

L'ALLEMAGNE ET LE FOOTBALL

Dans la société de cette fin de millénaire, le « foot » fait partie de la culture comme les jeux du cirque il y a deux mille ans faisaient partie de la culture romaine. Félicitons-nous que le foot soit moins sanglant par destination. C'est là un signe de progrès moral – et ces progrès-là sont trop rares pour qu'on ne les souligne point. Et comme nous l'avons dit dans l'Éditorial, il y a des manières cultivées et non cultivées d'écrire, de lire, de faire du théâtre, de faire du football et d'en parler. Ce sujet change un peu nos habitudes, mais nous pensons qu'il est bien à sa place dans Documents. Même ceux de nos lecteurs qui ne regardent jamais un match seront, nous en sommes certains, fort intéressés par ce que nos amis chercheurs et enseignants ont vu dans ce phénomène majeur de notre temps.

LE « MYTHE DE BERNE » DE 1954 ET LA SOCIÉTÉ ALLEMANDE D'APRÈS-GUERRE

ULRICH PFEIL

« C' est fini, fini, fini », criait l'inoubliable journaliste de la télévision, Herbert Zimmermann dans son micro ce 4 juillet 1954, « Le match est fini. L'Allemagne est championne du monde. Vous pouvez me prendre pour un fou, vous pouvez me prendre pour un maboul ! » (1) Pour les contemporains de cet exploit, mais aussi pour la jeune nation allemande du football, car il est régulièrement repassé à la radio et à la télévision, ce reportage fait partie « des éléments définitifs du capital de souvenirs auditifs des Allemands », comme l'écrivent de manière si pertinente Lothar Mikos et Harry Nutt. (2) Pour les fans de football allemands, ce jour marque la date véritable de la fondation de la République fédérale et prend place dans son histoire culturelle. (3) Et en réalité, le 3 à 2 de l'Al-

(1) On trouvera un extrait de ce reportage dans : H. Zimmermann : 3 : 2 dans R. Moritz (éditeur) : *Doppelpaß und Abseitsfalle. Ein Fußball-Lesebuch* « Double-passe et mise hors-jeu. Un manuel du football » (Reclam), Stuttgart, 1995, pp. 215-217.

(2) L. Mikos/H. Nutt : *Als der Ball noch rund war. Sepp Herberger – Ein deutsches Fußballleben* « Lorsque le ballon était encore rond. Sepp Herberger – Une vie consacrée au football allemand » (Campus), Frankfurt-am-Main, 1997, p. 10.

(3) Cf. H. Glaser : *Deutsche Kultur 1945-2000* « Culture allemande 1945-2000 » (Hanser), München/Wien, 1997, p. 241.

Allemagne contre l'équipe de Hongrie, qui passait jusque-là pour invincible (4), surprit tout le monde et fut qualifié de « miracle de Berne ». Dans ces années confuses et incertaines, les Allemands étaient très sensibles aux miracles. Après avoir encore espéré en un « miracle militaire » en 1945, on parlait alors du « vieillard miraculeux » à propos d'Adenauer (Sebastian Haffner), du « miracle économique » ou des « demoiselles miraculeuses ». Pour comprendre ces emprunts nouveaux au vocabulaire religieux, il faut connaître les événements qui précédèrent cette victoire inattendue.

L'équipe allemande avait rattrapé l'avance des Hongrois de 2 à 0 obtenue par Ferenc Puskas, qui était alors le meilleur joueur du monde, et l'avait transformée en victoire. Six minutes avant la fin, Helmut Rahn, originaire d'Essen, avait marqué le 3 à 2 grâce à un tir de 14 mètres et provoqué chez les supporters allemands une ivresse qu'ils n'avaient encore jamais connue. Quelques jours plus tôt, l'équipe allemande avait perdu le premier tour contre la même équipe hongroise par 3 à 8, au point qu'en Allemagne de l'Ouest, une vague de critiques s'était abattue sur l'entraîneur de l'équipe allemande, Sepp Herberger (1897-1977). (5) Celui-ci n'avait retenu que la seconde équipe et servit ainsi de bouc émissaire à la presse allemande lors de l'une des défaites les plus amères de l'équipe d'Allemagne. Le journaliste sportif, Leo Hintermayr exigea même que Herberger soit poursuivi en justice pour sabotage. (6) Tout ceci fut oublié ce jour pluvieux de juillet au Wankdorfstadion de Berne et fut par la suite l'occasion de transfigurations quasi mythiques. (7) Pour la première fois des centaines de milliers de personnes avaient suivi un match de football en direct à la télévision. Dans les cafés et les bistrotts, les gens se pressaient autour du téléviseur, de sorte que la victoire de l'Allemagne en coupe du monde devint le plus grand événement formateur d'esprit communautaire de l'après-guerre.

Le triomphe n'avait pas été prévisible et prit les Allemands au dépourvu. Ils n'avaient pas encore réappris comment réagir aux grands événements nationaux. Neuf ans après la fin de la guerre, il n'était pas encore convenable que l'Allemagne se laissât aller à une allégresse exubérante. L'incertitude sur la manière dont on devait se comporter se répandit et l'on se raccrocha d'abord aux traditions connues. Lorsque se joua au Wankdorfstadion de Berne l'hymne national des vainqueurs, les spectateurs allemands chantèrent sa première strophe, bien qu'officiellement on aurait dû ne chanter que la troisième. Cela entraîna des discussions à l'intérieur du pays et à l'étranger où l'on redoutait encore une Allemagne victorieuse. Le *Manchester Guardian* écrivit : « La terrible attaque allemande constitua un véritable retour à l'ancien *Blitz-*

(4) Cf. le point de vue d'un Hongrois : P. Esterhazy : *Das ewige Bern-Geheimnis*, « L'éternel secret de Berne », dans : W. Frank (éditeur) : *Nach dem Spiel ist vor dem Spiel. Die wunderbare Welt des Fußballs* « Après le match, c'est avant le match. Le monde merveilleux du football » (rororo), Reinbek, 1996, p. 109 et s.

(5) Cf. Karl-Heinz Schwarz-Pich : *Der Ball ist rund. Eine Sepp Herberger-Biographie* « Le ballon est rond. Une biographie de Sepp Herberger » (Verlag Regionalkultur), Ubstadt-Weiher, 1996, p. 176 et s.

(6) Cf. *Der Spiegel*, 7.7.1954.

(7) Cf. T. Schleiff : *Sepp Herberger zum 100 Geburtstag* « Pour le centième anniversaire de Sepp Herberger » dans : C. Meller/H.-G. Ulrichs (éditeur) : *Fußball und Kirche – wunderliche Wechselwirkungen* « Le football et l'église – les étonnants effets réciproques » (Vandenhoeck). Göttingen, 1997, p. 12 et s.

krieg » (8) *La Gazzetta dello Sport* italienne chercha dans le football les valeurs de l'Allemagne « éternelle » : « C'était de nouveau l'Allemagne tout crachée. L'imprévisibilité teutone s'est à nouveau furtivement glissée sur les terrains de football... » (9)

Il ne faut du reste pas oublier qu'il y eut en effet quelques dérapages. Le président de la fédération allemande de football (DFB) de l'époque, « Peco » Bauwens, fut à l'origine du plus connu : la victoire de l'équipe nationale fut pour lui l'occasion d'annoncer le retour de l'Allemagne sur la scène internationale. Le président de la République fédérale T. Heuss se démarqua cependant aussitôt du contenu de ce discours et demanda au président de la DFB de concentrer ses observations sur le football. Lothar Mikos et Harry Nutt voient également dans ce comportement moins l'expression d'un nouveau chauvinisme que l'incapacité, alors largement répandue en Allemagne, de réagir à des événements nationaux de manière convenable et insouciant. (10) *Der Spiegel* compara l'allégresse allemande aux Jeux Olympiques de 1936 à Berlin et, trois jours après le match final commenta avec presque une pointe de soulagement : « Jamais auparavant en Europe, les Allemands n'avaient vibré tous ensemble pour leur seule équipe de football. »

Et la politique dans tout cela ?

Les humeurs nationalistes furent donc alors l'exception. Les déclarations de Fritz Walter, le capitaine de l'équipe d'Allemagne, furent au contraire symptomatiques. Plus de quarante ans après Berne, il demeure encore enfermé dans une contradiction : d'un côté, il se défend de toute vision politique, mais de l'autre, il reconnaît la dimension politique des grandes manifestations sportives. Le capitaine honoraire de l'équipe nationale de football, originaire de Kaiserslautern, apparaît ainsi comme le représentant type de sa génération, celle du miracle économique : « Malgré tout, nous ne nous considérons pas comme des ambassadeurs dans un quelconque sens politique. D'un autre côté cependant : nos succès ne nuisaient certainement pas à l'image extérieure de notre jeune démocratie (...). Mais dans l'ensemble, la politique ne nous intéressait qu'accessoirement. Nous étions des sportifs. Et nous étions traités en sportifs par nos adversaires. Notre langue était le ballon. Et cette langue était et est encore internationale. » (11) Cette attitude apolitique choisie d'avance était caractéristique de l'Allemagne d'après-guerre. Après la catastrophe du « III^e Reich », la plupart des Allemands avaient au fond d'eux-mêmes pris leurs distances avec la politique et ne voulaient plus en entendre parler. A cette époque, la politique était toujours liée à la période nazie et ne devait pas réap-

(8) Cf. *Der Spiegel*, 14.7.1954.

(9) Les citations se trouvent dans *Der Spiegel* 7.7.1954.

(10) Cf. L.Mikos/H.Nutt, p. 137 et s.

(11) F. Walter : « *Wir zeigten das andere Gesicht Deutschlands* » « Nous montrions l'autre visage de l'Allemagne » dans 50 Jahre das Beste vom STERN « Cinquante ans des meilleurs articles de STERN » : 1954, N° 7, p.3.

paraître. Ce genre d'attitude paraît innocent, elle était pourtant l'exacte expression d'une incertitude politique et culturelle. La victoire de l'Allemagne en coupe du monde arracha un certain nombre de gens à cette situation apparemment confortable. Les paroles de Fritz Walter montrent qu'il voulait, comme beaucoup d'autres, se comporter en bon Allemand conformiste, donnant le meilleur de lui-même. Mais en agissant ainsi, il poussait à nouveau, de manière totalement surprenante et inattendue, l'Allemagne sur le devant de la scène internationale. Cela conduisit à la situation paradoxale où l'on « était de nouveau quelqu'un », bien que l'époque n'en fût pas encore venue et qu'on n'eût pas encore le droit de l'être. Les résultats des Jeux Olympiques d'Helsinki en 1952 avaient été à peu près conformes au statut politique d'alors de l'Allemagne. Bien qu'elles eussent été accueillies avec déception dans leur pays, les sept médailles d'argent et les dix-sept médailles de bronze (12) étaient politiquement correctes aux yeux de l'opinion publique internationale.

Lorsque deux ans plus tard, les footballeurs allemands gagnèrent le titre de champions du monde contre la Hongrie, la victoire par 3 à 2 de leur équipe nationale provoqua en Allemagne un sentiment de joie et de satisfaction. Leur retour en Allemagne donna lieu à des scènes d'allégresse jusque-là inconnues. (13) On ne jetait pas seulement des fleurs par la fenêtre de leur compartiment, mais on approvisionnait les footballeurs en nombreux produits tirés du nouveau panier de la ménagère de l'après-guerre. Les milliers de fans rassemblés à cette occasion dans les gares ne ressemblaient en rien à ceux des défilés et des manifestations de masse de l'époque nazie ; ils n'étaient pas venus pour retrouver le passé et n'étaient pas davantage mus par un sentiment de revanche. Pour eux, la finale de la Coupe du Monde était, après douze ans de dictature national-socialiste, une guerre mondiale perdue, l'occupation par les Alliés et les difficiles années de l'après-guerre, un match ouvrant sur un nouvel avenir. (14) Le mythe du « *Nous sommes de nouveau quelqu'un !* » fut donc le signal de départ du miracle économique qui était en train de se dessiner.

Pour beaucoup de gens, avoir remporté la coupe Jules-Rimet confirmait que l'Allemagne pouvait réussir, y compris dans un domaine apparemment non-politique. Cette impression amena de nombreux Allemands à se pencher sur leurs conditions de vie. Ils découvrirent alors des parallèles entre les performances des footballeurs et les leurs. Les membres de l'équipe allemande avaient montré à leurs concitoyens comment, bien qu'à terre, on pouvait s'imposer face aux contrariétés de la vie quotidienne et à la supériorité de celui qui semblait plus fort. Ils avaient démontré que, quand on est un citoyen foncièrement honnête et politiquement discret, on réussit en donnant le meilleur de soi. La volonté de s'engager, la discipline collective, la camaraderie et l'ar-

(12) J. Busche : Der Mythos von 1954 « Le mythe de 1954 » dans : *Aus Politik und Zeitgeschichte* (Politique et histoire contemporaine), 24/94 du 17.6.1994, p.14.

(13) Cf. H.P. Schwarz : *Die Ära Adenauer. Gründerjahre der Republik : 1949-1957* « L'ère Adenauer. Les années fondatrices de la République : 1949-1957 » (DVA), Stuttgart, 1981, p. 377.

(14) A. Heinrich : *Tooor ! Tooor ! Tooor ! Vierzig Jahre 3:2* « Buuut ! Buuut ! Buuut ! Les quarante ans du 3 à 2 » (Rotbuch), Berlin, 1994, p.16.

deur étaient considérées comme les vertus qui leur avaient assuré le succès. L'Allemagne d'après-guerre s'identifia facilement à ces représentants typiques d'une « société nivelée sur la classe moyenne » (Helmut Schelsky), d'autant plus que malgré leur succès, ils exerçaient eux aussi des professions ordinaires, avaient fait en outre des mariages harmonieux, faisaient preuve de modestie et semblaient avoir bien les pieds sur la terre natale. Le sentiment qu'ils étaient « l'un d'entre nous » en fit les « héros de Berne ».

La jeune république avait besoin d'un événement de cette nature. Ses citoyens étaient encore dans l'expectative à l'égard de cette nouvelle forme étatique. Si l'essor économique avait déjà commencé, il n'était pas encore perceptible dans la vie quotidienne de la plupart des Allemands. Lorsque le 4 juillet, plus de 60 millions d'Allemands acclamèrent devant la radio ou la télévision la victoire de l'équipe d'Allemagne, il fut vite clair que le football était davantage qu'un sport et qu'un match durait plus que 90 minutes. Selon Jürgen Leinemann, ce succès apportait une « aide considérable » (15) à la « tentative démocratique » et constituait un pas sur la voie de la réconciliation des Allemands avec leur État. On oublie fréquemment aujourd'hui que, dans les années cinquante, les Allemands considéraient souvent leur nouvelle république avec une certaine distance et l'attendaient à ses résultats. La victoire des « héros de Berne » ne fut pas étrangère à la rapidité et la facilité avec lesquelles les Allemands de République fédérale se réconcilièrent avec leur nouvel État, ce qu'on attendait encore au début des années cinquante.

Une identification au pays

La coupe du monde de 1954 marque donc une césure dans l'histoire de l'après-guerre en Allemagne. La phase de reconstruction était achevée et l'on avait posé la première pierre d'un nouveau processus d'intégration. A présent on voyait à nouveau le présent et l'avenir en rose et on était de plus en plus disposé à faire à nouveau des projets à long terme. La propension à consommer s'accrut, ce qui ne se traduisit pas seulement par l'achat de téléviseurs par les particuliers. Alors qu'au début 1954, seules 11.658 personnes possédaient un téléviseurs douze mois plus tard, 84.278 Allemands se disaient fièrement en possession du nouveau « cinéma en pantoufles ». Là aussi, la victoire de Berne eut un effet décisif. A partir du milieu des années cinquante, les Allemands déclarèrent chaque année que l'année précédente avait été la plus riche en succès personnels du point de vue économique. Après la misère des années d'après-guerre, les citoyens de la République fédérale considérèrent l'amélioration de leurs conditions de vie comme un nouveau miracle. Il y eut également un changement d'attitude significatif à l'égard des pays voisins. Ayant acquis une plus grande confiance en eux-mêmes et éprouvant de la fierté devant ce qu'ils avaient déjà accompli, la majorité de la population se

(15) J. Leinemann : *Sepp Herberger. Ein Leben, eine Legende* « Sepp Herberger. Une vie, une légende » (Rowohlt), Berlin, 1997, p. 22.

considéra à nouveau dans la seconde moitié des années cinquante comme faisant partie de « la communauté des peuples occidentaux ». Les succès économiques ne donnèrent pas naissance à une arrogance chauvine comme on aurait pu le redouter, comme le prouvent le souhait émis par les Allemands de retrouver une place de partenaires égaux en droits au sein de la communauté internationale. (16)

Que les Allemands l'aient voulu ou non, la victoire de l'équipe constituée par Herberger était rapidement devenue un événement politique à l'intérieur du pays et à l'étranger. La victorieuse équipe d'Allemagne fut comparée à l'Allemagne d'après-guerre en plein essor et l'astucieuse tactique du « renard » Herberger identifiée à la politique du « renard » Adenauer. Même les journalistes s'y mirent en parlant de Adenauer « l'entraîneur de la République fédérale ». Ce lapsus freudien devint une habitude et fit apparaître des ressemblances frappantes entre les deux personnages. Tous deux passaient pour des patriarches autoritaires auxquels on attribuait souvent une philosophie quotidienne banale : Au « la situation n'a encore jamais été aussi grave » d'Adenauer correspondait « le match suivant est toujours le plus difficile ! » de Herberger. Sur le plan syntaxique, les deux autres maximes relatives au football du renard-entraîneur étaient tout aussi simples : « Le ballon est rond ! » et « Un match a quatre-vingt-dix minutes ! » Ces deux phrases mettent en garde contre les perfidies des choses, comme le fait remarquer le journaliste Rainer Moritz dans son amusante analyse : du point de vue de l'existentialisme, l'existence est conçue comme un risque qui ne peut être séparé de son historicité. L'individu (...) est confronté au devoir moral d'assumer la responsabilité de son existence dans la liberté, c'est-à-dire de se battre et de trimer jusqu'au coup de sifflet final. (17)

Mais ni « l'engagement » de Herberger et ni celui d'Adenauer au sens de Sartre n'eurent beaucoup de succès en France. Le 8 juillet 1954, *Le Monde* compara la politique européenne du Chancelier dans le cadre du débat sur le réarmement à l'exploit de l'entraîneur de l'équipe allemande en Suisse. De même que Herberger n'avait constitué qu'une équipe de réserve dans le premier match contre la Hongrie, la CED n'était que le deuxième choix d'Adenauer pour ouvrir la voie à la véritable équipe, la Wehrmacht. Quelques semaines plus tard, ces prévisions semblèrent se vérifier. Le rejet par l'Assemblée nationale française du projet de CED, le 30 août 1954, conduisait à l'entrée de la République fédérale dans l'OTAN. Elle pouvait maintenant se présenter dans la « meilleure formation », c'est-à-dire avec sa propre armée. (18) La décision de la France, ce « jour noir

(16) A. Schildt : *Moderne Zeiten. Freizeit, Massenmedien und « Zeitgeist » in der Bundesrepublik der 50er Jahre* « Temps modernes. Loisirs, massmédia et « esprit de l'époque » dans la République fédérale des années cinquante » (Christians), Hamburg, 1995, p. 306 et s.

A. Andersen : *Der Traum vom gutem Leben. Alltags- und Konsumgeschichte von Wirtschaftswunder bis heute* « Le rêve d'une vie agréable. Histoire de la vie quotidienne et de la consommation, du miracle économique à aujourd'hui » (Campus), Frankfurt-am-Main, 1997, p. 11 et s.

(17) R. Moritz : *Immer auf Ballhöhe. Ein ABC der Befreiungsschläge* « Toujours à la hauteur du ballon, l'ABC du dégagement » (Beck) München, 1997, p. 77.

(18) Cf. N. Seitz : *Doppelpässe. Fußball & Politik* « Doubles passes. Football et politique. » (Eichborn), Frankfurt-am-Main, 1997, p. 58.

pour l'Europe » (Adenauer) s'était révélée une victoire à la Pyrrhus, exactement comme la victoire par 3 à 1 de l'équipe de France contre l'Allemagne en 1952. Après le 30 août, Adenauer avait envisagé de démissionner. Fritz Walter s'était cru à la fin de sa carrière internationale. Pourtant ces deux défaites devinrent les points de départ de succès ultérieurs. La partie ouest-allemande de l'État obtint sa souveraineté internationale en 1955 et devint membre à part entière du monde occidental ; l'équipe allemande vint en Suisse en outsider et, tel un loup déguisé en mouton, réussit à emporter le titre de champion du monde ; alors qu'en 1954, la France était considérée comme favorite avec des joueurs aussi célèbres que Jonquet et Kopa, elle fut pourtant éliminée bien avant la fin de la Coupe. Les footballeurs et les hommes politiques d'Allemagne de l'Ouest révélèrent une qualité au cours de ces années cinquante qui fut une aubaine pour la République fédérale : à la manière d'un grand avant-centre, tous deux utilisèrent le peu de chances dont ils disposaient avec beaucoup de pertinence en allant droit au but.

Par sa victoire dans la Coupe du Monde de 1954, l'Allemagne devint une grande nation du football. (19) Au cours des coupes du monde suivantes, ses équipes furent chaque fois jugées à l'aune des succès des « héros de Berne ». Les joueurs furent ainsi constamment soumis à une pression considérable afin d'égaliser leurs prédécesseurs. Le « mythe de 1954 » marqua le début d'une série de succès allemands (Coupe du Monde de 1974 et en 1990, Championnat d'Europe en 1972, 1980, 1996) qui laissèrent supposer, y compris en France, que le football allemand était le symbole des vertus allemandes. (20) Avec un rien de résignation, on répétait constamment que l'Allemagne avait la seconde place dans un tournoi international si elle joue mal et gagne si elle joue bien. L'ancien avant-centre anglais, Gary Lineker, résigné est arrivé à la conclusion suivante : Le football est un jeu au cours duquel 22 hommes courent après le ballon et à la fin, ce sont toujours les Allemands qui gagnent. Les prochaines semaines diront si ce jugement s'applique aussi à la Coupe du Monde qui aura lieu en France. ■

(Traduction : Isabelle Hausser)

Nous disposons d'une liste d'ouvrages en allemand et en français sur le sujet établie par les auteurs du dossier. Les amateurs de football (et les autres) peuvent en faire la demande auprès de la Rédaction.

(19) Cf. pour l'Allemagne C. Eisenberg (éditeur) : *Ein englischer Sport auf seinem Weg um die Welt* « Un sport anglais en voie d'internationalisation » (dtv) München, 1997, p. 94.

(20) Cf. A. Sonntag : « Le football, symbole des vertus allemandes » dans *Le Monde diplomatique* 11 (1997) p. 28.



FOOTBALL ET AUTO-PROMOTION DES NATIONS

« Bonjour 98 – la France accueille le monde »
« *Auf Wiedersehen in Deutschland 2006 !* »
(Au revoir en Allemagne en 2006)

ALBRECHT SONNTAG

Même si l'engouement populaire des Français pour la grande fête du ballon rond laissait encore à désirer à cent jours du coup d'envoi de la Coupe du monde, le dernier récalcitrant a dû comprendre, grâce à l'efficace machine marketing du CFO (le Comité Français d'Organisation), que cet événement sportif représente bien plus pour la France que l'occasion de remporter éventuellement son premier titre de champion du monde. Les responsables de cette plus grande manifestation de tous les temps, du moins en termes d'intérêt médiatique, ne cessent de nous rappeler qu'il en va de « l'image de notre pays dans le monde », que cette « vitrine gigantesque » qu'est la Coupe du monde représente « un enjeu colossal » (1). Enjeu sportif, bien sûr, mais aussi économique, politique, voire diplomatique. Il s'agit de promouvoir une nation et son savoir-faire en matière d'accueil, d'organisation, d'infrastructures, de technologie, de sécurité, mais aussi son savoir-être en termes de convivialité et de fair-play.

Les chiffres confirment l'importance de cette occasion de se présenter aux yeux de la planète entière (2) : la Coupe du monde sera suivie selon les prévisions par une audience cumulée de 37 milliards de téléspectateurs, dont 2,5 milliards (!) pour la seule finale. (A titre comparatif : les JO d'Atlanta ont atteint une audience cumulée de « seulement » 19 milliards de spectateurs). De plus, l'événement attirera entre 500 et 600.000 personnes ainsi que 13.000 journalistes venus du monde entier, souvent pour la première fois en France.

Des centaines de millions d'amateurs de football, qui ne s'intéressent pas automatiquement à la France et aux Français, se verront confrontés à de nombreux reportages télévisés diffusés autour des 64 matches et ayant pour sujet la France, son patrimoine et son savoir-vivre, ses villes et ses banlieues, sa vie quotidienne et ses problèmes. Qu'on le regrette ou non : la Coupe du monde

(1) Propos tenus par René-Georges Querry, inspecteur de la police nationale et responsable de la sécurité autour de la Coupe du monde, lors du colloque « Football et relations internationales » organisé par l'IRIS (« Institut des Relations Internationales et Stratégiques ») le 24 mars 1998 à l'Assemblée nationale. Voir aussi l'interview avec Jacques Lambert (directeur général du CFO) dans *Le Figaro* du 02 mars 1998.

(2) Il est intéressant de noter que la FIFA (Fédération Internationale de Football Association) regroupe 198 associations nationales, soit 2 de plus que l'ONU ne compte de membres...

1998 aura un impact autrement plus lourd sur l'image de la France que bien des voyages du président de la République, les sommets G7 ou les grandes commémorations de rayonnement international.

On comprend donc l'intérêt qu'ont les nations à organiser cet événement à l'échelle véritablement planétaire qui n'a lieu que tous les quatre ans. Quelle occasion de promouvoir « une certaine idée » de sa propre nation – contrairement aux JO qui sont accordés à une seule ville – en escomptant d'immenses retombées en termes d'image ! Quelle opportunité de confirmer les stéréotypes positifs liés à sa nation et d'essayer de renverser les préjugés négatifs qui lui collent à la peau !

Opportunité qui se prépare à long terme. C'est dès 1993 que l'Allemagne, plus précisément le DFB (*Deutscher Fußball-Bund*) (3), a déposé sa candidature pour l'organisation de la Coupe du monde 2006. (4) Sa candidature est encore loin d'être honorée (5), mais il est particulièrement intéressant de regarder de près quels sont les arguments en faveur de l'Allemagne qui sont mis en avant pour en donner une image favorable, loin des critères habituels de l'éternel « *Standortdebatte* » (Débat sur le lieu d'implantation). (6)

Promouvoir le produit nation

Dans ce contexte, le DFB a aussi eu recours à un instrument de marketing désormais classique pour les entreprises, les collectivités territoriales et autres organisations : le clip vidéo, mettant en scène des images destinées à convaincre le public, tel un spot publicitaire, de la qualité du produit. Le produit en question étant, dans ce cas précis, une nation entière, la tâche s'avère plutôt délicate.

Il y a quelques années, la France était dans une situation comparable. Le CFO a alors distribué, dans le monde entier, un film publicitaire intitulé « C'est beau un monde qui joue » et censé être une invitation à la grande fête planétaire en France. Faisant preuve d'un goût remarquable et renonçant à tout témoignage parlé en texte off, le clip mettait en scène une brève histoire de la Coupe du monde en chiffres (1.584 buts depuis 1930, 515 matches et 23 millions de spectateurs), ainsi qu'une mosaïque d'impressions de la France contemporaine : paysages magnifiques, prouesses technologiques (TGV, Ariane, Futuroscope), savoir-vivre classique (haute cuisine et haute couture), patrimoine his-

(3) La Fédération allemande de Football dont le siège est à Francfort.

(4) Celle de 2002 a été accordée conjointement au Japon et à la Corée du Sud. Par ailleurs, dans une « analyse socio-économique » commanditée par le DFB, le professeur Wolfgang Weber (Paderborn) estime que « la Coupe du monde 2006 aurait une valeur globale de plus de 5 milliards de DM pour l'économie allemande » (dépêche de la dpa du 20.03.98).

(5) Le Brésil, l'Angleterre et surtout l'Afrique du Sud sont les principaux concurrents en lice.

(6) Le débat de la compétitivité de l'Allemagne en tant que site industriel qui ne cesse de tourner autour des coûts salariaux et des avantages sociaux, des charges pour les entreprises et de la législation prétendument « trop sévère » en termes de protection de l'environnement.

torique (Versailles, Chambord, Mont St. Michel), et dix villes organisatrices agréables et accueillantes.

Le tout axé autour de trois grands thèmes (écrits sur l'écran en français, anglais et espagnol) : émotion, partage, universalité – véritables mots-clés pour l'auto-perception de la France autant que du monde football. Vision idéaliste, certes, mais non dénuée de vérité.

Même si cette invitation en France reste quelque peu hypocrite étant donné que la France se voit actuellement confrontée à de très vives critiques de la part de ses voisins européens par rapport à la répartition des billets des matches (seulement 20 % des places sont effectivement réservées à l'étranger) (7), et étant donné qu'on voit mal comment la France pourrait encore augmenter son rang de première destination touristique mondiale (61 millions de visiteurs en 1997) (8), il n'en reste pas moins que le message du clip « passe ». Les images et les valeurs qu'il associe à son « produit » sont crédibles et cohérentes.

Contradictions allemandes

Qu'en est-il de l'Allemagne? Eh bien, comme souvent, elle a du mal à convaincre à 100 %. Il est vrai que le petit film de 14 minutes intitulé « Das große Spiel » (9), réalisé par l'agence *Creative Motion* (Wiesbaden), et diffusé dans le monde entier par *Deutsche Welle TV* est d'une qualité technique irréprochable, agréable à regarder, et fait preuve d'un professionnalisme incontestable dans la réalisation.

Sa structure est simple et efficace : divisé en trois parties (1^{ère} mi-temps – pause – 2^e mi-temps), il passe en revue tous les aspects du football allemand : son passé prestigieux, ses infrastructures performantes, son rôle social et l'enthousiasme populaire qu'il suscite. Il ne néglige pas non plus de présenter – à la « mi-temps » – le pays sous son plus beau jour : le romantisme des paysages, l'équilibre entre modernité (ICE) et traditions (Oktoberfest, costumes de la Forêt Noire), entre métropoles urbaines et nature. Tout est réuni pour donner une image sympathique et attirante – et pourtant...

Le spectateur, notamment celui qui aime cette Allemagne et s'intéresse à elle, ne peut s'empêcher de constater une certaine maladresse presque touchante, tant les contradictions sont apparentes :

(7) Voir à ce sujet *Le Figaro* du 02.03, mais aussi *Le Monde* du 21.02, 05.03 et 25.03 ainsi que *Libération* du 07.03, 11.03 et 25.03 ou le commentaire de la *Stuttgarter Zeitung* du 26.03 intitulé (en français) « Liberté, Fraternité – aber Egalité ? ». Même Tony Blair a fait allusion, lors de son discours devant l'Assemblée nationale le 24 mars dernier, à la pénurie de billets !

(8) Selon le WTO (*World Tourism Organization*). Par ailleurs, beaucoup de professionnels du tourisme craignent au contraire que cet été, un grand nombre de touristes potentiels ne soient plutôt dissuadés par les remous de la Coupe du monde et par l'affluence des supporters.

(9) Littéralement « le grand match ».

. On évoque le passé glorieux du football allemand à travers des images d'époque et les témoignages des « monuments » du football que sont Fritz Walter (10), Uwe Seeler et Franz Beckenbauer, mais on éclipse totalement les années bien moins glorieuses d'avant-guerre, lorsque le régime nazi cherchait à utiliser le football pour ses desseins idéologiques. Les connaisseurs de l'histoire du sport se souviennent notamment des équipes étrangères obligées de faire le salut hitlérien devant la tribune du Führer, ou du *Anschluß* footballistique de 1938 lorsque la légendaire équipe autrichienne, le « *Wiener Wunderteam* » fut dissoute et intégrée de force dans l'équipe du Reich. Comme toujours, le passé allemand est très ambivalent, même quand il s'agit « seulement » de football...

. On met en avant le comportement exemplaire des sportifs allemands, notamment lors de la défaite, due à un but décisif irrégulier, face à l'Angleterre en 1966. (11) L'attitude droite, honnête et fair-play des footballeurs allemands malchanceux est considérée dans le film comme ayant contribué à la bonne image de la République fédérale, mais qu'en est-il du comportement honteux de l'équipe allemande de 1982 dont l'anti-jeu culminait dans le « match de la honte » contre l'Autriche (12) et surtout dans le geste et le comportement détestable du gardien Schumacher (13) lors de la demi-finale inoubliable contre la France à Séville ? Dans le petit film, bien évidemment, il n'en est pas question, concentration sur l'essentiel oblige...

. On évoque, à travers un témoignage du chancelier Helmut Kohl lui-même, la réunification et l'intégration réussie du football est-allemand en parlant de Dresde et Leipzig comme sites importants pour une future Coupe du monde. En réalité, ni Dresde ni Leipzig n'ont actuellement un club en première division – la seule équipe des nouveaux Länder y étant Hansa Rostock – et la sélection nationale comporte tout juste un joueur originaire de l'Est, ce qui est tout de même loin d'être représentatif. Et présenter le stade olympique de Berlin comme exemple pour le renouveau de la capitale frôle le ridicule, tant ce site est synonyme de la propagande de Leni Riefenstahl et de la manipulation du monde sportif par les nazis lors des JO de 1936.

. Mais l'aspect le plus embarrassant de ce petit film publicitaire reste l'insistance avec laquelle est mise en scène une image multi-culturelle de la société allemande. Que la Bundesliga (14) soit qualifiée de « Heimat » de « beaucoup d'étrangers, de stars du monde entier » n'est pas injustifié, mais dissimule que dans beaucoup de stades, on rencontre un certain racisme latent envers les joueurs africains (et ce non seulement sur les places les moins chères). Passe

(10) Celui-ci souligne l'impact immense de la victoire lors de la Coupe du monde 1954 – voir l'article d'Ulrich Pfeil dans ce dossier en p. 51.

(11) Voir, à ce sujet, un livre très amusant, consacré au seul troisième but de cette rencontre, *Drin oder Linie ? Alles übers dritte Tor* (Dedans ou sur la ligne ? Tout sur le troisième but) par Gerhard Henschel et Günther Willen, paru chez Reclam, Leipzig (1996).

(12) Un 1-0 de « bonne entente » qui qualifia les deux équipes aux dépens de l'Algérie, match qui provoqua l'écoeurement malheureusement justifié de la communauté internationale du football.

(13) Voir l'article de Jean-François Tournadre dans ce dossier, p. 63.

(14) Terme pour la première division des sports d'équipe.

encore, mais le nombre de visages souriants d'origines ethniques diverses mis en scène par le clip semble vouloir affirmer à tout prix l'ouverture culturelle totale et la grande tolérance qui règnent en Allemagne. Que l'on ne me comprenne pas mal : en aucun cas, l'auteur de ces lignes ne cherche à mettre en doute le fait que la République fédérale est un pays accueillant où presque huit millions d'étrangers vivent, pour la plus grande partie entre eux, en bonne entente avec les Allemands. Mais que penser d'un film dans lequel plusieurs garçons d'origine étrangère expriment leur rêve de porter, en 2006, le maillot blanc de l'équipe allemande, alors qu'on sait pertinemment que selon la législation en vigueur, ils n'ont que peu de chances de jamais obtenir la nationalité allemande toujours fondée sur le fameux droit du sang ? (15)

La France aussi connaît des problèmes avec ses immigrés. Mais contrairement à l'équipe de football allemande, les visages et les patronymes des joueurs français reflètent bien la réussite parfois impressionnante de l'assimilation républicaine à laquelle le football a toujours apporté sa contribution. (16)

Que l'Allemagne obtienne le droit d'organiser la Coupe du monde 2006 ou non, on ne peut que lui souhaiter d'avoir réussi, d'ici là, à venir à bout des contradictions qui l'habitent toujours et que ce petit exemple d'auto-promotion ne peut dissimuler. En attendant, il est permis d'espérer que la bonne intégration ethnique et sociale que réussit le football de base dans ce pays fou du foot et les grandes performances de ce sport sur la scène internationale ne font que précéder un certain nombre de petites victoires sur elle-même que l'Allemagne a encore à accomplir. Qu'elle en soit capable, nul n'en doute. ■

(15) Loi qui date de 1913, donc de la même époque que les couleurs de l'équipe allemande, dont le blanc et le noir ne représentent rien d'autre que l'empire prussien !

(16) Voir à ce sujet notamment le dossier de Didier Braun « Football et intégration » in *L'Équipe* du 28.01 au 01.02.1986 et Gérard Noiriel, *Le creuset français*. Paris : Le Seuil, 1988, p. 320 s., ainsi que Stéphane Beaud et Gérard Noiriel : « L'immigration dans le football », in : *Vingtième siècle* N° 26, avril-juin 1990, p. 83-96.



D'UN SCHUMACHER L'AUTRE OU : CHOUMACHÈRE, SCHUMACHER ET SCHUMI

JEAN-FRANÇOIS TOURNADRE

8 juillet 1982 : peut-être la date a-t-elle été oubliée par beaucoup de Français, même amateurs de football. Schumacher : le nom, en revanche, est connu des mêmes et suscite encore aujourd'hui des réactions qui ne sont pas sans rapport – c'est le moins que l'on puisse dire – avec les relations franco-allemandes telles qu'elles sont ressenties dans l'opinion publique française.

Les faits (?)

Le 8 juillet 1982, l'équipe de France de football se retrouve en demi-finale de la Coupe du Monde face à l'équipe de la RFA. Celle-ci ne s'est guère distinguée jusqu'ici : « Match sans inspiration face à l'Algérie »... « antfootball devant l'Autriche. Match de la peur devant l'Angleterre » (1) Mais elle est là, dernier obstacle avant la finale pour onze joueurs professionnels que la concentration médiatique française appelle « la France ».

Avant même la rencontre, les rôles et les mérites respectifs sont déjà distribués dans la presse. Le 7 juillet, le *Figaro* titre : « Prochains adversaires des Français : les ouvriers allemands » et commente :« Face à l'élégance, au panache français, l'Allemagne va faire appel au caractère de ceux qu'elle appelle « les ouvriers en bonne santé ». (2) « A l'autre extrémité de l'éventail politique, la tonalité n'est guère différente, puisqu'on peut lire dans l'*Humanité* du 6 juillet : « le meilleur moyen de battre les Allemands de l'Ouest, dont le jeu très physique semble sortir à jets continus d'une machine », est encore de « jouer français ». (3) Si l'on excepte la différence de dénomination – au demeurant fort révélatrice – entre « l'Allemagne » et « les Allemands de l'Ouest », on ne retrouve guère autre chose que la reproduction de stéréotypes moyennement cocardiers et assez franchement germanophobes. Ceux-ci s'expriment également dans l'*Équipe*, qui est à la fois le journal des sports et le quotidien national bénéficiant de la plus large diffusion en France, où l'on peut retrouver la même distinction entre « la veine versatile et bavarde du tempérament latin » et « celle, disciplinée et sobre, du comportement prussien ou anglo-saxon ». (4) Mais on accorde encore à Harald – dit Toni – Schumacher

(1) Patrick Blain, « La chute d'un champion », *L'Équipe*, 14/7/82.

(2) Jean-Pierre Lacour, *Le Figaro*, 7/7/82.

(3) Claude Marchand, *L'Humanité*, 6/7/82.

(4) Article de Gérard Ernault, *L'Équipe*, 8/7/82.

d'éminentes qualités, puisqu'on peut lire dans *France-football*, juste avant la date du match : « Schumacher est sans doute avec le Soviétique Dassaev le meilleur gardien du tournoi ». (5)

On connaît la suite : au cours d'une rencontre où les deux équipes sont visiblement très proches l'une de l'autre, le gardien de but Schumacher se précipite au-devant de Battiston et le heurte si violemment que celui-ci devra être évacué sur une civière. L'équipe de France perdra le match dans l'épreuve des tirs au but. A dire vrai, ce n'est pas le premier acte de violence entre joueurs auquel on ait assisté – à cette différence près qu'en règle générale, lors d'un choc entre un attaquant et un gardien, c'était ce dernier qui en subissait les plus lourdes conséquences – et la presse française avait (déjà !) exprimé les jours précédents son inquiétude devant cette évolution du jeu. Mais cette fois-ci, l'événement va prendre des proportions considérables, en fonction sans doute de la déception de l'opinion publique française qui voyait déjà son équipe en finale, mais aussi en raison de la réalimentation d'une germanophobie qui trouve là matière à se manifester sans complexe en dépit de la célébration officielle du « couple franco-allemand ».

L'impact (!)

Curieusement, la presse française du lendemain se montre relativement sobre dans ses commentaires, et se contente pour l'essentiel d'évoquer la qualité du match et de tresser des louanges aux joueurs français. Mais c'est le calme avant la tempête : à partir du 10 juillet, on assiste à un véritable déchaînement politique et idéologique. Qu'on en juge : dans le *Figaro*, Jean-Pierre Lacour écrit dans un article qui débute en première page : « Les Allemands n'avaient pas caché leurs intentions : imposer leur force et leur esprit de corps aux Français. Termes militaires qui expriment le doute qu'ont encore nos voisins sur le courage physique des Français en général ». (6) *L'Équipe* est à la fois, comme il sied à un quotidien qui se veut sportif et apolitique, en-deçà de cet amalgame et plus outrancier dans la dénonciation personnelle : « Toni Schumacher est un petit, un pauvre type », écrit Patrick Blain dans un article titré « Toni Schumacher profession : brute épaisse ». (7) Dans le même numéro, Robert Pariente parle à propos de Schumacher de « sommet de son art destructif » (8), ce qui n'est toutefois peut-être pas exempt d'évocations historiques. Mais c'est *France-football* qui paraît exprimer le plus explicitement la corrélation entre incident sportif et interprétation politico-historique. Le 13 juillet, Jacques Ferran évoque des joueurs allemands qui « se mirent à durcir leur attitude, comme s'ils cherchaient des arguments ailleurs que dans le football », avant

(5) Patrick Urbini, *France-football*, 7/7/82.

(6) Jean-Pierre Lacour, *Le Figaro*, 10/7/82. Sous-titre : « Mondial : quelle leçon pour la France ? » (et non : pour l'équipe de France de football).

(7) Patrick Blain, *L'Équipe*, 10-11/7/82.

(8) Robert Pariente, *L'Équipe*, 10-11/7/82, intitulé « Consternant et accablant ».

de prononcer ce verdict : « L'agression dont fut victime Battiston de la part de Schumacher [...] restera comme le symbole du triomphe impuni de la violence sur le jeu, du crime sur le droit ». (9) Pour ceux qui douteraient encore de l'ampleur de l'amalgame plus ou moins sous-jacent dans le reste de la presse, réservons quelques morceaux choisis du même journal, en date du 2 août 1982, extraits de l'éditorial de Jacques Thibert. On y trouve l'aller-retour coutumier entre une germanophobie que l'on récuse a priori, une germanophilie qu'on ne réussit pas à assimiler et une hostilité à l'Allemagne qu'on n'ose exprimer directement. Premier temps (la dénégation) : « Où ces messieurs ont-ils lu une quelconque allusion au passé guerrier de nos deux nations fraternelles française et allemande ? Avons-nous généralisé la violence teutonne, évoqué les casques à pointe, les *Panzerdivision* (sic) et toutes ces petites choses qui entretiennent l'inimitié ? Non. Mais puisque vous avez cru voir le loup, on vous l'envoie ». Deuxième temps (l'épouvantail) : l'auteur de l'article cite longuement (trop longuement ?) un article de Jean Cau, dans le *Paris-Match* du 23 juillet 1982 – qui atteint effectivement le comble du délire germanophobe : « Tout est guerre. De 1914 et de 1940. De 1982 où, pour la troisième fois en un siècle, la France rencontre l'Allemagne dans un match capital et sur le champ de bataille de Séville [...]. D'un côté l'Allemagne dans la force et la puissance de ses divisions blondes et rousses. De l'autre, la France et ses héroïques « petits ». [...] L'ennemi, brusquement, lança des divisions blindées et fraîches... ». Jacques Thibert a beau jeu de rebondir sur ce douteux pic de bêtise assimilatrice, mais on peut s'interroger (troisième temps) sur les raisons qui lui font citer si longuement Jean Cau et sur la morale qu'il en tire : « En fait, quelques millions de Français footballeurs – dont nous sommes – ont rêvé de retrouver, l'espace d'un instant, la tête de Schumacher au bout de leur soulier. Ce n'est pas du racisme, ce n'est pas non plus un sentiment honorable, c'est loin de l'esprit sportif, c'est seulement de l'instinct basement humain ». (10)

L'onde de choc politico-médiatique aura du mal à se calmer. Dans « l'Année du football 1982 », il est encore question de la « *Kraftmaschine allemande* », Schumacher est qualifié d'« infâme salopard » et en légende de sa photographie on peut lire « Aimez votre prochain comme vous-même. Allez dire ça aux Français en leur parlant de Schumacher ». (11)

Dans ses mémoires, Schumacher évoque évidemment ce moment de sa carrière professionnelle. Il se voit catalogué dans la presse comme « la parfaite machine allemande en quelque sorte ». Plus loin, il formule ce qu'aucun organe de presse français n'avait écrit aussi clairement : « Des années durant, on m'avait catalogué comme « fauve », placé dans la galerie des horreurs de *l'Humanité*. Parce qu'Allemand, on m'estimait taillé dans le même bois que les bourreaux d'Auschwitz ». Et aussi : « J'étais devenu un salaud de renommée mondiale par la grâce des médias... Pire : un salaud d'Allemand qui avait à moitié massacré un Français ». Et encore : « Moi, l'homme le plus apolitique

(9) « Le point de Jacques Ferran », *France-football*, 13/7/82.

(10) Éditorial de Jacques Thibert, *France-football*, 2/8/82

(11) Jacques Thibert, *L'année du football-1982*, Calmann-Lévy, 1982, 254 p.

de toute la Rhénanie, je devins synonyme d'une victoire déloyale sur la France. Un pays dans lequel les sentiments germanophobes ne demandent toujours qu'un prétexte pour ressurgir ». Et enfin – et surtout, pour ce qui nous intéresse ici – : « Jamais un chancelier ouest-allemand, en dépit de tous ses efforts, n'aurait pu provoquer autant de casse diplomatique que moi ». (12) Sans doute faut-il faire la part de ce que, dans le langage psycho-journalistique on appelle l'ego surdimensionné du personnage, mais il ne fait guère de doute que Toni Schumacher a gravement occulté l'image de l'« Allemagne » dans l'opinion publique française de l'époque. Même *Le Monde*, s'efforçant à l'impartialité sous la forme du balancement – « la haine au cœur d'un Harald Schumacher – quel talent pourtant, ce gardien de but allemand ! », inverse ses appréciations dans le sens de l'opinion française dominante : « l'Allemand Harald Schumacher, un excellent gardien, mais tout bien pesé un triste sire ». (13)

A distance, sans doute, les ressentiments semblent s'apaiser. Dans les N° 1 du football, en 1987, Michel Drucker décrit Schumacher comme « l'un des enfants terribles du football ouest-allemand », « mais aussi [comme] l'un des meilleurs gardiens de but au monde ». (14) Mais la perception du nom – au demeurant extrêmement courant en Allemagne – a déjà connu des assimilations en amont et va connaître des amalgames en aval.

Les avatars (? !)

Malheur aux Schumacher, sur le nom desquels le ressentiment français va se cristalliser de manière durable ! C'est ainsi que l'on se souviendra fort à propos d'un autre Schumacher – le « Choumachère » d'un film célèbre de Jean Renoir. Dans *l'Humanité* du 10 juillet 1982, Michel Diard ne laisse pas passer l'occasion de faire le parallèle entre les deux personnages : « Schumacher, vous avez dit Schumacher ? Comment ne pas penser à Jean Renoir et à son chef-d'œuvre la *Règle du jeu*, et à ce personnage de garde de chasse, Schumacher, qui tire sur tous ceux qui ne pensent pas et ne font pas comme lui. Qui ne respectent pas... la Règle du jeu ». (15)

Mais la malédiction allemande ne va pas s'arrêter là. Lors du dernier Grand Prix de Formule 1 de la saison 1997, un autre Schumacher – prénommé Michael –, qui pouvait encore espérer remporter le titre mondial, heurte délibérément la voiture de son seul rival pour le titre, qui était sur le point de le dépasser. L'incident aura pour conséquence l'abandon de Michael Schumacher et la victoire de Jacques Villeneuve, sacré champion du monde pour l'année 1997. A nouveau, la presse française s'enflamme, et même si le lien n'est pas explicitement fait entre les différents Schumacher, il est difficile d'imaginer qu'il n'existe pas dans l'inconscient journalistique collectif. Au demeurant, Harald Schumacher ne déclarait-il pas en 1987 dans un entretien publié dans

(12) Schumacher, H., *Coup de sifflet* (Anpfiiff), Carrère-Lafon, 1987, 304 p.

(13) Pierre Georges, *Le Monde*, 10/7/82

(14) Michel Drucker, *Les N° 1 du football*, Fixot-France-football, 1987, 190 p.

(15) Michel Diard intitulé « La règle du jeu », *L'Humanité*, 10/7/82.

l'Équipe-Magazine : « Si j'avais eu des parents riches, je serais pilote de F1 ! », alors même que la carrière de Michael n'avait pas encore vraiment débuté ? Le comble de l'assimilation plus ou moins consciente et de l'amalgame politique germanophobe sera atteint par le sénateur RPR du Rhône, Emmanuel Hamel. Dans le *Journal Officiel* du 30 octobre 1997 est publié le texte de la question écrite qu'il adresse au Ministre des Affaires étrangères sous l'intitulé « Utile méditation du Quai d'Orsay sur le comportement révélateur d'un champion allemand (16) de course automobile ». Le texte mérite d'être reproduit in extenso : « M. Emmanuel Hamel signale à l'attention de Monsieur le Ministre des Affaires étrangères l'accrochage provoqué au 48^e tour du Grand Prix d'Europe automobile, le 26 octobre, par un champion allemand refusant de se laisser dépasser par son principal concurrent, canadien francophone, devenu finalement champion du monde des pilotes en conduisant une voiture Williams-Renault. Il lui demande s'il a médité cet incident, et s'il s'en souviendra dans ses relations et négociations avec le gouvernement allemand et les autorités politiques et monétaires allemandes, notamment dans les négociations sur l'avenir européen ». (17) Tout est dit : d'un côté un Allemand, dont on ne rappelle pas qu'il était au volant d'une Ferrari (ni française, ni allemande...), de l'autre un francophone au volant d'une voiture animée par un moteur français. Sans doute cet involontaire chef-d'œuvre d'amalgame a-t-il un aspect trop caricatural pour avoir retenu l'attention de l'opinion publique française, mais n'est-ce pas le propre de la caricature que de mettre à jour en les exagérant les ressorts cachés de ce que l'on n'ose quand même pas appeler un raisonnement ?

Au reste, on notera que *l'Équipe*, qui, avant ce Grand Prix à Jerez, avait pris l'habitude d'appeler le pilote allemand « Schumi », va, jusqu'à la veille du premier Grand prix de Formule 1 de la saison 1998 à Melbourne, lui restituer son patronyme de Schumacher. Ce n'est qu'à partir des essais de cette même compétition que Michael est redevenu Schumi, après un purgatoire de plus de quatre mois au pays des Schumacher.

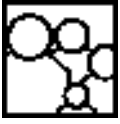
L'équipe d'Allemagne de la prochaine Coupe du Monde de football, qui se déroule en France, ne comprendra sans doute aucun joueur du nom de Schumacher. Cela vaut peut-être mieux. ■

Note conjointe

Certains de nos lecteurs se rappelleront que le patronyme de Schumacher a été porté, également, au lendemain de la Deuxième Guerre mondiale et aux débuts de la République fédérale par un certain Kurt Schumacher président du parti social-démocrate et adversaire N° 1 de Konrad Adenauer. On pouvait difficilement l'attaquer comme néonazi – lui qui avait passé dix ans en camp de concentration, mais il se vit souvent dénoncé, notamment en France comme nationaliste, alors qu'il avait seulement une autre conception que le Rhénan des intérêts du peuple allemand... Décidemment les cordonniers (traduction du mot Schumacher) allemands sont mal vus en France. Il est vrai que depuis qu'il y a eu les chaussures Adidas... (J.R.)

(16) Souligné par l'auteur.

(17) Cité par *Le Canard Enchaîné*, n° 4020, 12/11/1997.



SANS OPIUM, PLUS DE PEUPLE ?

Le football à la télévision : entre business et lien social

ALBRECHT SONNTAG

« **La Révolution en France, rien de plus facile : vous supprimez le foot à la télé et les gens descendront dans la rue.** » Cette boutade ironique et quelque peu méprisante du grand cinéaste Jean-Luc Godard s'avérera peut-être bientôt plus prophétique pour l'Allemagne que pour la France. Si l'on en juge le tollé suscité par l'annonce, ce mois d'octobre dernier, de l'achat des droits de télédiffusion des Coupes du monde 2002 et 2006 par le « tsar » de l'audiovisuel allemand, Leo Kirch, le football semble toucher une corde très sensible dans l'âme allemande. Mais que s'est-il passé au juste ?

Surenchère dans un marché concurrentiel

Dans un marché de l'audiovisuel totalement éclaté et toujours plus concurrentiel depuis l'arrivée, dans les années 80, des chaînes privées du câble et, ces dernières années, des bouquets de chaînes par satellite, il n'existe plus qu'un seul moyen pour fidéliser le client et s'assurer des parts du marché intéressantes : le football. Seul le football est capable d'attirer dix millions d'Allemands ou de Français devant le même programme de télévision pour suivre par exemple une soirée de Coupe d'Europe. Pour les grandes compétitions internationales, l'enjeu est encore plus important. La finale du championnat d'Europe 1996 entre l'Allemagne et la République Tchèque a été suivie par environ 30 millions d'Allemands, nombre écrasant qui correspond à la population cumulée des Pays-Bas, de la Suède et de l'Autriche ! (1) Si le hasard produisait cet été, disons, une demi-finale France-Allemagne ou France-Brésil, ce chiffre risquerait d'augmenter encore.

On comprend pourquoi les grands groupes privés (2) sont prêts à déboursier d'énormes sommes pour avoir l'exclusivité des droits de télédiffusion du foot-

(1) Le même chiffre avait déjà été atteint en France lors de la demi-finale légendaire de Séville en 1982 (voir l'article de Jean-François Tournadre, p. 63).

(2) En Allemagne, SAT1, chaîne privée diffusée par câble et satellite et financée uniquement par les recettes de publicité (elle figure dans les quatre premières chaînes allemandes en termes de parts du marché) s'est assurée la diffusion de la « grand-messe » hebdomadaire de la Bundesliga (le championnat professionnel allemand), tandis que PREMIERE, chaîne cryptée fondée par CANAL+, mais depuis peu cédée à Bertelsmann, transmet un ou deux matches par semaine réservés à ses abonnés. RTL+, lui, a payé cher pour l'exclusivité de la Ligue des Champions. En France, ce sont CANAL+ (première division) et TF1 (Ligue des Champions) qui se partagent le gâteau. Le service public, n'ayant pu suivre la surenchère, se rabat sur les Jeux Olympiques et le Tour de France.

ball. Mais comme les fédérations de football (3) se rendent compte à quel point la télévision privée dépend de leur produit, elles font monter les enchères. Il est donc logique que les prix de ces droits s'envolent. C'est ainsi que le groupe Kirch-ISL (4) a fini par acquérir l'an dernier les droits de télédiffusion pour les Coupes du monde 2002 et 2006 au prix faramineux de 3,4 milliards de marks (soit environ 11,5 milliards de francs).

« Les voleurs de foot »

Jusqu'ici, rien d'anormal, si ce n'est les dimensions inquiétantes que prennent les transactions financières sur les marchés internationaux de la télévision. Mais nous vivons dans un monde capitaliste régi par les lois du marché, et tant que le client final, c'est-à-dire le téléspectateur, accepte les interminables séquences de publicité et l'omniprésence sur l'écran des logos des sponsors qui rentabilisent les investissements des chaînes, les choses resteront sans doute comme elles le sont.

Cependant ces moyens de financement traditionnels ne suffisent plus pour amortir de telles sommes. Et les groupes comme Kirch, Bertelsmann ou Canal+ sont obligés de trouver d'autres ressources pour renflouer leurs caisses. La technique d'aujourd'hui leur permet d'envisager deux solutions. Premièrement, la chaîne thématique cryptée du type Canal+ « classique » dont la réception n'est possible qu'après avoir dûment réglé son abonnement mensuel. Le prix d'un tel abonnement : 175 francs pour Canal+ France, 50 DM pour PREMIERE en Allemagne. Le même système de location de décodeur est appliqué aux différents bouquets de chaînes par satellite, tels « TPS » ou « CanalSatellite » en France. La deuxième solution consiste à ne faire payer le téléspectateur que pour les films ou émissions qu'il regarde vraiment. Ce système, intitulé « pay-per-view » (ce qui peut être traduit par « télé-à-péage ») permet de moduler les prix selon l'attractivité du programme. Et c'est là que le bât blesse. Car le dernier des « accros » du football comprend aisément qu'une fois ce système appliqué à un événement comme la Coupe du monde, son simple plaisir télévisuel deviendra très vite un luxe extrêmement onéreux.

Lorsque la Commission de l'audiovisuel des Länder, actuellement sous la présidence de Kurt Beck, ministre-président de la Rhénanie-Palatinat, a fait savoir en octobre dernier, en accord avec le groupe Kirch-ISL, qu'à l'avenir, seuls les matches d'ouverture, les demi-finales et les finales des Coupes du monde resteraient gratuitement accessibles et que toutes les autres rencontres seraient

(3) Le DFB (Deutscher Fußball-Bund) et la FFF (Fédération Française de Football) au niveau national, l'UEFA (Union of European Football Association) et la FIFA (Fédération Internationale du Football Association) respectivement pour les événements européens et mondiaux.)

(4) ISL : International Sports and Leisure, agence internationale de commercialisation d'événements sportifs basée à Neuchâtel (Suisse) fondée dans les années 80 par Horst Dassler, alors PDG de Adidas.

exclusivement exploitées par les chaînes payantes du groupe Kirch, l'annonce a eu l'effet d'une bombe.

La « tempête de protestations » (*Deutsche Welle*) suscité par la perspective de matches de l'équipe d'Allemagne réservés à une élite de « happy few » a été reprise et amplifiée par des politiques de tous bords, par les dirigeants des fédérations sportives, par des représentants de l'Union Européenne et, bien sûr, par la presse écrite. *Die Woche* criait aux « Voleurs de foot » (5), la *Süddeutsche Zeitung* revendiquait « Du football pour tout le monde » (6), alors que *Der Spiegel*, pessimiste, pronostiquait « Du football pour quelques heureux élus » (7). Et même *Die Zeit*, constatant un « Blackout » total pour le service public, allait jusqu'à postuler sur sa une du 17 octobre, de manière un peu ironique mais non sans compréhension pour « nous, les fans », un véritable droit fondamental au football. (8)

A l'heure actuelle, rien n'est définitivement réglé dans cette affaire, et on peut être sûr que les images de la Coupe du monde 2002 feront encore l'objet de longues et âpres négociations dans les années à venir. On parle d'une « liste d'événements sportifs protégés » établie par une commission fédérale et qui devrait être votée comme loi en 1998. De l'autre côté, le groupe Kirch insiste sur son droit de disposer de sa propriété privée acquise le plus légalement du monde, droit garanti explicitement dans la Loi fondamentale, la *Grundgesetz*.

Cependant, même si rien n'est encore « joué » – c'est bien le cas de le dire ! – on est en droit de se demander, devant l'ampleur des réactions, si le football ne serait pas que le sommet d'un iceberg, cachant sous la surface des « enjeux » bien plus importants. Si le simple droit de regarder gratuitement un certain nombre de rencontres sportives où des adultes en shorts courent après un ballon semble avoir tant d'importance pour une aussi grande partie de la population d'une société donnée, cela en dit long sur la société en question.

L'opium du peuple

Dans la Rome antique, le pouvoir n'ignorait pas l'importance du « panem et circenses » (9) pour le bien-être du peuple et, par conséquent, pour l'ordre public. Pour les partisans de la critique radicale du sport, rien n'a changé depuis. Ils comparent le sport, et tout particulièrement l'immense phénomène de masse qu'est le football, à une religion moderne tel un autre « opium du peuple » dans le sens marxiste. Peu importe si l'on adhère à cette vision des choses ou non, la question s'impose de savoir si aujourd'hui, par rapport au

(5) « *Die Fußball-Diebe* », éditorial de Manfred Bissinger du 07.11.1997, voir aussi les N° du 17 et 24.10.1997.

(6) Dettlef Esslinger, « *Fußball für alle* », *Süddeutsche Zeitung* du 24.10.1997, voir aussi les N° du 21 et 25.10.1997.

(7) « *Fußball für wenige* », *Der Spiegel* N° 42/97.

(8) Dirk Kurbjuweit, « *Grundrecht Fußball* », in *Die Zeit* du 17.10.1997, dossier « *Blackout in der ersten Reihe* » par Gunhild Freese et Dirk Kurbjuweit in *Die Zeit* du 31.10.1997, voir aussi le N° du 07.11.1997.

(9) « *Brot und Spiele* » / « Du pain et des jeux »

temps de la Rome antique ou à l'époque de Karl Marx, le rôle de cet « opium » n'aurait pas profondément changé. Servant alors de tranquillisant ou somnifère qui empêchait le peuple de s'investir en politique, il semblerait plutôt qu'il serve aujourd'hui de stimulant, de catalyseur qui seul permet à une société individualisée, éclatée, atomisée de se rassembler de temps à autre en tant que peuple. Qu'est-ce qui est aujourd'hui encore à même de susciter une véritable cohésion nationale ? Qu'est-ce qui peut rassembler les membres de nos sociétés émietées en groupements d'intérêts et en communautés toujours plus différenciées et souvent antagonistes ? Il n'y a que les grandes catastrophes naturelles (comme en Allemagne les inondations de l'Oder l'été dernier) ou les grands deuils collectifs suite à des accidents ou attentats tragiques (comme la mort de Lady Diana) qui parviennent à inspirer temporairement une telle cohésion. Et il y a les grandes manifestations sportives qui réussissent, durant un moment précieux, à faire oublier les clivages et fractures, du moins au niveau national. Lors de l'Euro 96 de football, le gouvernement britannique évoquait le « feel-good-factor » que procurait cet événement dans le peuple entier. Dans la morosité ambiante de la mondialisation et des crises d'identité, ces moments sont plus que précieux. Autrement dit : on peut se demander si au lieu de déplorer que le football soit un « opium du peuple », il ne faudrait pas plutôt craindre que sans cet opium, il n'y eût bientôt plus de peuple du tout.

Sensibilités allemandes

Alors que cette question est valable pour toutes les sociétés développées du monde occidental, l'affaire des droits de télédiffusion paraît révéler quelques états d'âme et des sensibilités propres à la nation allemande. La vive réaction à la perspective de voir exclure, pour des raisons de pouvoir d'achat, une large partie de la population du partage du sport-roi, démontre que le seuil de tolérance de la société allemande par rapport à la fracture sociale est peut-être plus bas que ne pensaient certains. Le football, sport populaire s'il en est, et ce dans tous les sens du terme, n'est ici qu'un prétexte pour imposer des limites au néo-libéralisme de ces dernières années qui menace de rayer de la « *soziale Marktwirtschaft* » le fondement même de l'identité de la République fédérale l'adjectif ô combien précieux « social ». (10) Les Allemands, dans leur grande majorité, paraissent se rapprocher des Français en refusant de plus en plus la logique du capitalisme sans freins qui crée toujours plus de richesse en bourse et toujours plus d'exclusion sociale en même temps.(11)

Finalement, il y a encore une autre dimension à ce phénomène social qu'est le football en Allemagne. Pour mieux comprendre pourquoi il s'agit là d'un sujet

(10) L'Économie sociale de Marché.

(11) Il ne faut pas oublier dans ce contexte que bon nombre d'Allemands sont assez déçus de l'évolution récente du paysage audiovisuel allemand. La grande libéralisation des années 80 a eu pour résultat une uniformisation des programmes et une baisse sensible de niveau intellectuel et moral suite à la dictature de l'audimat. Les promesses en choix et qualité n'ont pas été tenues, ce qui explique aussi une certaine méfiance dans le public envers les stratégies des groupes comme celui de Leo Kirch.

aussi sensible, il faut rappeler que les inconditionnels du football ont déjà accepté sans broncher de payer pour voir en direct des matches de la *Bundesliga*. On peut en déduire que les matches de clubs professionnels sont ressentis comme faisant partie d'un « business » comme d'autres produits ou prestations de services. Il n'en va pas de même pour l'équipe nationale qui, elle, ne relève pas du champ du divertissement, mais du symbolique. Plus que toute autre nation, c'est à travers leur équipe de football que les Allemands paraissent assouvir leur besoin d'appartenance nationale, sentiment dont ils ont, pour des raisons historiques évidentes, refusé pendant longtemps d'accepter l'existence. Il y a peu de symboles nationaux sans ambiguïté en Allemagne. Si l'on prend en considération que d'ici la Coupe du monde 2002, le seul autre symbole pleinement consensuel, le DM, aura disparu, on comprend mieux les proportions que peut prendre le débat autour d'un sujet apparemment secondaire ou futile comme l'accès au football à la télévision. Les Allemands, tout comme les Français, éprouvent un besoin souvent inconscient, de se sentir, ne serait-ce que temporairement, un seul peuple, réuni autour d'une cause commune aussi « futile » soit-elle. C'est quand on touche à leur petit « opium » de cohésion nationale que l'on s'en aperçoit. Et comme les Français dans la boutade de Jean-Luc Godard, ils sont prêts à le défendre. Contrairement à la vision marxiste, on ne peut s'empêcher de voir dans cette revendication d'une « dose d'opium » un acte qui ne relève pas d'un passéisme politique, mais au contraire de la résistance à une menaçante évolution politico-économique. ■
