

L'INTEGRATION PAR LE SPORT AU RISQUE DE L'INNOVATION SPORTIVE (Alain LORET)

Pour tenter de comprendre les conditions nouvelles dans lesquelles se développent aujourd'hui les politiques nationales ou locales d'intégration sociale par le sport, il est nécessaire de poser comme un préalable le postulat suivant : *le sport contemporain est engagé dans une profonde mutation.*

Qu'est-ce que cela signifie ?

Formulé d'une manière simple, cela signifie que le futur du sport ne ressemblera pas à son passé. Toute mutation est en effet une rupture. Or, il s'agit bien de cela : le sport est aujourd'hui engagé dans une véritable logique de rupture.

Si les nouvelles conditions d'évolution du sport qui se mettent en place sont essentiellement de nature économique, la transformation du sport prend également des formes multiples, notamment sociales et culturelles. Ces dernières sont très étonnantes au regard des traditions et de l'histoire du mouvement sportif. Or, elles représentent autant de tendances lourdes permettant d'esquisser le profil du « paysage sportif européen » du début du XXIème siècle. Celui-ci est, d'ores et déjà, et sera dans l'avenir, très différent du sport du XXème siècle.

Cette transformation est spectaculaire car elle relève d'un événement qui est proprement historique. En effet, elle s'impose aujourd'hui à un système sportif séculaire. De fait, le sport s'inscrit entièrement dans l'histoire du siècle dernier. Il repose sur un système de pensée élaboré dans la dernière décennie du XIXème siècle. Les trente premières années du XXème siècle ont vu l'idée de sport se développer, se structurer et se réglementer. Dans les années 1950, nous pouvons considérer qu'en matière de sport tout avait été dit et tout avait été fait. Dans ces conditions, il ne restait plus qu'à gérer le phénomène en pilotant son succès populaire. Au tournant du XXème siècle, le sport a ainsi acquis une véritable légitimité. Il s'est stabilisé. Dans certains pays européens, dont la France, il est même entièrement institutionnalisé. Or, nous assistons aujourd'hui à une remise en cause aussi brutale qu'inattendue de la légitimité de cette institution sportive. Ce point n'est évidemment pas sans conséquences sur cette vision largement partagée qui fait du sport un puissant vecteur d'intégration et d'éducation.

Les grandes tendances d'évolution du sport

Je vais esquisser ici les grandes tendances d'évolution du sport contemporain. Il faut bien comprendre que ces tendances apparaissent comme de nouveaux éléments de compréhension du système sportif du futur qui pèseront sur le développement des politiques nationales et locales d'intégration par le sport.

Première tendance : la « téléspectacularisation galopante » du sport

Chacun admettra sans difficulté que ce qui caractérise le mieux le sport, ce sont ses règles et leur respect. Sans règle, le sport n'existe pas. La légitimité de la victoire sportive est entièrement conditionnée par le respect des règles. Nous pouvons donc considérer que la règle est au cœur du système sportif : c'est son « noyau dur ». C'est d'ailleurs pour cette raison que l'on parle si facilement de « discipline » en parlant de l'athlétisme, de la natation ou du judo, pour ne citer que quelques exemples.

Ce caractère central de la règle explique que plusieurs décennies ont souvent été nécessaires pour stabiliser le système réglementaire des disciplines sportives. Durant tout le XXème siècle, les dirigeants sportifs n'ont touché aux règles qu'avec parcimonie et en s'entourant de toutes les précautions. Lorsqu'ils les élaborèrent, puis ensuite lorsqu'ils les améliorèrent, ce fut toujours dans « l'esprit » du sport, c'est-à-dire en tenant compte de l'éthique et des comportements des joueurs et des arbitres.

Aujourd'hui, ce n'est plus vraiment le cas.

En 2003, lorsqu'on touche aux règles, c'est presque toujours pour améliorer le caractère « télévisuel » non plus des disciplines, mais des « téléspectacles » sportifs. Prenons un exemple : le *tie-break* au tennis ou au volley-ball. Cette règle n'a été introduite que pour mieux maîtriser la durée des retransmissions télévisées des matches. En aucun cas, cette nouvelle règle n'a été élaborée dans « l'esprit » des disciplines concernées. Bien au contraire, elle dispose de « l'esprit » pour le formater aux exigences de la télévision.

Aujourd'hui, lorsqu'une nouvelle règle sportive apparaît, cherchez son intérêt pour les chaînes de télévision et vous trouverez les raisons de son intervention.

Il s'agit là d'un renversement total de « l'esprit du sport », c'est-à-dire de ses valeurs, de son système de normes et de symboles, sur lesquels se fondèrent les codes d'arbitrage. C'est une nouvelle matrice culturelle qui s'élabore ainsi sous nos yeux : une matrice dont les fondements sont économiques et dont les bases reposent entièrement sur une rationalité financière et non plus sur une logique sportive. Nous pouvons considérer que le développement de la capacité économique du sport *via* les télévisions est l'un des éléments les moins contestables du scénario de son évolution pour les vingt prochaines années.

Il faut admettre que dans le système sportif mondial, face aux fédérations internationales, nous assistons aujourd'hui à la naissance de nouveaux acteurs particulièrement puissants. Des conglomérats de diffuseurs télévisuels, de sponsors, d'agences de marketing et de communication cherchent tous à débusquer les niches économiques que recèle potentiellement le sport. Il y a là des enjeux considérables. Ils sont économiques mais aussi culturels. D'aucuns pensent que cela met à mal l'éthique sportive, c'est-à-dire ses valeurs et son système symbolique. C'est probable. Dans ces conditions, il nous faut envisager qu'une nouvelle donne se fait jour, qui touche au cœur du système sportif, c'est-à-dire au mode de codification des comportements sportifs. Elle ne sera pas sans conséquences sur l'utilisation du sport comme vecteur d'intégration.

Deuxième tendance : l'évolution technique

L'analyse de l'évolution technique va nous obliger à faire un petit retour en arrière. On peut considérer que le sport a vécu trois grandes périodes de développement au cours du XXème siècle.

Une première période de gestation et d'organisation. Elle va globalement de la fin du XIXème siècle jusqu'au milieu du XXème. Au cours de cette première période, on invente le sport de toutes pièces, on le structure et on le codifie. A la fin des années 1950, c'est un peu comme si tout avait été dit et tout avait été fait en matière de sport. En réalité, il ne restait plus qu'à le gérer.

Un événement exceptionnel se produit alors : l'offre de services sportifs inventée durant la première moitié du siècle, cette offre de service disciplinaire et compétitive déjà considérée à l'époque comme un vecteur d'intégration sociale, rencontre le « marché » considérable que constitue la génération du *baby-boom*. Il se crée une sorte de convergence entre les besoins de ces adolescents en matière d'activités physiques, l'offre des fédérations sportives et les objectifs de l'Etat en matière d'éducation. De cette convergence naissent les conditions du remarquable succès populaire que rencontre le sport au cours de la seconde moitié du XXème siècle.

Une seconde période de gestion du succès. Elle dure globalement un quart de siècle : 1950-1975. Si l'on observe cette période, on constate que l'on n'invente pratiquement plus d'activité sportive, ou alors très marginalement. Une sorte de silence créatif s'instaure qui est très dissonant au regard de l'intense créativité de la période précédente.

Une troisième période de « réinvention » du sport. Elle est toujours d'actualité. Elle possède un caractère remarquable car elle contraste fortement avec la période précédente. En effet, depuis une vingtaine d'années, la société occidentale a créé une bonne quarantaine de nouvelles activités (VTT, windsurf, snowboard, skate, parapente, roller, kite-surf, etc). Nous assistons aujourd'hui à un intense foisonnement créatif qui redéfinit totalement le « paysage sportif européen ». Il s'agit d'une nouvelle logique sportive qui introduit mécaniquement la troisième tendance.

Troisième tendance : l'évolution technologique

Cette nouvelle logique de créativité technique génère bien évidemment de nouveaux « objets techniques sportifs », c'est-à-dire de nouveaux équipements et de nouveaux matériels. Tous les nouveaux sports sont, en effet, essentiellement des activités « appareillées » ou, si l'on préfère, des activités à forte valeur ajoutée technologique. Ils nécessitent donc la maîtrise de nouveaux « instruments » par les pratiquants. Mais ils instaurent dans la même foulée la maîtrise de nouveaux marchés par les acteurs économiques et par les acteurs institutionnels.

On assiste depuis une quinzaine d'années à la naissance d'une sorte d'effet pervers inédit dans le monde du sport : l'obsolescence accélérée du matériel et des équipements sportifs. En effet, les ergonomes, les ingénieurs, les biomécaniciens, voire les sportifs eux-mêmes, améliorent en permanence les techniques et les technologies sportives. Ils disqualifient, à un rythme inconnu jusqu'ici dans les milieux sportifs, les techniques d'hier pour promouvoir les technologies d'aujourd'hui et leur cortège d'innovations.

Cela revient à dire que nous sommes entrés dans une nouvelle logique, à la fois sportive et économique, qui possède une conséquence inattendue : si l'on raisonne en combinant les évolutions deux et trois – technique et technologique – il faut bien admettre que nous ne connaissons pas le futur du sport. Nous n'avons aucune idée des nouveaux sports qui vont apparaître et nous ne connaissons guère mieux les nouveaux « objets techniques sportifs » (raquettes, skis, VTT, rollers, etc) que nous utiliserons au cours des dix prochaines années.

Or, cette situation nouvelle prend tout le monde au dépourvu. A commencer par les fédérations, l'Etat et les collectivités locales. Dans les années 1960, par exemple, personne n'avait d'état d'âme en la matière : on connaissait avec certitude l'avenir du sport car l'offre de service, de matériel et d'équipements lourds était entièrement stabilisée. Ce n'est plus le cas.

On comprend aisément que cette nouvelle donne sportive bouleverse de nombreux paramètres :

- les politiques publiques de développement du sport ; donc le service public sportif et les stratégies d'intégration qui lui sont liées ;
- les savoirs et les savoir-faire techniques, donc les formations des éducateurs, animateurs et entraîneurs ;
- les équipements, donc leur utilisation ;
- les comportements, donc les règles de sécurité, etc.

En réalité, la liste est longue de ces remises en cause qui perturbent fortement, aujourd'hui, les institutions sportives françaises.

Quatrième tendance : l'évolution juridique et institutionnelle

Cette quatrième forme d'évolution du sport contemporain est essentielle à percevoir et à comprendre. Elle est liée au fait que le sport devient un secteur économique à part entière. Il génère plusieurs types de « marché ». Nous en distinguerons quatre :

- le « marché » des services sportifs qui sont de plus en plus souvent liés au développement touristique des communes et des régions,
- le marché du matériel (raquettes, skis, VTT, etc) et des équipements lourds (piscines ludiques, murs d'escalade artificiels, pistes de ski artificielles, etc),
- le marché des vêtements et des accessoires,
- le marché du spectacle et surtout du « télé spectacle » sportif auquel nous associerons celui de la presse écrite.

Un élément est commun à ces quatre types de marché liés au sport : leur nouveauté. Ils naissent et se développent donc brutalement sur des secteurs juridiques, administratifs, réglementaires ou législatifs qui, en conséquence, sont loin d'être normalisés. En réalité, au plan des normes institutionnelles qui devraient régir et encadrer leur développement, ces marchés s'épanouissent sur des secteurs souvent vierges de toute trace de réglementation et de régulation.

Un exemple parmi d'autres : le développement du parapente. Activité à risques, cette pratique récente à l'échelle du XX^{ème} siècle, a généré quatre types d'activités économiques : les services sportifs et touristiques, le marché du matériel, le marché des accessoires, le marché de la presse magazine. Ces quatre formes d'activités ont investi des secteurs entièrement dépourvus de savoir, de savoir-faire, de normalisation et de réglementation. Or, il faut bien admettre qu'à chaque fois, le succès du parapente a pris de court le législateur qui n'a rempli son rôle qu'a posteriori et dans une certaine précipitation, eu égard aux accidents qui se multipliaient. Cet exemple peut être étendu à l'ensemble des nouveaux marchés du sport. En effet, ils possèdent tous un caractère inédit qui bouscule les usages juridiques et législatifs qui étaient attachés à un sport stabilisé depuis un demi-siècle.

Cinquième tendance : l'évolution culturelle

Cette cinquième forme d'évolution est très surprenante. Elle est liée à notre représentation du sport ou, si l'on préfère, à l'idée que l'on s'en fait. Celle-ci se transforme. La culture sportive est aujourd'hui mise à mal par un nouveau système de valeur qui – fait très étonnant ! – puise toutes ses références symboliques dans... la contestation sociale des années 1960. On comprendra sans peine que cette évolution bouleverse toute la vision traditionnelle d'intégration sociale par le sport car, dans certains cas, le sport devient un véritable vecteur de contestation sociale.

Il faut bien comprendre que si, en parlant des règles, je disais précédemment que nous étions au cœur du système sportif, cette fois, c'est le système de référence ou encore « l'essence du sport » qui est concerné. Nous touchons donc là aux fondements culturels sur lesquels s'est construit le mouvement sportif au XX^{ème} siècle.

Pour illustrer cela, je prendrai l'exemple des stratégies de communication des deux principales marques mondiales de vêtements et de chaussures de sport. Très schématiquement, nous pouvons considérer que des entreprises comme Nike et Reebok (leaders mondiaux de ce type de marché) développent des stratégies commerciales destinées à répondre aux besoins des pratiquants. Leurs campagnes de publicité agissent donc comme une sorte de miroir tendu aux consommateurs qui doivent pouvoir s'y reconnaître. Or, que disent-elles : « *Break the rules* » pour Reebok et « *Just do it* » pour Nike.

Considérons la stratégie de Reebok. Elle signifie clairement « *casse le sport* » puisque nous avons vu que les règles étaient le cœur du système sportif. Selon cette entreprise, il faudrait donc aujourd'hui « casser le sport » pour le pratiquer. Nous admettons que cela pose un problème de fond. En effet, l'une des plus importantes marques mondiales de chaussures de sport ne s'engagerait pas dans une telle campagne sans avoir au préalable dûment vérifié que ce slogan... représentait la réalité de la pratique sportive de ses clients.

Considérons maintenant la stratégie de Nike. En clamant « *Just do it* », la marque réactualise l'aphorisme célèbre de Jerry Rubin, le gourou du mouvement hippie des années 1960 qui, avec son livre intitulé « *Dot it* », en appelait à la révolution sociale et culturelle. En réalité, il faut traduire « *Just do it* » par : « Fais ce que tu veux, où tu veux, quand tu veux... », c'est-à-dire « Casse les règles sportives ».

La marque a bien confirmé ce point en utilisant la personnalité rebelle du footballeur Eric Cantonna. Dans un « spot » publicitaire devenu célèbre, celui-ci affirma : « J'ai été sanctionné pour avoir frappé un gardien de but, pour avoir craché sur un supporter, pour avoir jeté mon maillot sur un arbitre, pour avoir traité mon entraîneur de sac à m... (ce dernier mot était coupé par un coup de sifflet), puis j'ai traité de bande d'idiots le jury qui m'a sanctionné. Je pensais que j'aurais du mal à trouver un sponsor ». Immédiatement après cette diatribe qui va à l'encontre de tous les usages sportifs et de toutes les valeurs sociales qu'il est censé véhiculer, le nom de Nike envahissait l'écran de la télévision.

De nouveau, on ne peut qu'être surpris que la première marque sur le marché mondial des chaussures et des vêtements de sport emprunte des voies aussi provocantes. Or, il s'agit bien entendu d'une provocation calculée. Là encore, elle s'inscrit parfaitement dans les comportements, les attitudes « sportives » et les motivations de ses clients.

Prenons un dernier exemple : les couleurs du sport. Celles-ci se sont brutalement transformées dans les années 1980. Or, ce changement des « *coloris sport* » est significatif d'une véritable mutation culturelle.

Dans les années 1970 en France, le sport se déclinait selon un code de couleurs particulièrement simple : le bleu-blanc-rouge. C'était la période du *sportswear* prônée par des marques comme Le coq sportif, La Hutte, Recordman, Puma ou Adidas. Dix ans plus tard, le *surfwear* puis le *funwear* utilisèrent ce que l'on appela alors les « couleurs fluo ». Un nouveau code symbolique était à l'œuvre. En effet, les couleurs fluo s'établirent sur une base de cinq couleurs que l'on peut considérer comme les couleurs primaires du sport des années *fun* : le rouge, le jaune, le vert pomme, le rose et le violet. Ces cinq couleurs furent utilisées par de nouvelles marques comme Oxbow, Rip Curl, Quiksilver, Bilabong, Gotcha, etc. Or, elles ne sont pas autre chose que les couleurs psychédéliques qui furent le véritable totem d'une mouvance alternative prônant la contestation sociale dans les années 1960. En une décennie, le sport était donc passé des couleurs du drapeau (symbole d'intégration sociale) aux couleurs psychédéliques (symbole de contestation sociale). Le sport traditionnel, vecteur historique d'éducation et d'intégration, procédait ainsi à sa propre révolution culturelle pour s'inscrire d'une manière surprenante dans une logique « alternative » et *underground*.

Les « sports alternatifs » vont-ils redéfinir le service public sportif ?

Avant de tenter de répondre à cette question, posons d'abord comme une réalité le fait que, dans les années 1980, cette révolution des années *fun* – véritables *années folles* pour le sport – fut le fait d'une minorité : quelque chose comme une avant-garde sportive. Sortes de pionniers, les tenants du sport alternatif jetèrent les bases d'une nouvelle société sportive. Les choses deviennent intéressantes lorsqu'on constate qu'ils furent massivement suivis. Tellement massivement que les comportements qu'ils préconisèrent, les techniques qu'ils inventèrent, le matériel et les équipements qu'ils mirent au point, constituèrent bientôt un marché important qui, progressivement, supplanta le marché du sport traditionnel. Ainsi, par exemple, le marché du matériel athlétique (poids, javelots, haies, marteaux, pointes, etc) est devenu très minoritaire face aux parts de marché du sport que représentent les équipements liés à la pratique des sports de glisse.

La question essentielle pour les entreprises, les fédérations internationales, les télévisions, les sponsors, les gouvernements, mais aussi les villes et les régions qui sont souvent à l'origine de la construction des équipements lourds, bref pour l'ensemble des acteurs économiques et institutionnels, la question consiste à savoir si les sports alternatifs vont poursuivre le développement ou s'essouffler. Il va de soi que pour une ville, il s'agit là d'une question stratégique prépondérante dont la réponse conditionnera et orientera ses investissements futurs, notamment en matière de politique sportive, de construction d'équipements lourds et de recrutement d'animateurs et d'éducateurs sportifs.

Nous l'avons vu précédemment, le sport n'est plus ce qu'il était. Il y a seulement une vingtaine d'années, il s'agissait encore essentiellement d'une relation au corps et à l'autre de nature compétitive et agressive qui exploitait le potentiel physique des sportifs. De nos jours, la notion de sport s'est transformée. Une étude du CREDOC publiée au début de l'année 1995 a montré que les Français considèrent le sport comme un défoulement (22,1 %), une détente (24,2 %), une possibilité de rencontres (6,9 %), un facteur de santé (26,4 %), le plaisir d'utiliser et de maîtriser une technologie (4,6 %). Par contre, la compétition n'est mentionnée que par 15,8 % des personnes interrogées. En réalité, ce qui prime aujourd'hui, c'est moins l'exploitation à court terme du potentiel physique que son entretien à long terme. Hier, un compétiteur olympique était « vieux » à 20 ans. Aujourd'hui, un sportif est toujours « vert » à 60 ans.

On comprendra facilement que cette évolution redéfinit deux catégories de critères liées à la pratique : les services et, surtout, les équipements lourds. Ces derniers furent traditionnellement conçus pour la compétition sur la base d'un cahier des charges indexé sur les règles des disciplines. A partir du moment où la pratique compétitive perd du terrain, nous assistons, dans la même foulée, à l'obsolescence des équipements lourds qui lui étaient entièrement dédiés. C'est donc toute la conception des équipements sportifs des communes qui doit être revue pour répondre à de nouveaux besoins, de nouvelles aspirations et de nouveaux comportements, car il est devenu évident que le sport des années 2000 ne ressemblera en rien à ce que nous avons connu dans les années 1960.

En réalité, ce sont de nouvelles logiques qui se dessinent en matière d'équipement sportif. Elles sont particulièrement étonnantes et risquent de bouleverser l'orthodoxie architecturale qui fut conçue au XXème siècle.

S'il est impossible de décrire précisément la forme et les fonctions que revêtiront les équipements sportifs du futur, nous pouvons malgré tout traquer l'innovation en nous intéressant à certains projets et prototypes actuels qui préfigurent sans aucun doute les équipements sportifs du XXIème siècle.

Je prendrai quelques exemples qui me paraissent très significatifs de cette volonté d'innovation.

La chute libre artificielle

Tout comme il existe aujourd'hui des murs d'escalade artificiels, il existera bientôt des « tubes » ou des « bulles de chute ». Des prototypes existent, qui proposent le dispositif suivant. Imaginez un cylindre d'une dizaine de mètres de haut et de trois mètres de diamètre, à la base duquel est placé un moteur d'avion assorti de son hélice. Tous les systèmes de protection et de sécurité sont prévus pour que lorsque l'hélice créant un courant d'air ascendant dans le tube, il soit possible de se jeter dans le vide et de chuter artificiellement en recréant les conditions de la chute libre qui est le préambule du saut en parachute. Cette proposition, qui peut prêter à sourire, n'est en réalité pas très différente en son principe de l'escalade sur mur artificiel, qui fit elle-même sourire les sceptiques lors de son apparition.

Le surf artificiel

Lorsqu'une municipalité construit une piscine de type ludique, elle se voit quelquefois proposer une solution technique permettant de créer des vagues artificielles destinées à la pratique du surf. Trop onéreuse, cette option est toujours rejetée. Pourtant, une autre solution, moins coûteuse, existe. Elle consiste à construire une forme en polyester reproduisant une vague lorsqu'elle « referme » en propulsant, à sa base, un film d'eau sous pression qui épousera son profil. Le surfer entre latéralement dans la vague et développe son surf quasi immobile puisque c'est l'eau qui se déplace. Une fois la compétence technique acquise, il devient alors possible de pratiquer le surf artificiel en milieu urbain.

Les « cybersports »

Nous ne parlons plus là de pratiques sportives artificielles mais de pratiques sportives virtuelles. Ces dernières exploiteront ce que l'on nomme aujourd'hui la « réalité virtuelle » pour recomposer totalement l'espace sportif.

Il existe d'ores et déjà des prototypes de « cyberski » ou de parapente virtuel qui fonctionnent selon la logique suivante. D'une part, un casque de visualisation équipé de deux écrans miniatures placés devant les yeux autorise la vision stéréoscopique d'un environnement sportif reconstitué par numérisation. D'autre part, une combinaison équipée de capteurs et reliée au casque permet de corrélérer l'espace virtuel et le corps de celui qui s'y déplace. Cette corrélation, dite « corrélation proprioceptive », est rendue possible grâce à un traitement informatique des multiples paramètres résultant de l'activité développée dans l'espace numérisé et de la vision qui lui est associée. Ainsi, toute action « physique » de celui qui se « déplace » dans l'espace sportif virtuel le modifie en conséquence. Réciproquement, toute modification de l'espace tridimensionnel qui environne le « sportif » fait naître de nouvelles possibilités d'action.

Il s'agit là d'une proposition de service sportif qui permettra de raccourcir considérablement les durées d'apprentissage, notamment pour les sports à risque. En outre, cela permettra de se préparer en milieu urbain à la pratique des sports... de pleine nature.

Les conséquences industrielles de cette dernière innovation sportive seront considérables. A l'échéance de moins de deux décennies, il est possible d'envisager un bouleversement notable des marchés mondiaux du sport. Les leaders d'aujourd'hui que sont Nike, Reebok ou Adidas pourraient voir surgir des concurrents tout à fait inattendus qui ont pour nom : Sony, Microsoft, Sega ou encore Nintendo.

Conclusion

L'approche de l'innovation sportive que je viens de proposer est très déstabilisante pour les institutions sportives. Elle bouleverse, en effet, notre vision séculaire du sport. Dans ces conditions, la conception traditionnelle des services, du matériel et des équipements lourds qui participent étroitement du développement des politiques d'intégration par le sport développées par les villes et par l'Etat se trouve aujourd'hui mise à mal.

Les élus doivent donc impérativement se donner les moyens d'anticiper les changements qui se profilent. Il en va non seulement de leur crédibilité, mais aussi de la rationalité sociale et financière de leurs futures décisions politiques en matière de promotion et d'organisation du sport sur le territoire français.