelle équipe de base-ball en Floride, installée à Tampa, dans un stade neuf exclusivement réservé au base-ball. Les performances sont bonnes et les Marlins gagnent le championnat national en 1997 mais la charge salariale est très élevée et le club perd de l'argent. Huizenga se retire et vend l'équipe à un groupe d'investisseurs, cependant que la nouvelle politique salariale des nouveaux propriétaires provoque le départ des meilleurs joueurs (DeGeorge G., 1996).

Le sport professionnel exige des sites très peuplés

Le sport professionnel dans les sociétés locales a été longtemps marqué par des relations de proximité entre les joueurs, le public et les dirigeants. Les parties se déroulaient dans ce que l'on n'appelait pas encore des stades mais des *ballparks*, des *fields* ou des *gardens*. Les spectateurs voient encore dans certains cas les joueurs de près, les entendent, parlent avec eux le long du terrain ou après

le match. Un grand nombre de joueurs sont d'ailleurs des enfants du pays et, les salaires n'étant pas ce qu'ils sont devenus, y travaillent, entre les matchs et entre les saisons. Les entraîneurs ressemblent aux maîtres d'écoles et au pasteur de l'École du dimanche, ce qu'ils sont parfois. Les propriétaires d'équipes sont des notables, des messieurs, mais restent proches, sinon accessibles. Le journaliste local représente les médias.

La proximité physique a aujourd'hui presque complètement disparu dans le sport de haut niveau (elle subsiste aux niveaux inférieurs). Les joueurs sont des millionnaires dont la vie professionnelle et personnelle est protégée et qui sont souvent dans les avions et les hôtels. Ils changent fréquemment d'équipes et de villes et n'ont plus besoin de travailler pour vivre (l'entraînement et les compétitions sont d'ailleurs beaucoup plus contraignants qu'auparavant) (Shelley A.M., 1993). La carrière des entraîneurs les mène d'un club ou d'une équipe universitaire à l'autre. Les propriétaires sont des milliardaires.

La présence d'une équipe professionnelle de haut niveau dans une ville est désormais construite par les systèmes contemporains de communication. Les joueurs et leur vie sont très connus mais par la télévision. Les rencontres avec le public sont organisées à propos d'événements médiatisés (inauguration d'un magasin, lancement d'une initiative civique). Les entraîneurs donnent des conférences et dirigent des séminaires. Le cercle des fidèles n'est qu'une petite minorité dans le public que l'on veut attirer dans les stades ou fixer devant les écrans de télévision. Les signes abondent : logos, casquettes, jingles, parades sur le stade et dans la ville.

Au moins autant que les joueurs, les propriétaires sont devenus des figures majeures des nouveaux systèmes locaux du sport professionnel. D'abord parce qu'ils incarnent un projet infiniment correct et typiquement contemporain : ils ont su retrouver les rêves et l'innocence de leur jeunesse pour les confier à leurs mains désormais compétentes et efficaces. Ensuite parce qu'ils permettent aux villes d'exister sur la carte médiatique. Enfin ils se donnent le rôle de représentants et de défenseurs de la société civile locale, face au pouvoir politique, prié de payer pour les stades.

Ceux-ci ne sont plus seulement des terrains de jeux où les fidèles se retrouvent mais des centres de profit et des vitrines. La masse des ressources vient de l'afflux de spectateurs qui ne sont pas exclusivement des affiliés mais des amateurs de spectacle, des consommateurs, et des usagers du stationnement. Des loges louées à l'année à de riches particuliers et à des entreprises permettent aux notables de se montrer et de se rencontrer, ostensiblement ou discrètement. La disposition n'est pas nouvelle dans les lieux sportifs, qui ont connu depuis leurs origines la loge royale ou présidentielle, la tribune d'honneur ou l'ambiance filtrée de clubs, mais le stade post-moderne spectacularise les liens entre l'argent, les affaires et le sport, qu'il était d'usage de ne pas afficher dans l'univers de l'exception sportive.

La demande a fait monter de plusieurs crans le niveau des nouveaux équipements sportifs qui doivent être spécialisés (pour être mieux identifiés à un sport et à une équipe), confortables, sûrs, accueillants par tous les temps et accessibles, en particulier par les automobilistes. Les propriétaires dénoncent les contraintes que les équipementiers anciens feraient peser sur eux et qui les empêcheraient de remplir convenablement leur mission.

Les municipalités des grandes villes nord-américaines et les États ont dans l'ensemble accepté d'aider la construction de nouveaux stades, en essayant souvent d'intégrer les projets dans des programmes de rénovation et de revalorisation. D'autres villes ont refusé, souvent après un référendum. De nombreuses études ne sont cependant jamais parvenues à établir clairement la portée économique de l'acceptation ou du refus, non plus qu'à montrer l'effet d'entraînement d'un grand stade sur le développement d'un quartier.

L'économie du sport professionnel aux États-Unis a placé les besoins financiers du système à un niveau que seules les grandes métropoles et leur population peuvent soutenir. La localisation des grandes équipes est donc relativement prévisible au-delà d'un seuil de peuplement; quelques grandes villes sont en retard et quelques sites sont des héritages, dans des villes moyennes ou même petites. Ces régularités géographiques très concentrées contrastent avec les trames irrégulières et parfois hasardeuses des époques antérieures.

Chaque individu fait son marché

Ce démantèlement post-moderne de l'exception sportive, très avancé dans les grandes villes des États-Unis, par l'impact des modèles culturels sur le sport quotidien et par les régulations économiques dans le haut niveau, n'a pas fait disparaître les institutions sportives antérieures, au contraire.

Les équipes traditionnelles sont présentes dans les villes moyennes et petites, dans des statuts d'amateur, de semi-professionnel et de professionnel. Elles polarisent des intérêts locaux (Davis H., 1997). Elles perpétuent les rites et ce sont des voix innocentes qui chantent l'hymne national avant que la partie ne commence (Jordan P., 1994).

RÉFÉRENCES

Abdul-Jabbar K., Knobler P., *Giants steps*, Bantam Books, New York, 1983.
Betts John Rickards, *America's Sporting Heritage: 1850-1950*, Addison-Wesley, Reading, 1974.
Bloom M., «First Marathon is Next Step in Quest of Break out of Life's Routines», *The New York Times*, November 6, 1994.
Boyer P., *Urban masses and moral order in America, 1820-1920*, Harvard University Press, Cambridge (Mass.). Le chapitre 16 couvre «Housing, Parks and Playgrounds», 1978.

Le sport scolaire multiplie des compétitions de plus en plus spectacularisées et médiatisées. Les organisateurs s'appuient beaucoup sur les organisations de parents mais utilisent aujourd'hui les méthodes du marketing moderne. Les petites villes demandent à être choisies comme sites des épreuves finales, qui attirent les spectateurs venus de tout l'État (Turco D.M., 1997). Les passions sont fortes (Gilden W., 1997; Feinstein J., 1997).

Les activités sportives institutionnalisées, dans les clubs, les écoles et les universités, sont fortement concernées par les mesures qui visent les femmes et les minorités. Mais la question reste controversée de savoir jusqu'où les institutions peuvent jouer un rôle dans l'intégration. D'une part les statistiques indiquent que la participation des femmes et des minorités aux activités sportives institutionnalisées progresse, malgré des blocages, des tensions et des retards. D'autre part les divisions sexuelles et ethniques dans le sport auto-organisé suggèrent que les intéressés ne trouvent pas dans les institutions et dans leur politique d'intégration les réponses qu'ils attendent.

La double dynamique de l'auto-organisation et de l'entreprise capitaliste a déjà beaucoup transformé le système sportif dans les villes des États-Unis, surtout dans les plus grandes d'entre elles, et il est probable qu'elles vont continuer à le faire. La position relativement en retrait de l'État, habituelle aux États-Unis dans de nombreux domaines, favorise cette évolution, du moins si l'on compare avec des pays européens.

Il serait inexact de juger qu'il n'y a rien entre l'individu et le marché dans le sport nord-américain. Les clubs classiques existent. De nombreuses associations liées aux écoles ou à des fondations ont des activités sportives, même si ce n'est pas leur vocation principale. Elles sont particulièrement présentes dans les quartiers centraux des villes et dans les périphéries où le peuplement est dense et ne disparaissent pas avec l'extension spatiale de l'urbain. Le projet social des classes moyennes plus encore que leur projet éducatif englobe en effet la sociabilité associative et ses manifestations, notamment sportives.

Antoine Haumont

Davis Allen F., *Spearheads for Reform: The Social Settlements and the Progressive Movement, 1890-1920*, Oxford, Oxford University Press. Le chapitre 9 couvre «Playgrounds, Housing and City Planning», 1967.
Davis H., *Small-town Heroes. Images of Minor League Baseball*, University of Iowa, 1997.
DeGeorge G., *The Making of a Blockbuster. How Wayne Huizenga Built a Sport and Entertainment Empire from Trash, Grit and Videotape*, New York, John Wiley and Sons, 1996. (Les

événements postérieurs à 1996 mentionnés dans l'article ont été relatés par la presse).

Feinstein J., *A march to madness. The view from the floor in the Atlantic Coast Conference*, Boston, Little Brown, 1997.

Ford R., *Independance Day*, Collection Points, Paris, Seuil, 1997.

Frey D., *The last shot – City streets, Basket-ball Dreams*, New York, Houghton Mifflin, 1994.

Garreau J., *Edge City, Life on the New Frontier*, Doubleday, New York, 1991.

Gilden W., *Where the Games Matters Most. A Last Championship Season in Indiana High School Basketball*, Little Brown, Boston, 1997.

Gottmann J., *Megalopolis. The urbanized Northeastern Seaboard of the United States*, The M.I.T. Press, Cambridge, 1961.

Jackson K.T., *Crabgrass Frontier. The Suburbanization of the United States*, Oxford University Press, New York, 1985.

Jordan P., «Buddy's Boys and Their \$100 Millions Toys», *The New York Times Magazine*, 18.9.1994.

Lasch C., *Le complexe de Narcisse, La nouvelle sensibilité américaine*, Laffont, Paris, 1979.

Mc Allister D.M., «An Empirical Analysis of the Spatial Behaviour in Urban Public Recreation Activity», *Geographical Analysis*, IX, 2, 1977 (L'étude porte sur Los Angeles).

Price Carl E., *Brooklyn's Dodgers. The Bums, the Borough, and the Best of Baseball, 1947-1957*, Oxford University Press, New York, 1996.

Reich C., *The Greening of America*, Random House, New York, 1970.

Riess Steven A., *City Games. The Evolution of American Urban Society and the Rise of Sports*, University of Illinois Press, Urbana, 1991.

Rodman D., *Walk on the Wild Side*, Delacorte Press, New York, 1997.

Rooney John F., *A social and cultural Atlas of the United States*, Denoyer – Geppert, Chicago, 1979.

Rooney John F., «From John Island to Palm Springs: An Analysis of the Golf. Real Estate Connection», *Sport Place*, 6, 2, 1992.

Rooney John F., «The Golf Construction Boom, 1987-1993», *Sport Place*, 7,1, 1993.

Shawcross W., *Murdoch. The Making of a Media Empire*, Touchstone, New York, 1997.

Shelley Arlene M., «Changing Migration Patterns of Major League Baseball Players», *Sport Place*, 7, 1, 1993.

Smith Myron J. Jr, *The Dodgers bibliography*, Meckler, Westport, 1988. L'auteur relève, à l'époque, 1697 références. Le flux de publications ne s'est pas interrompu depuis.

Turco Douglas M., «Measuring the Economic and Fiscal Impacts of State High School Sport Championship», *Sport Marketing Quarterly*, 6,3, 1997.

Whyte William F., *Street Corner Society, The Social Structure of an Italian Slum*, The University of Chicago Press, Urbana, 1943. Traduction française Paris, La Découverte, 1995.

> **Antoine Haumont** est géographe. Il enseigne à l'Université Paris VII et à l'École Nationale des Ponts et Chaussées. Il a contribué à « Sociologie du sport » (Thomas, Haumont, Levet, Paris, PUF, 1987) et à « Sport, relations sociales et action collective » (Bordeaux, MSHA, 1995). Il coordonne des recherches sur les activités et les services culturels, au Centre de Recherche sur l'Habitat (LOUEST, UMR 220, CNRS).