



De l'identification des publics du patrimoine sportif

Patrick Mignon

► To cite this version:

Patrick Mignon. De l'identification des publics du patrimoine sportif. les Cahiers Espaces, Editions touristiques européennes, 2006, pp.16-22. hal-02049267

HAL Id: hal-02049267

<https://hal-insep.archives-ouvertes.fr/hal-02049267>

Submitted on 26 Feb 2019

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.

De l'identification des publics du patrimoine sportif

PATRICK MIGNON

Chercheur au laboratoire de sociologie de l'INSEP (patrick.mignon@insep.fr)

(Article publié dans : Les cahiers espaces, mai 2006, « Patrimoine sportif et tourisme », pp. 16-22)

Chacun peut se faire une idée de ce que recouvre le terme de patrimoine sportif: des stades, de football ou d'athlétisme, les routes et surtout les cols du Tour de France ou encore les collections présentées dans les musées du sport. Chacun peut, sur cette question, recueillir des données qualitatives dans les recherches sur la mémoire des événements et des lieux du sport. Chacun peut, de fait, voir des cyclistes organiser l'ascension des cols des Alpes ou des Pyrénées ou s'arrêter sur les pentes du Ventoux devant le mémorial de Tom Simpson, ou encore apercevoir des fans de football tourner autour du stade Geoffroy-Guichard à Saint-Etienne, en dehors de la saison footballistique.

Mais, à ce jour, il n'existe pas de données permettant de connaître précisément ce public. Car, malgré les liens évidents qui existent entre le sport et la culture, les enquêtes statistiques qui mêlent ces deux domaines sont extrêmement rares. On s'intéresse à la fréquentation des musées en tant que pratique culturelle; on s'intéresse à la pratique sportive et à ses modalités en tant que connaissance des pratiques sportives, mais assez peu à la culture sportive en ce qu'elle lie une pratique physique et son accompagnement culturel, livres ou lieux dédiés.

Il n'existe donc pas de recueils, d'études ou d'enquêtes statistiques qui permettraient de connaître le public du patrimoine sportif. On se propose ici de raisonner à partir des données réunies dans les enquêtes statistiques effectuées en population générale, sur les pratiques culturelles et les pratiques sportives pour apprécier si ce n'est la taille de ce public, du moins ses caractéristiques.

Sport, culture sportive et pratiques culturelles

Partant souvent de la volonté d'étendre jusqu'aux pratiques sportives la notion de pratiques culturelles et cherchant à vérifier si sport et culture sont exclusifs l'un de l'autre, les enquêtes statistiques sur les pratiques de temps libre des Français comportent des questions portant à la fois sur les pratiques sportives et sur les pratiques culturelles.

Ainsi, l'enquête ¹ en population générale menée par le ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative en 2000 cherchait à mesurer la sportivité des Français. La sportivité de la population française peut s'apprécier par le type d'activité pratiquée, par la fréquence avec laquelle est pratiqué un sport ou une activité physique et par la place qu'il occupe dans l'ensemble des pratiques de loisirs des individus, ou encore par le fait d'appartenir à un club et de faire ou non de la compétition. Ainsi, on estime que 83 %, de la population âgée de 15 à 75 ans s'est livrée à une activité physique ou sportive durant l'année 2000.

Mais on y a complété cette mesure par la prise en compte de la proximité entretenue par les pratiquants avec les informations portant sur le monde sportif, qu'elles viennent des médias ou de l'ensemble des sources auxquelles les individus font référence pour alimenter leur connaissance du monde du sport, comme les livres, la lecture de la presse spécialisée ou la fréquentation des stades. On peut ainsi définir une culture sportive, entendue comme culture d'accompagnement de la pratique d'un ou de plusieurs sports, et se distinguant d'une culture sportive minimum, celle proposée par la télévision et ses chaînes généralistes, qui est commune à une grande partie de la population sportive.

De la même manière, les questions posées sur quelques pratiques culturelles permettent de confirmer ce que l'enquête² sur les pratiques culturelles des Français de 1997 mettait en évidence, à savoir que la pratique sportive s'est installée parmi les usages du temps libre et qu'elle est, pour une partie non négligeable de la population, un élément d'un mode de vie équilibré. Lire ou aller au cinéma ou au théâtre n'est pas contradictoire avec le fait de faire une activité physique ou sportive.

Sport en chambre et culture sportive

Cette culture d'accompagnement n'est-elle que le reflet inversé d'une absence de pratique ? Non, car la plus grande culture sportive accompagne l'engagement dans un sport ou une activité physique: la personne qui pratique au sein d'une association ou fait du sport plus d'une fois par semaine lit plus régulièrement un quotidien sportif ou va plus souvent au match que la moyenne. Toutefois, celui qui pratique le plus, ici plus de trois fois par semaine, ou qui participe à une association, est aussi celui qui a tendance à moins s'intéresser que la moyenne à cette culture d'accompagnement.

Celui qui fait du sport dans une association sportive a tendance à participer plus que les autres à d'autres formes associatives; il va aussi plus souvent voir des rencontres sportives. Mais il n'en fait pas moins que les autres dans les différents domaines, notamment pour ce qui concerne les sorties: il va même plutôt un peu plus au cinéma, au restaurant, en discothèque. Dans l'enquête 1997³ il était mis en évidence que la fréquentation des équipements culturels allait de pair avec la pratique plus ou moins régulière d'une activité physique ou sportive. Toutefois, ce sportif associé lit un peu moins et s'occupe un peu moins de son intérieur. On remarquera effectivement que la participation associative au sport s'ajoute au portefeuille qui définit une sociabilité complète. De la même façon, déclarer qu'on fait beaucoup de sport n'empêche pas de lire ou de sortir, sauf peut-être si on en fait plus de trois fois par semaine: le restaurant ou le cinéma ne s'insèrent pas bien dans l'économie du temps ou dans la discipline de vie.

Une manière d'illustrer l'existence de cultures sportives est de mettre en relation quelques activités jugées caractéristiques avec des sports possédant aussi des traits spécifiques. Ainsi, la gymnastique", activité féminine, ou le roller, activité plutôt caractéristique de jeunes adultes diplômés, vont avec une pratique de la lecture plus forte que la moyenne. Par contraste, le football, sport jeune, masculin et populaire, et la chasse, activité elle aussi populaire, ont des adeptes qui lisent moins durant leurs loisirs. La chasse, la gymnastique et la voile, caractérisées par un revenu et un niveau de diplôme moyen plus élevés, vont de pair avec le bricolage, au contraire du football, du basket ou du roller. Les sports qui réunissent des populations plus âgées (la chasse) ou plus riches économiquement (la voile) ou de niveau culturel plus élevé (gymnastique et roller) ont des pratiquants qui vont plus au

restaurant, quand ceux des sports "jeunes" (basket, football) sortent plus en boîte. Toutes ces tendances contribuent à dresser le portrait de sports à sociabilité plus ou moins forte ou plus ou moins large et à enracinement plus ou moins populaire.

Ici, le caractère populaire d'un sport peut aussi se lire dans la proximité à la culture sportive définie par le fait de regarder la télévision et de s'intéresser au sport à travers les médias: les sports ou activités physiques plus volontiers pratiquées par les jeunes ou des individus appartenant aux classes populaires (ouvriers et employés), comme le football, le basket ou la chasse, sont aussi ceux qui vont de pair avec la plus grande culture sportive.

Sport et culture marchent de concert⁵

Quand elles ne se livrent pas à des activités physiques ou sportives, les personnes ayant déclaré faire du sport ou une activité physique se livrent souvent, ou de temps en temps, aux autres activités que sont, en tête, le bricolage ou l'entretien de leur intérieur; puis la lecture, regarder le sport à la télévision, aller au cinéma ou au restaurant. Sur l'ensemble des pratiques de loisirs proposées, ils en font plus que ceux qui ne font jamais de sport.

On voit dans l'enquête 2000⁶ que les pratiquants sportifs ont toujours des scores de pratiques culturelles (de la lecture à la fréquentation des salles de jeux vidéo) plus élevés que les non-sportifs, sauf pour le bricolage. Ainsi 76 %, des "sportifs" déclarent lire des livres, contre 68 %, des non-sportifs. Ceux-ci vont moins au cinéma, lisent moins, regardent moins le sport à la télévision, vont moins au restaurant, mais bricolent un peu plus. L'activité physique et sportive n'empêche donc pas de se livrer à d'autres activités de loisirs, mais c'est le plus grand âge, le moindre revenu et la plus faible qualification qui font qu'on est aussi bien un non-pratiquant et un moindre pratiquant des autres loisirs. L'ensemble de ces constats sont donc similaires à ceux qui ont été faits lors de l'enquête 1997 sur les pratiques culturelles des Français.

Toutefois, les sportifs se distinguent entre eux selon la place qu'ils accordent au sport. Ainsi, les hommes sportifs sont plus nombreux que les femmes à regarder souvent ou de temps en temps le sport à la télévision (81 % contre 66 % de femmes), ou à aller voir des rencontres sportives (36 % contre 14 %). Par contre, les femmes sont sensiblement plus nombreuses à lire: 83 % contre 69 %. De même, le jeune âge permet de cumuler les activités. De façon générale, les plus jeunes (15-24 ans) sont la plupart du temps plus nombreux que la moyenne à se livrer aux activités de sortie (théâtre, cinéma, restaurant), ou encore de participation à la vie associative. Le bricolage, le travail domestique et la lecture font exception: ce sont des pratiques qui augmentent régulièrement avec l'âge.

Le sport participe ainsi d'une culture de la sortie: assister à des matches va avec les sorties en discothèque ou au cinéma et la participation à des jeux. En effet, le sport à la télévision est souvent goûté par les plus jeunes: 79 % des 15-19 ans regardent souvent ou de temps en temps le sport à la télévision, mais ils ne sont pas très éloignés des individus appartenant aux autres tranches d'âge, qui oscillent entre 70 et 78 %.

Par contre, il convient d'être sensible aux différences qui apparaissent entre les 15-19 et les 20-24 ans. Les plus jeunes vont plus souvent voir des matches tandis que les plus âgés vont plus souvent au restaurant, au cinéma, en discothèque et lisent plus. Ils manifestent ainsi que l'accès à l'autonomie va de pair avec une relativisation du sport, que ce soit en

raison de la poursuite des études ou parce que les plus âgés accèdent à d'autres formes de sociabilité plus électives. D'ailleurs, parmi les jeunes sportifs, les plus diplômés (baccalauréat et plus) vont aussi un peu plus au cinéma, au théâtre ou lisent plus, mais regardent moins souvent le sport à la télévision ou vont moins souvent voir des rencontres sportives.

Plus les revenus et la situation sociale sont élevés, plus existe la possibilité de cumuler les pratiques de sorties. On va d'autant plus au cinéma, au restaurant ou au théâtre et voir des matches qu'on a des revenus élevés et qu'on appartient aux catégories supérieures. Seuls, l'assistance aux rencontres sportives, qui suppose tout de même un niveau de revenu au moins régulier, et le fait de regarder le sport à la télévision renvoient aux classes populaires. Les ouvriers sont ceux qui vont le plus souvent ou de temps en temps voir des matches et ceux qui rejettent le moins cette activité: 47 % ne vont jamais à une rencontre sportive, contre 52 % pour les cadres et professions intellectuelles supérieures.

Le sport et son accompagnement culturel

La pratique sportive peut être représentée comme un triangle dont la base est occupée par les 30 à 35 millions de personnes qui se sont livrées à une activité physique ou sportive au mois une fois dans l'année et son sommet par les 10 à 15 000 sportifs qui consacrent l'essentiel de leur temps au sport (les sportifs professionnels et les athlètes de haut niveau), avec au milieu ceux qui pratiquent au moins une fois par semaine puis ceux qui détiennent une licence, etc. ⁷ La pratique d'accompagnement du sport par une activité culturelle peut être représentée de la même manière. On pourrait prendre, pour illustrer le propos, le cas du cyclisme. Faire du vélo est la troisième activité physique et sportive pratiquée en France, soit environ 13 millions d'individus. Mais le nombre de licenciés des fédérations de cyclisme et de cyclotourisme n'est plus que d'un peu plus de 200 000. Combien se réunissent pour gravir un monument des Alpes ou des Pyrénées ? Quelques dizaines de milliers. Quel est le lectorat des nombreuses revues consacrées au vélo ? Combien sont allés visiter un des multiples musées du cyclisme français ou belges ? On pourrait faire le même raisonnement pour le football.

Si les Français sont donc devenus de plus en plus physiquement actifs au cours des trois dernières décennies, ils n'accordent pas pour autant une place démesurée au sport ou à la pratique physique. Les deux tiers des personnes interrogées dans l'enquête 2000 sur les pratiques sportives en France ne considèrent pas le sport ou l'activité physique comme des activités prioritaires, tandis qu'un peu plus de la moitié déclarent de pas vouloir faire plus de sport.

L'affirmation de l'existence d'autres centres d'intérêt que le sport vient en tête des raisons données. Quels sont ces autres centres d'intérêt ou ces priorités ? Pour l'ensemble de la population sportive, parmi les pratiques de loisirs, le bricolage ou l'entretien de la maison viennent en tête pour 82 % des personnes interrogées, suivis par la lecture pour 76 % d'entre elles. Mais si on ne pratique pas plus, c'est aussi parce qu'on a des contraintes, de travail pour la moitié des personnes, ou familiales pour un peu plus d'un tiers. Car l'activité physique et sportive a souvent pour cadre la famille; elle a donc aussi pour condition de ne pas trop gêner la sphère d'activité domestique.

Cette relativisation du sport est aussi notable quand on s'intéresse à l'attrait que les "sportifs" peuvent avoir pour l'information ou le spectacle sportif: près de 80 % des "sportifs" regardent régulièrement ou de temps en temps le sport à la télévision, plus souvent sur une

chaîne généraliste que sur une chaîne payante ou câblée. La culture sportive télévisuelle apparaît ainsi fédératrice, en ce sens que les écarts de pratique liés au sexe, aux revenus, à l'âge ou au diplôme y sont moins forts. Sans doute parce que c'est l'information qui permettra d'échanger avec les membres de la famille ou les collègues. Ils sont encore une petite moitié à lire régulièrement ou de temps en temps la rubrique sportive de leur quotidien, mais il n'en reste qu'un peu plus d'un tiers à lire régulièrement un quotidien ou un magazine sportif et le même nombre à assister régulièrement ou de temps en temps à des rencontres sportives.

Dira-t-on que la culture sportive suppose du temps, donc être jeune et dégagé des obligations domestiques, un minimum d'intégration économique et un niveau de diplôme suffisant pour apprécier différents types d'accompagnement discursif, mais pas trop élevé pour ne pas délaissé le sport au profit d'autres objets culturels ?

Les « forts » en sport

Qui sont ces sportifs cultivés en sport ? Majoritairement des hommes: près des deux tiers des hommes sportifs interrogés lisent régulièrement ou souvent la rubrique sportive de leur quotidien et environ la moitié lisent au moins de temps en temps quotidiens ou magazines sportifs ou assistent à des rencontres sportives (contre environ un tiers des femmes). Toutefois, en raison sans doute de la place que le sport occupe dans le projet éducatif des familles, les femmes assistent un peu plus souvent à des rencontres sportives, pour accompagner les enfants, qu'elles ne lisent des journaux, des livres ou des magazines.

Participer à la culture sportive suppose une insertion économique et sociale minimale: il faut appartenir au moins aux tranches de revenus supérieures à 1 000 euros par mois et encore plus aux tranches supérieures pour y participer plus intensément. En effet, sauf pour le fait de regarder le sport à la télévision, c'est dans la tranche de revenu la plus basse qu'on déclare plus souvent ne jamais faire aucune de ces activités d'accompagnement de la pratique.

S'intéresser au sport demande du temps: les gros consommateurs de culture sportive sont les 15-19 ans. Sauf pour ce qui concerne le fait de regarder le sport à la télévision ou la lecture de la rubrique sportive d'un quotidien généraliste, la pratique baisse assez sensiblement à partir de 20 ans.

Participer à la culture sportive suppose aussi un bagage culturel minimum: il faut déclarer un diplôme au moins égal au brevet des collèges. C'est aussi cette tranche de diplôme qui est la plus investie dans la culture sportive: c'est un effet en partie de sa jeunesse et en partie de son appartenance sociale.

Par contre, plus on est diplômé, moins on accompagne sa pratique physique ou sportive de la lecture d'un quotidien sportif ou du spectacle du sport à la télévision : la tranche de diplôme la plus élevée le fait toujours moins que les autres et, en conséquence, elles sont toujours plus nombreuses à refuser une culture d'accompagnement définie par la télévision ou par la lecture d'un média sportif.

Les ouvriers et la catégorie des artisans et petits commerçants sont les plus sportifs du point de vue de la culture d'accompagnement: ils arrivent pratiquement toujours en tête de ceux qui lisent, regardent, assistent régulièrement ou de temps en temps. Se dessine ainsi une carte de la culture sportive supposant une participation sociale minimum en termes de revenus et de diplômes, mais opposant les groupes selon la place qu'ils attribuent à cette

culture sportive: une importance certaine pour la partie la plus populaire de cette population, une relativisation non moins certaine pour les groupes mieux dotés en capital culturel.

Pratiques sportives et pratiques culturelles

L'enquête réalisée en 2003⁸, qui interroge à la fois sur les pratiques culturelles et sur les pratiques sportives, permet de dresser un tableau complémentaire des liens existant entre sport et culture, prolongeant les résultats de l'enquête de 1997 et complétant ceux de 2000.

Cette enquête confirme bien le fait que sport et culture vont de pair et nous propose une répartition en cinq groupes selon le type de mariage entre sport et culture⁹. Ainsi, 24 % des personnes interrogées appartiennent au groupe de ceux qui ont une participation faible en sport et en culture; 6 % manifestent un intérêt fort en sport et faible en culture ; 25 % ont une participation moyenne dans les deux domaines; 17 % présentent un intérêt fort en culture, mais faible en sport; 28 % sont de forts pratiquants de sport et de culture.

Cette dernière catégorie est composée d'individus très diplômés, occupant des emplois plutôt qualifiés. Ils sont jeunes (36 ans de moyenne d'âge) et appartiennent aux ménages les plus aisés. Leur participation à une culture de sortie est liée au fait que ce sont des personnes qui vivent seules ou en couple sans enfant.

La culture moyenne du sport et de la culture augmente avec l'âge ou le fait d'avoir des enfants et la pratique sportive correspond donc plus à une pratique d'entretien que d'engagement compétitif. Ceux qui privilégient la culture sont plutôt des femmes adeptes de la lecture. Quant à ceux qui ont une forte pratique sportive et une faible participation culturelle, ce sont des hommes peu diplômés, issus des milieux populaires, qui pour les plus jeunes pratiquent plutôt le football et le vélo.

Les données précédentes ne nous incitent pas à penser que les amateurs de patrimoine sportif se recrutent parmi ceux qui ont indiqué une forte participation en culture et en sport, mais empruntent peut-être à toutes les autres familles, notamment la pratique et l'intérêt pour quelques grands sports populaires et une culture d'accompagnement qui pourrait, pour certains d'entre eux, faire office de culture de remplacement.

Peut-on le vérifier ou l'approcher à partir des données sur la fréquentation des musées contenues dans la même enquête ? Dans l'enquête Insee de 2003¹⁰, 29 % des personnes interrogées déclarent avoir visité un musée. Parmi celles-ci, 13 % ont visité un musée spécialisé, 32 % un musée de société, d'arts et traditions populaires ou écomusées, les deux catégories dans lesquelles un individu ayant visité un musée du sport aurait pu se classer. Ni les niveaux de diplôme et de revenu, ni les catégories sociales des visiteurs n'apparaissent nettement différents, se démarquant nettement, sous ces critères, tous deux des musées de beaux-arts ou d'art contemporain.

C'est l'âge et le sexe qui les distingue entre eux: le public du musée spécialisé est un peu plus masculin, plus proche du sportif cultivé en sport, quand celui du musée de société, d'arts et traditions populaires est plus féminin. Les musées spécialisés présentent une courbe où sont en plus représentés les 15-19 ans, les 35-44 et les 55-64 ans, tandis que la fréquentation des musées de société augmente régulièrement avec l'âge.

Mais les conclusions qu'on peut tirer de ce constat sont difficiles à établir, sauf peut-

être celle de l'existence d'un cycle d'engagement, d'abandons et de retours dans une passion, éventuellement sportive, découverte dans son adolescence ou l'accompagnement des enfants ou petits-enfants qui incite à y revenir.

Le rapprochement avec la distribution en cinq familles peut-il nous aider à mieux identifier le public du patrimoine sportif ? En quoi se rapproche-t-il des sportifs cultivés ? De fait, ceux qui sont « forts » en culture et « forts » en sport vont plus que la moyenne dans les musées spécialisés ou les musées d'arts et traditions populaires ; ceux qui sont « forts » en culture et « faibles » en sport vont plus souvent dans les musées d'arts et traditions populaires, mais moins dans les musées spécialisés, tandis que les « faibles » dans les deux pratiques fréquentent des musées spécialisés, dont certains pourraient bien être des musées sportifs

Peut-on conclure que le public du patrimoine sportif se tiendrait entre, d'un côté, les tenants, plutôt jeunes et populaires, de la culture d'accompagnement et, de l'autre, les sportifs appartenant à des groupes de statut social plus élevé, notamment en terme de diplôme, plus portés à tirer partie d'une offre muséale et des mises en perspective savante des faits sociaux ? Définir ce qu'on entend par patrimoine sportif, et se donner les moyens de compter ceux qui les fréquentent, c'est là que réside en partie la réponse à ces questions.

Notes

- (1) Ministère des sports et INSEP, Les pratiques sportives en France, éd. de l'INSEP, 2002
- (2) Olivier Donnat, Les pratiques culturelles des français, La documentation française, 1998
- (3) idem
- (4) Le terme de gymnastique renvoie à l'ensemble des formes de gymnastique (dont le yoga ou la gymnastique suédoise), pas seulement à la gymnastique sportive d'agrès
- (5) Lara MULLER. "Sport et culture marchent de concert", Stat Info, Ministère des Sports, de la Jeunesse et de la vie associative, octobre 2004
- (6) MINISTERE DES SPORTS et INSEP, op. cit. 2002.
- 7 Idem
- (8) Lara MULLER. Participation culturelle et sportive en 2003. Tableaux issus de l'enquête PCV de mai 2003, Document de travail, Insee, Direction des statistiques démographiques et sociales, mars 2005
- (9) Lara MULLER, op. cit, oct. 2004.
- (10) Lara MULLER. op. cit, mars 2005.