



HAL
open science

L'ambiance des stades de football.

Jean-Michel Roux, Nicolas Tixier

► **To cite this version:**

Jean-Michel Roux, Nicolas Tixier. L'ambiance des stades de football.: Un enjeu de projet?. L'ambiance des stades de football. Un enjeu de projet?, Mar 2010, Bruxelles, Belgique. halshs-00981527

HAL Id: halshs-00981527

<https://shs.hal.science/halshs-00981527>

Submitted on 22 May 2017

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.

« L'ambiance des stades de football. Un enjeu de projet ? »

Jean-Michel ROUX, laboratoire Territoires, UMR CNRS PACTE,
Institut d'Urbanisme de Grenoble, France

Nicolas TIXIER, Laboratoire Cresson – UMR CNRS Ambiances architecturales et urbaines,
École Nationale Supérieure d'Architecture de Grenoble, France

Introduction

Constats

Au croisement des deux axes thématiques du colloque, notre communication s'intéresse à la question de la dimension ambiante des stades de football. Si l'ambiance d'un match peut déconcerter voire inquiéter certains, elle sait aussi motiver et passionner public autant que joueurs. Si la qualité d'une ambiance participe à faire venir en nombre le public au stade, elle est aussi essentielle à la bonne commercialisation de l'événement sportif. Les médias ne s'y trompent pas lorsqu'ils commencent systématiquement les retransmissions par un zoom sur le public en fête et par l'usage du bien nommé micro d'ambiance...

Pays, villes et clubs peuvent avoir une réputation de bonne ou mauvaise ambiance à travers les représentations que véhiculent leurs stades et publics : « ambiance survoltée » des stades grecs ou turcs, « délétère » du Parc des Princes, « feutrée », « bon enfant » ou « champêtre » des îles Féroë ou des clubs des divisions inférieures en coupe nationale (dont il faut d'autant plus se méfier si on écoute le journaliste désespéré de donner un semblant d'enjeu à un match déséquilibré...).

L'ambiance est un enjeu:

- économique (vendre un événement, rentabiliser un équipement sportif, développer une « entreprise de spectacle sportif »),
- social (créer une identité collective, maintenir la « paix sociale »),
- politique (signifier l'émergence, l'avènement ou le développement d'un territoire). C'est par exemple le cas du stade Maracana de Rio de Janeiro qui symbolise l'avènement du Brésil comme nation moderne en 1950 ou du Stade de France et sa France « black, blanc, beur » en 1998¹.

Cet enjeu est bien compris des instances dirigeantes comme la Ligue Nationale de Football (LFP, France) qui a mise en place "le Championnat de France des Tribunes" qui récompense à l'issue des championnats de France de Ligue 1 et de Ligue 2 le meilleur public de France. Ce « championnat » répond à un double objectif pour la LFP : « *encourager le caractère festif des matches en incitant le public à créer des animations ; se rapprocher du monde des supporters pour mieux répondre à leurs attentes et favoriser les comportements positifs* ».

¹ GAFFNEY Christopher Thomas, *Temples of the Earthbound Gods. Stadiums in the Cultural Landscapes of Rio de Janeiro and Buenos Aires*, Austin (États-Unis): University of Texas Press, 2008, 259 p., cartes, ill., index, bibliogr. ou LEITE LOPES Sergio, « Le Maracana, cœur du Brésil », *Sociétés et représentations* n°7, 1998.

A chaque journée de championnat, quatre critères de notation sont retenus :

1. la **fidélité** évaluée à travers les affluences dans les stades (taux de remplissage),
2. l'**ambiance et l'animation** qui évaluent « *la capacité du public à jouer le rôle de « 12e homme » en encourageant son équipe durant tout le match (dans les bons comme les mauvais moments) et les animations mises en place dans les tribunes par le public (organisation et qualité des tifos, des chorégraphies, des messages mais surtout leur originalité...).* Les notes sont attribuées par les médias partenaires de l'opération puis centralisées par la LFP qui se chargera d'établir le classement ».

3 et 4. un système de **bonus-malus**² vient ensuite corriger les notes en infligeant des sanctions pour usages de fumigènes, « expression orale, visuelle pouvant provoquer haine ou violence à l'égard de toute personne » ou pire « envahissement de terrain, jets de projectiles dangereux et/ou d'engins pyrotechniques ».

Sujet qui mériterait en lui-même un développement particulier... On peut retenir que c'est à la seule charge du public de mettre l'ambiance et à celle des journalistes et des instances dirigeantes de l'évaluer.

Problématique

S'assurer une bonne ambiance dans un stade est un enjeu d'analyse et de projet pour les gestionnaires, les projeteurs de stade, les organisateurs de spectacle sportif. Mais qu'est-ce qui fait l'ambiance d'un stade ? Qui ou quels sont les facteurs d'ambiance ? Peut-on analyser ou évaluer comme le propose la LNF ? Si celle-ci représente un enjeu de gestion et de projection, il devient important de s'interroger sur notre capacité à la rendre prédictible, gérable, projetable...

Hypothèses

Nous postulons que l'ambiance d'un stade ne diffère pas de celle de tout autre lieu urbain. Nous faisons ainsi l'hypothèse que l'ambiance d'un stade peut s'analyser et donc, potentiellement se projeter. Elle s'analyse par le croisement de données construites, sociales mais aussi sensibles comme nous l'apprend la théorie des ambiances développées par le laboratoire CRESSON³.

Nous faisons aussi l'hypothèse que la gestion actuelle des stades européens et les projets en cours ne prennent presque jamais (ou peu) en compte cette dimension sensible. Ils sont principalement intéressés par la dimension construite et partiellement par celles des usages, le plus souvent vues uniquement sous l'angle de la sécurité ou de la gestion de la foule. Il en résulterait un double phénomène : d'amélioration de la qualité architecturale et d'appauvrissement progressif des qualités d'usages et perceptions sensibles pour le public. Considérer la dimension sensible permettrait pourtant de changer le regard que l'on porte sur les stades et leurs publics.

2 Ils sont attribués par le président de la Commission nationale mixte de sécurité et d'animation dans les stades (CNMSA) de la LFP qui s'appuie sur un jury « composé par ses soins » pour affecter – à titre exceptionnel – un bonus ou un malus suite à des événements survenus dans le cadre d'un match.

3 L'étude de la notion d'ambiance doit beaucoup aux travaux du Cresson (www.cresson.archi.fr), un laboratoire de l'Ecole Nationale Supérieure d'Architecture de Grenoble et du CNRS, UMR 1563 "Ambiances architecturales & urbaines". Cf. sur ce thème : Jean-François Augoyard, « L'environnement sensible et les ambiances architecturales », in *L'espace géographique*, 1995, n°4, pp. 302-318 ou Pascal Amphoux, Jean-Paul Thibaud et Grégoire Chelkoff (sous la direction de), *Ambiance en débats*, Bernin : Éd. A la Croisée, coll. Ambiances, Ambiance 2004 ou Luc Adolphe (dir.), « Ambiances architecturales et urbaines », *Les cahiers de la recherche architecturale et urbaine*, n° 42-43, 3e trim. 1998, Marseille : Éditions Parenthèses.

Corpus

Notre propos s'appuiera sur une série de missions effectuées pour le compte de la Ville de St-Etienne (pilotage d'une recherche sur les publics du Stade Geoffroy-Guichard, formation des guides conférenciers de l'Office de Tourisme, co-direction d'une exposition et d'un ouvrage, expertise sur un projet muséal) et sur les enseignements d'un cours de Master « Sciences du Territoire » (*Comprendre la ville par l'équipement sportif*).

Constat du grand nombre d'études portant sur l'aspect fonctionnel des stades ou sur la sociologie des publics, rarement sur la perception sensible des stades et de leur public et encore plus rarement croisant les trois dimensions.

1. Qu'est-ce qui fait l'ambiance d'un stade?

Qu'est-ce qu'une ambiance ? Nous sommes tous sensibles à la perception immédiate d'un lieu, parfois « saisis » par son ambiance : lumières, sons, matières, flux, présences, échelle, volumes... nous partageons ces expériences sensibles sans difficulté, et pourtant la notion d'ambiance échappe à toute définition formelle. Depuis plus de 15 ans, la recherche architecturale et urbaine s'intéresse aux ambiances, domaine aujourd'hui en plein essor interdisciplinaire et international. Car « faire une ambiance », n'est-ce pas une finalité pour tout projet architectural et nombre de projets culturels ?⁴

Qualifiant les situations d'interaction sensible dont on fait l'expérience à un moment donné dans un lieu donné, la notion d'ambiances architecturales et urbaines peut être esquissée en quelques traits :

- Elle implique un rapport sensible au monde, synesthésique (par chacune des modalités sensorielles) autant que cénesthésique (impression générale).
- L'étudier nécessite une approche pluridisciplinaire portant une attention aux dimensions construites, sensibles et sociales de l'espace habité.

Il est possible d'aborder la question des ambiances d'un stade au croisement de trois dimensions : la dimension spatiale, la dimension sociale et enfin la dimension sensible, ce que nos sens, nos représentations et imaginaires nous en disent.

L'ambiance d'un stade dépend ainsi de sa dimension construite, c'est-à-dire de sa position dans la ville ou un quartier, de son architecture (taille, forme, matériaux, configuration, organisation interne, acoustique, masques et mises en vue, assises, etc.). Le stade Geoffroy-Guichard par exemple est un stade ancien et plus ou moins décati. Construit dans les années 30 et rafistolé depuis au gré des moyens, les tribunes populaires y sont suffisamment proches du terrain pour y sentir l'herbe mouillée... Privilège commun que les « 4 août » des instances internationales n'ont pas encore pu abolir, on peut encore y regarder le match debout dans les gradins. Alors que les nouvelles enceintes sportives prennent parfois la clef des champs, c'est un stade dans et avec vue sur la ville. Stade « à l'anglaise » avec quatre tribunes qui se regardent, il offre des cadrages sur les usines, les barres et tours des collines alentours. Ses toitures qui plongent sur les gradins contribuent enfin à faire caisse de résonance, ce que ne manque pas de remarquer le fan de l'Olympique Lyonnais : « *tu chantes et ça résonne, c'est un plaisir qu'on a pas à Gerland, c'est un stade trop ouvert qui fait que le bruit se perd. Geoffroy-Guichard c'est fermé*

4 Nicolas TIXIER, éditorial du dossier « Ambiance(s). Ville, architecture, paysages », Culture et Recherche, n°113, automne 2007, Paris : Ministère de la Culture et de la Communication, p. 1.

derrière : le son dès qu'on est beaucoup à chanter, le son ça résonne, et ça donne envie de chanter plus fort »⁵.

L'ambiance d'un stade ou d'une tribune est aussi affaire de dimension sociale. Les origines géographiques, sociales, culturelles, âge, etc. du ou des publics influent sur celle-ci. Le stade de France n'a pas la même ambiance pour une finale de coupe ou pour un match de l'équipe de France car ce ne sont pas les mêmes personnes qui s'y rendent. On y siffle la marseillaise entre Bretons et Corses ou on la reprend à plein poumon pour le Tournoi des Six Nations.

L'ambiance est enfin affaire de dimension sensible. Aller au stade et assister à un match de football, c'est faire une expérience sensible. Nos cinq sens sont convoqués. Des gens chantent ou sifflent, cherchent à voir ou à être vus, mangent des sandwiches ou des petits fours, hument l'odeur d'herbe mouillée ou l'*aftershave* du voisin, se prennent par les bras ou font la *ola*. Cette expérience sera qualitativement différente selon de nombreux paramètres (qualité du spectacle, conditions météorologiques, emplacement dans les tribunes, etc.).

L'expérience, personnelle par essence, dépend aussi du rapport à l'évènement et son implication. Il y a une gradation dans l'intensité depuis le spectateur jusqu'au fan/ultra en passant par le supporter. Le premier n'est pas partie prenante du match, il vient pour assister à un spectacle. Le supporter vient assister à un match mais il soutient l'un des protagonistes. Il est déjà partie prenante du spectacle. Les fans sont, quant à eux, des supporters engagés et militants. Les uns et les autres n'ont pas le même enjeu : « en avoir pour son argent », « encourager les siens », « gagner ».

• L'ambiance ne se réfère pas à une échelle spatiale ou temporelle particulière. Utilisée pour l'habitat, l'espace public, les espaces de travail ou de commerce, les espaces de la mobilité, les espaces de représentation, elle désigne une situation d'interaction sensible. En cela il s'agit d'une notion trans-scalaire ET qui s'applique à des espaces « ordinaires » comme à des espaces plus scénographiés.

C'est une invitation à comprendre les ambiances des stades à l'échelle du bâtiment lui-même depuis ses parties nobles, i.e. les scènes que sont le terrain et les tribunes, jusqu'aux espaces les plus ordinaires et techniques : ceux de la desserte des tribunes, des coursives, des toilettes, du glacis ou parvis autour du stade, des parkings, etc.). Progressivement on comprend alors que le lieu du match ne se cantonne pas à l'enceinte d'un stade, mais déborde sur un territoire très large.

L'analyse mobilise ainsi les abords du stade autour desquels se pressent les spectateurs mais aussi tout ceux qui, sans billet, cherchent le précieux sésame auprès de revendeurs à la sauvette ou la faille dans l'enceinte. Les alentours accueillent aussi ceux qui, sans accès au temple, souhaitent quand même voir le match à la télé au plus proche de lui (les milliers de supporters britanniques qui viennent voir les matchs du tournoi des Six Nations dans les bars alentours).

On peut aussi s'intéresser aux autoroutes, aéroports et gares sur/dans lesquelles se déplacent, s'attendent, se rencontrent, s'affrontent ou s'évitent les supporters et fans (p.ex. l'A47 et ses banderoles, jets de pierre, zones de stockage, accès réservés... ou les quais de métro et RER à Châtelet un soir de match au Stade de France). Les matchs provoquent aussi des phénomènes de vases communicants (bars plein/ville vide, cf. M.Muller sur la

⁵ Récit de vie d'usager d'un stade, extrait de Jean-Michel ROUX (dir.), *Un stade dans la ville. L'analyse des ambiances et publics d'un stade de football. Le cas de Geoffroy-Guichard à Saint-Étienne*, Ville de Saint-Étienne : Archives municipales et Unité Ville d'Art et d'Histoire, 2005-2006.

photographie de la ville de Saint-Etienne le soir de la finale de 76) ou de gigantesques bouchons comme sur la M1 en Angleterre un samedi ordinaire de chassée croisée entre les supporters des 5 divisions nationales qui se rendent en même temps dans tous les stades entre Londres, Birmingham et Liverpool/Manchester. Les Britanniques ont d'ailleurs à disposition un guide des stades indiquant comment s'y rendre par le train ou la route, avec une vue aérienne du stade et des abords, un plan du stade pour localiser de la tribune visiteur, les espaces accessibles aux handicapés et les aménités disponibles (toilettes, boutiques et buvettes)⁶.

On mesure aussi que **le temps du match est une notion extensible**. C'est bien entendu l'échelle du match et ses 90 ou 120 min de jeu mais aussi les longues heures d'attente à l'échelle de la journée (*Friday Night Lights*), de la semaine (*When Saturday Comes*), de la trêve hivernale ou estivale. Le match commence la veille au soir ou tôt le matin quand on se déplace en bus, en train, en voiture à l'autre bout du pays et l'ambiance du match comprend alors tout ce temps depuis le bar de banlieue, le parking, l'entrée/aire d'autoroute où l'on se rassemble jusqu'au retour à la maison.

Mise hors du temps. « *les spectateurs ont le sentiment ou l'illusion – car la distinction n'a peut-être pas de sens – d'échapper à la vie quotidienne, d'assister à une coupure indiscutable dans la perception du temps et de l'espace qui rappelle celle du sacré et du profane* »⁷.

- Utilisée pour l'étude des espaces autant que pour leur conception, il s'agit, par l'attention aux configurations sensibles, d'une posture situant l'expérience de l'utilisateur au cœur du projet.

C'est bien à partir de la perception et de l'action de chaque personne que s'éprouvent les ambiances. Ainsi les représentations classiques peines à communiquer sur les ambiances : plan masse, plans, perspective, 3D, photo aérienne, etc. Les ambiances nécessitent pour être communiquées soit d'être captées soit d'être récitées.

2. Vers une méthodologie de l'analyse des ambiances ?

On peut analyser les éléments d'ambiance mais on ne peut que vivre ou faire dire l'ambiance. Une ambiance c'est ce qu'on vit, raconte, ce qui nous prend aux tripes. C'est plus ou moins indicible tout en étant très concret et partagé. Plusieurs techniques existent, qui viennent souvent de l'analyse des espaces publics. C'est le croisement de celles-ci, qui patiemment, permet de qualifier les ambiances d'un match : l'observation située, la collecte de récits, l'administration de questionnaires, la captation (photographique, sonore ou vidéographique) et la mesure physique.

L'observation directe consiste à prendre part à l'évènement en notant tout ce qui fait sens comme nous y invite Pierre Sansot : « *prendre la décision de décrire, ce serait observer, se situer au plus près de ce qui se produit, être en intelligence avec ce qui s'offre : par exemple, ne pas omettre les détails que seule une longue pratique affectueuse relève, mémorise. [...] La description s'attache à révéler ses mille nuances, ces détails qui semblent relever de l'anecdote et que l'on a tendance à négliger dans une micro-sociologie. Or, tous*

⁶ *Football Grounds. Aerofilms Guide*, Hershaw (Surrey) : Ian Allan Publishing (14e éd., première éd. 1993), 192 p., ill.

⁷ Pierre SANSOT, *Les formes sensibles de la vie sociale*, Paris : PUF, collection La politique éclatée, 1986, pp. 75.

ces détails constituent la trame de la vie sociale à tel point qu'il n'y a pas grand chose à rechercher en dehors d'eux, derrière eux. [...] Elle peut avoir une ambition plus grande : montrer comment à travers des comportements mineurs se dévoilent les gestes majeurs de l'Anthropos »⁸.

Ainsi l'observation située d'un match de championnat anglais à Londres : « *Entrée dans la tribune. Les gens boivent de la bière à la buvette et dans les coursives (des écrans de télévision y sont disposés) mais pas dans la tribune. Le speaker annonce les joueurs. Les supporters applaudissent les « leurs » (y compris le gardien adverse, un ancien du club) ou sifflent les « autres ». Il n'y a eu aucun chant avant les annonces. Le stade est très calme, presque silencieux. Il se remplit tardivement. Une des quatre tribunes du stade (à l'anglaise) est réservée au parage des fans visiteurs. Elle est pleine »⁹.*

La collecte de récits (micro-trottoirs, entretiens, récit de vie, cartes mentales, etc.) ou **l'administration de questionnaires** permettent d'avoir le regard sur un stade, une ambiance par des « usagers ». Comme par exemple, Véronique, interrogée dans les loges de Geoffroy-Guichard : « *j'y venais déjà quand j'étais jeune, quand j'avais 16 ans. J'étais dans les gradins debout, à l'époque où il n'y avait pas toutes ces grandes grilles, où les supporters escaladaient les poutrelles, ils se mettaient à cheval sur les poutrelles qui soutenaient le toit. Oui, sous le toit ! Et puis, on avait le droit d'apporter à boire, c'était beaucoup plus... Il y avait pas les problèmes qu'il y a maintenant dans les stades. C'est drôle parce que je garde une certaine nostalgie de cette époque où je me gelais avec mes copains là bas et qu'on rentrait on avait plus de voix, c'était à celui qui avait le moins de voix »¹⁰.*

La captation photographique, sonore et vidéographique. Elle permet de décrire et qualifier les effets visuels ou sonores de la foule.

Ex. les effets produits par un voile lors d'un tifo : enfermement, privation de la vue, assourdissement quand on est dessous, effet scénographique quand on y assiste de loin. Le fan est probablement celui qui a la moins bonne expérience visuelle (les grilles, les fumis, les écharpes, les drapeaux, les têtes des voisins ou les voiles lui gêne la vue... mais il est par contre l'objet du spectacle).

Couplée à des mesures sonores et à l'analyse de la configuration spatiale du lieu et la nature des matériaux, il est possible de parvenir à une caractérisation interdisciplinaire. Ainsi en reprenant la trilogie proposée par Pascal Amphoux, nous pouvons lors d'un soir de match, noter les effets sonores, les motifs visuels et les figures temporelles. L'esquisse d'un répertoire propre aux ambiances de stade devient possible.

3. Le difficile passage de la notion d'ambiances au projet

Nous venons de voir que, par la mise en récit des usagers des enceintes sportives et par l'analyse minutieuse des dispositifs spatiaux, des organisations sociales et des configurations sensibles des stades et de leurs publics, il est possible de s'approcher d'une compréhension de la notion d'ambiances. Est-il possible pour autant de prédire une

⁸ Pierre SANSOT, *Les formes sensibles de la vie sociale*, Paris : PUF, collection La politique éclatée, 1986, pp. 66-67.

⁹ Observation située, match de Premier League, Charlton-Portsmouth, The Valley, Londres/Greenwich, 17/04/2006.

¹⁰ Récit de vie d'utilisateur d'un stade, extrait de Jean-Michel ROUX (dir.), *Un stade dans la ville. L'analyse des ambiances et publics d'un stade de football*, op. cit..

ambiance, de la garantir, de la concevoir, de la gérer ? Nous faisons l'hypothèse qu'il est envisageable de penser le projet et la gestion des stades afin de rendre possible certaines configurations spatiales, sociales, sensibles favorables à l'émergence d'une « bonne ambiance ». Il nous semble par contre que sa prédictibilité soit quasi impossible.

Pour faire une mayonnaise, il faut *a minima* rassembler tous les ingrédients, mais quand bien même nous le ferions, la réussite restera aléatoire...

Nous faisons ensuite le constat que, depuis le rapport Taylor¹¹ en 1990 et sous l'influence constante des instances nationales et internationales régissant le football (ligues nationales, états, UEFA, FIFA, etc.), la qualité construite des stades a considérablement été améliorée en Europe. La réflexion sur la dimension sociale a aussi entraîné un profond bouleversement dans la façon dont on considère l'utilisateur du stade.

Nous sommes entrés dans l'âge du « stade plus que moderne » (*most modern stage*) pour reprendre l'expression de Christopher Gaffney¹². C'est l'ère du contrôle et de la consommation. Les foules sont totalement ségréguées, privées de toute valeur sociale et les individus atomisés, réduits à l'état de client. Les larges foules cèdent le pas aux *happy few* qui peuvent se permettre la dépense. Les stades qui étaient des « espaces publics socialisant » au même titre que les parcs ou places deviennent des espaces de consommation d'où le nom que leur donne John Bale : les *tradiums* (*trade/stadium*)¹³.

Les frontières externes comme internes sont désormais complètement imperméables (des loges aux accès VIP jusqu'aux blocs « visiteurs » coupés physiquement et visuellement des autres parties de tribunes). Les événements sportifs saturent dans les médias. Les stades sont l'objet de grands noms de l'architecture et sont d'une grande sophistication technique. L'authenticité des stades est désormais un objet « manufacturé ».

Par contre, nous faisons l'hypothèse que le rapport aux ambiances a presque toujours été abordé sous les seuls angles des dimensions construites et sociales et presque jamais sous celui du sensible. Il en ressort un double phénomène : d'amélioration de la qualité construite et d'usage mais d'appauvrissement de la qualité sensible.

Il en résulte un premier paradoxe : comment penser les ambiances, que l'on vient de voir dépendre fortement des expériences sensibles individuelles des hommes alors que gestionnaires et projecteurs s'en méfient collectivement ?

Si masse il y a, ce sont les *mass media*. La télévision et le téléspectateur ont considérablement modifié l'architecture (toit rétractable, pelouse chauffée et/ou artificielle), éclairage artificiel) et la gestion des stades. La télévision impose ses horaires, ses couleurs, parfois même ses règles... On passe du spectacle à heure fixe, ritualisé, au spectacle permanent. La journée de championnat ne correspond plus à la journée calendaire. Le coût de gestion des enceintes sportives a considérablement augmenté en conséquence. Il en résulte une nécessité d'augmenter également les prix des billets mais aussi de générer des recettes de merchandising supplémentaires. En même temps qu'on améliore le confort de l'utilisateur, on lui vend des prestations complémentaires/compensatoires (réservation de billets, places de parking, etc.).

Ce rapport à la télévision et au spectacle de masse n'est pas récent. En 1952, le gouvernement anglais impose déjà aux diffuseurs de dédommager les organisateurs de

¹¹ Peter TAYLOR, *The Hillsborough Stadium Disaster, 15 April 1989. Inquiry by The RT Hon. Lord Justice Taylor, Final Report, Presented to Parliament by the Secretary of State for the Home Department by Command of Her Majesty*, Londres : HMSO, Home Office, janvier 1990, 118 p.

¹² Christopher Thomas GAFFNEY, *Temples of the Earthbound Gods. Stadiums in the Cultural Landscapes of Rio de Janeiro and Buenos Aires*, Austin (Etats-Unis): University of Texas Press, 2008, 259 p.

¹³ John BALE, *Sport, Space, and the City*, Caldwell (NJ) : The Blackburn Press, 2001.

matchs pour les pertes de recettes... En contrepartie, elle oblige à une modification des critères de gestion des stades par l'exigence d'amélioration des conditions d'accueil du spectateur. Elle impose ses horaires (le soir), les couleurs des maillots (pour les besoins du noir et blanc) et change même les règles du cricket qui passe des *three* ou *five-days games* au *one-day game*...

Les clubs doivent améliorer leurs stades alors même que les recettes aux guichets ne suffisent pas. C'est l'époque des premiers éclairages artificiels, des panneaux lumineux, premières tribunes complètement assises (sans partie basses debout) faites avec des nouveaux matériaux dont l'aluminium. Hillsborough de Sheffield Wednesday est le pionnier pour une tribune complète, le Nya Ullevi Stadium de Göteborg le premier stade entièrement assis (1958). Les Américains proposent dès l'après-guerre des stades au toit entièrement fermé (pour garantir la tenue du spectacle télévisé) ou climatisé comme L'Astrodome de Houston en 1965, avec des pelouses chauffées, aux gazons améliorés (Kentucky Blue Grass) voire artificielles dans les stades couverts (l'astro turf, introduit dans les 1960's à l'Astrodome de Houston)¹⁴.

Quand on travaille sur les seules dimensions construite et sociale, l'homme est pensé individuellement comme un consommateur d'un spectacle sportif et de ses produits dérivés auquel on attache de plus en plus d'importance. On veille à son confort afin de le mettre dans les meilleures dispositions pour passer à l'achat (assise, vision, sécurité, aménités de la sainte trinité « buvettes, toilettes, emplettes »). C'est les sièges molletonnés ou les écrans de télévision dans les loges ou les coursives.

Deuxième paradoxe : l'ambiance d'un match nous semble relever pour partie de la combinaison des types de publics (spectateur, supporteur, fan/ultra) et du passage de l'individu au collectif, or tout est mis en oeuvre au profit du seul spectateur considéré individuellement, atomisé pour reprendre l'expression de Gaffney.

L'homme est par contre pensé comme une menace quand il s'agrège à son voisin. Il devient foule, masse. Projeteurs et gestionnaires de stade n'apprécient guère que le spectateur ambitionne d'être plus qu'un corps, qu'il puisse faire corps avec d'autres, qu'il soit plus qu'un atome et qu'il fusionne avec d'autre pour produire une alchimie. On encourage le corps intermédiaire et rassurant qu'est la famille (*family tickets/stands*). On tolère parfois le club ou association de supporteurs dans la mesure où ils sont sous le contrôle de l'autorité (p. le *kids' club* de l'ASSE ou ses « membres associés ») ou qu'ils y participent comme les socios espagnols.

Il nous reste à faire l'étude en finesse du public, des publics ; à chercher dans la masse le détail, à ne pas se contenter d'avoir à choisir entre les raccourcis sur la « communion de la foule dans la cathédrale du sport » ou « l'infantilisation des masses par les émotionnalités régressives ». Pierre Sansot nous invite dès 1986 à parler « *plutôt de l'entrecroisement de destins individuels. Et c'est déjà une ouverture-aventure extraordinaire. [...] En effet, avant de parler de communion, de fusion des spectateurs – ce que je n'exclus pas tout à fait – j'aimerais que l'on prenne en considération cette donnée perceptive, sensorielle de l'expérience. Je disparaissais comme individu, non point parce que je me fondrais dans un ensemble mais parce que mon être se vide de lui-même pour que le spectacle advienne – tout comme au théâtre ou lors d'un concert. Ceci dit, il existe une masse, un public qui n'est pas nécessairement effervescente ou compacte. Il joue le rôle d'un faire-valoir, d'un faire-être du match. [...] Nous voudrions enfin mettre l'accent sur la diversité des réactions des spectateurs. On parle trop souvent de leurs cris, de leurs hurlements.*

¹⁴ SHEARD Rod dir. et al., *The Stadium. Architecture for the New Global Culture*, Singapour: Periplus Ed., s.d., 208 p., plans et ill.

L'observateur attentionné relève plus de nuances : l'enthousiasme certes ou même le délire ou des colères stupides et injustifiées mais aussi les quolibets, la peur, le silence, la gêne, des applaudissements voulus à contretemps ou encore les bravos qui s'adressent en hommage à l'équipe adverse quand elle joue crânement et avec brio »¹⁵.

Gestionnaires et projeteurs cherchent pourtant à agrandir la contenance de leurs enceintes afin d'atteindre une taille critique nécessaire à la bonne économie des projets sportifs et économiques. Ils espèrent aussi que cette taille sera de nature à générer de l'évènement. La définition d'un « grand stade » est ainsi donnée par l'UEFA au croisement de la capacité (50 ou mieux, plus de 60000 places) et du confort.

Le nombre de spectateurs est cependant pas la garantie d'une bonne ambiance. Ces derniers ne feront qu'exceptionnellement corps car ils s'additionnent imparfaitement (cf le débat sur les « costumes gris » des matchs de l'équipe de France en 1998). Les supporters, qui sont avant tout une somme d'individus, parviennent eux à faire facilement corps dans les moments d'excès sensoriel et à produire un effet multiplicateur. Tout dépend cependant du résultat du match et l'effet peut être aussi bien positif que négatif : c'est la *ola* ou la *bronca*. Seuls les *fans/ultras/torcedores*, qui existent aussi en tant que corps social plus ou moins constitué, sont des facteurs d'ambiance. Leur instinct grégaire les conduit à faire masse, leur sens social à faire corps à travers des associations, sections, *clubs*, *firms*, etc.. L'effet de leur regroupement n'est pas de l'ordre de l'addition ou de la multiplication mais de la démultiplication... Mais ils sont difficilement prédictibles, gérables et encore moins projetables...

Conclusion

Comment faire alors pour prendre en compte la dimension sensible dans le projet et la gestion des stades ? Nous proposons ici une piste de réflexion : penser les stades et leurs publics à travers le triple prisme de :

- l'espace public : le stade, même privé, est un lieu recevant du public, socialisant (même imparfaitement) et générant des enjeux urbanistiques et sociaux qui méritent de le considérer comme tel,
- du temps public : « *Where the crowds gather history is made* »¹⁶.
- du corps public.

Observer un soir de match le jeu des ambiances : à l'échelle du stade, de la ville et même du territoire.

Éléments de bibliographie

ROUX Jean-Michel, « Haute fidélité », édito n°28 du site du réseau Ambiances, www.ambiances.net, 4 mars 2010 (version en anglais, "High Fidelity"), <http://www.ambiances.net/?p=783#more-783>

¹⁵ Pierre SANSOT, *Les formes sensibles de la vie sociale*, Paris : PUF, collection La politique éclatée, 1986, pp. 91-92.

¹⁶ Spiro KOSTOF, *The City Assembled. The Elements of Urban Form through History*.

ROUX Jean-Michel, CHARBONNIER Grégory et SANQUER Cendrine, *Le stade Geoffroy-Guichard. Un club, un public*, Saint-Étienne : Ville de Saint-Étienne, collection Trames urbaines n°5, 2006, 67 p., cartes et ill.