

# Le sport : de la consommation à l'intégration

Alors que je n'étais qu'une enfant, mon grand-père, vieux landais me confiait ses craintes sur l'évolution de la population de sa commune : « quand on était 100 habitants, on ne pouvait constituer qu'une équipe de basket. Cela ne coûtait pas cher : 2 panneaux de basket et un tracé à la chaux sur la place du village. Maintenant, on est 300. Ils vont vouloir monter une équipe de rugby ; cela veut dire un terrain à entretenir par les cantonniers et la construction de vestiaires : c'est un gouffre pour le budget de notre petite commune ».

Les propos de mon grand-père peuvent paraître désuets. Mais ils illustrent bien l'évolution du sport et des pratiques sportives au gré de l'évolution sociodémographique de la société.

De nos jours, le sport est devenu un évènement, comme si les protagonistes et plus particulièrement les politiques étaient devenus spectateurs en n'assurant qu'un « accompagnement subi » de l'évolution de ce secteur. Hors, nous allons essayer de montrer comment leurs positionnements émanent d'un choix politique, sous-tendu d'une idéologie.

Le sport est devenu un jeu médiatique où l'argent occupe une place importante, voire centrale ; pour preuve les tarifs démesurés d'achats des retransmissions par les chaînes de télévision des matchs de football. Nous sommes donc sur un terrain de « marché », au sens capitaliste du terme. Ce marché concerne le nombre de personnes regardant les matchs, point d'impact des plages publicitaires.

Outre cette image audio-visuelle, l'activité sportive est aussi à rapprocher de la notion d'apparence, de l'image corporelle. Il existe un « look » des sportifs, s'appuyant sur un grand nombre de vêtements spécialisés et de produits dérivés, reposant soi-disant sur des valeurs de « bien dans ses baskets » mais aussi de puissance. M. CALVEZ, psychosociologue, a essayé de distinguer les différentes représentations du corps selon la catégorie sociale d'appartenance. Il montre que les cadres utilisent leur corps comme une représentation ou une image de leur capacité de travail (alors que les ouvriers considèrent leur corps comme un outil de travail). Ainsi, l'activité sportive a une visée individuelle afin de modifier une apparence personnelle pour valoriser une capacité de performance.

Cette notion de performance au travail peut être rapprochée de la recherche de la « perf » du sportif de haut niveau, valorisant le dépassement de soi face à un adversaire. Ce même sportif est comparé à ses collègues grâce à une catégorisation de ses performances, d'un point de vue sportif ; mais aussi, selon l'impact qu'il peut avoir sur le public consommateur, d'un point de vue du sponsoring. Il est ainsi considéré comme un produit marchand, support des fantasmes populaires de réussite sociale. Par exemple, la victoire de l'équipe de France de football à la coupe du monde de football l'avait placée comme « la France qui gagne » selon les propos du président de la République. On assiste ainsi à un engouement populaire et non à un engagement populaire. Certains élus adoptent ce positionnement en favorisant ce type d'activité en créant des structures d'accueil pour les sportifs de haut niveau sur leur commune, souvent au détriment des activités sportives associatives. Il souhaite juste créer une association entre l'image de leur territoire et les notions de performances et de réussite.

De cette manière, c'est plus l'image que l'action du sportif, qui est importante. Ainsi, toutes actions individuelles dans la cité du sportif apparaît comme un engagement fort puisqu'il crée une rupture avec l'imaginaire populaire et provoque un retour à la réalité. Par exemple, Thierry HENRY, principal acteur de « la France qui gagne », invitant des personnes sans-papiers de Cachan à un match de l'équipe de France, provoque un émoi médiatique, en transformant son image publique en acte citoyen. De même, on assiste à la création de syndicats de sportifs de haut niveau. Ils essayent ainsi de se regrouper en corps professionnel afin de faire valoir des droits. Ils prennent une place active sur le marché du travail et refusent d'exister seulement en tant que produit marchand. Ils se positionnent en tant qu'acteur de leur environnement.

Ce positionnement d'acteur peut être rapproché de l'expérience de la Coupe du Monde de football pour les personnes SDF, organisée actuellement en Afrique du Sud. Les observateurs ont constaté une amélioration des conditions de vie et de qualité de vie des participants à ce tournoi. Ainsi, positionner des personnes très désocialisées comme acteurs sur un terrain de jeu « médiatisé » permet une évolution positive, par la reconnaissance de leur existence et de leurs compétences sportives.

Mais, outre ce positionnement médiatique, la participation et l'engagement dans une activité sportive peut donner ou redonner des repères à des personnes dont la caractéristique est de ne plus en avoir. Tout d'abord, elles accèdent à nouveau à des repères temporels spatiaux par la participation à des entraînements réguliers. Elles peuvent se réapproprier leur enveloppe corporelle par des exercices physiques adaptés et ainsi pouvoir à nouveau aborder la

notion de « prendre soin de soi ». De même, la notion de « plaisir » permet de se situer autre part que dans les besoins primaires (manger, dormir...) . Enfin, elles se créent des repères par rapport aux autres joueurs par l'introduction de la règle du jeu. Tout ceci permet de créer une histoire commune à l'ensemble des participants, histoire commune qui se nourrit des parcours individuels ; ce qui est la définition même du terme intégration .

Ce type d'action a un coût financier relativement faible mais engendre un bénéfice social fort. Or, peu de collectivités territoriales valorisent ce type d'action et/ou « communiquent » peu à ce sujet. Ainsi, l'engagement de tous ces bénévoles et de ces citoyens anonymes qui favorisent et permettent « le vivre ensemble », est peu connu et reconnu.

L'évolution de la société française a donc déteint sur la vision et la perception du sport. On semble promouvoir des activités marchandes reposant sur un engouement et un imaginaire populaire, alors que le sport pourrait être (et est déjà) un formidable outil d'intégration sociale pour les plus défavorisés..

N'est-ce pas à une politique de gauche de réhabiliter et de promouvoir cet engagement populaire et citoyen ?

Fait à Bordeaux, le 28/09/06