

Credoc Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de Vie

CONSOMMATION ET MODES DE VIE

Chroniques du Credoc

ISSN 0295-9976

N° 24 — 30 Novembre 1987

Le sport en pleine forme

Les tendances de fond du phénomène sportif

J.P. Betbeze, J. Maffre, S. Lahlou

Le sport est à la mode. Les analystes et les medias présentent la « sportivisation » comme un phénomène de société. Qu'en est-il ? Certes, le sport se développe. Mais il a de nombreuses facettes et ne saurait être expliqué par une approche unique.

L'étude de l'équipe Prospective de la Consommation du Credoc met en lumière les ressorts de l'évolution actuelle des pratiques, et permet dans une certaine mesure d'anticiper certaines évolutions. Ainsi, des tendances comme l'engouement pour les sports « californiens » (jogging, aérobic) s'expliquent par des courants sociologiques, tandis que des mutations plus profondes (déclin relatif des sports de force ou d'équipe au profit de sports d'adresse et de concentration) sont la conséquence de fonctions naturelles du sport. Mais la tendance majeure est celle d'une absorption par le système marchand : le sport devient de plus en plus un produit de grande consommation. C'est cette analyse économique qui s'avère la plus importante à court terme pour prévoir le devenir du « marché du sport ».

La pratique sportive aujourd'hui : croissance, mutation et prolifération

Les dernières décennies ont vu croître régulièrement l'activité sportive des Français. Le nombre de licences a été multiplié par six entre 1949 et 1986. Les associations sportives ont vu leur nombre d'adhérents progresser beaucoup plus vite que les autres associations. A l'heure actuelle, une personne sur quatre fait du sport de temps en temps et une sur quatre pratique régulièrement, même si elle n'est pas toujours licenciée. Le temps moyen consacré au sport a augmenté : il atteint presque une heure par semaine et par personne en 1986, contre une vingtaine de minutes seulement en 1975.

La pratique se généralise dans l'ensemble de la population, même si des différences considérables subsistent : les jeunes, et en particulier les étudiants, les célibataires, les diplômés sont plus sportifs que les autres. Si les femmes sont encore moins nombreuses à faire du sport que les hommes, c'est chez elles que la pratique sportive progresse le plus.

Taux de participation à une association...

	1978	1981	1984	1986	évol.
sportive	15,4	16,4	17,5	19	+23 %
culturelle, de loisirs	14,1	14,9	11,6	11,6	-18 %
syndicale	10,5	9,3	7,5	6,3	-40 %
parents d'élèves	10	9,9	7,5	8,8	-12 %
professionnelle	7,2	6,6	6,5	6,7	-7 %
de quartier, locale	5,6	6,1	5,3	6,3	+13 %
consom., usagers	2,1	2,6	1,6	3,2	+52 %

(Source Credoc, enquête Aspirations)

La période récente a vu se multiplier les disciplines sous l'effet d'un triple mécanisme : importation de sports étrangers (jogging, aérobic, arts martiaux, squash...), ramification de sports existants (comme la natation et la gymnastique, qui ont engendré des versions artistiques) et créations, en particulier dans les sports de glisse (planches à voile, à roulettes, delta-plane).

Une évolution différenciée

Tous les sports ne se développent pas à la même vitesse : la croissance des sports d'équipe s'est ralentie tandis que les sports individuels sont en plein essor. Des disciplines nouvelles, qui font plus appel à la réflexion, à la concentration ou à l'adresse qu'à la force physique, se développent (spéléologie, arts martiaux, tir, vol libre, golf...). Cette tendance est bien illustrée par la stagnation de la boxe alors que la boxe française voit ses adeptes se multiplier.

Principaux sports en croissance, en stagnation ou en déclin

	licences en 1985	évol. 80-85
Patins à roulettes	11873	+123 %
Parachutisme	20501	+114 %
Golf	76837	+98 %
Boxe française	21336	+86 %
Canoë-kayak	36810	+83 %
Vol libre	6655	+79 %
Karaté arts mart.	123190	+77 %
Tennis	1320464	+68 %
Danse art chorégr.	35798	+60 %
Tir à l'arc	23672	+54 %
Tir	131113	+44 %
Spéléologie	6952	+35 %
Gym. et Ed. Phys.	457122	+34 %
Foot-Ball	1731212	+11 %
Judo	382544	+9 %
Boxe	14264	+8 %
Volley-Ball	67400	+5 %
Rugby	215594	+3 %
Haltérophilie	18013	-4 %
Boules	145616	-10 %
Cyclisme	88075	-11 %

Source : Ministère de la Jeunesse et des Sports

Le sport a pour fonction d'adapter l'Homme à son milieu

L'analyse naturaliste montre que le sport a pour fonction d'adapter l'individu à son milieu. L'analyse historique confirme et précise cette conclusion : on retrouve les fonctions d'apprentissage et de détente du jeu corporel. Mais chez l'homme, ces fonctions sont également d'ordre social et culturel : le sport devra adapter l'individu à son milieu social et économique. C'est pourquoi l'on est passé du cheval à la moto, et des sports guerriers ou agraires à des pratiques développant l'esprit de compétition, la maîtrise de soi, l'apparence physique, nettement plus utiles dans notre société que la vaillance et l'endurance physique.

Le sport saisi par la société

La fonction fondamentale du sport, l'apprentissage, permet d'en prévoir les tendances lourdes et d'expliquer l'émergence de nouvelles pratiques. On peut ainsi prévoir le développement de sports de plus en plus intellectuels et intermédiés (utilisant un instrument) car l'usage du cerveau et des prolongements artificiels devient plus utile que l'agilité des membres. Les jeux vidéo acquerront-ils le statut de sports, comme ce fut le cas pour la conduite automobile ?

Au-delà de cette fonction première d'apprentissage, le sport, comme toute pratique, est soumis à l'influence de la société et de la culture. Deux mécanismes sont particulièrement actifs : le placage d'une finalité secondaire (par exemple l'acquisition de prestige) et le « modelage culturel » (par exemple la lutte peut prendre en Occident une forme de distraction populaire — le catch —, et au Japon une forme quasi mystique — le sumo —). La multiplication des finalités secondaires explique le rôle social et économique acquis par le sport.

Le sport, reflet social...

Il s'avère que, comme la plupart des rituels, le sport remplit d'abord les fonctions de mise en relation, c'est-à-dire de cohérence du groupe et de catégorisation sociale. C'est ainsi que l'on reconnaît des fonctions emblématiques (ralliement autour des équipes de football nationales par exemple), distinctives (sports « snobs »), ou même matrimoniales (recherche de partenaires dans les clubs sportifs), voire morales et politiques.

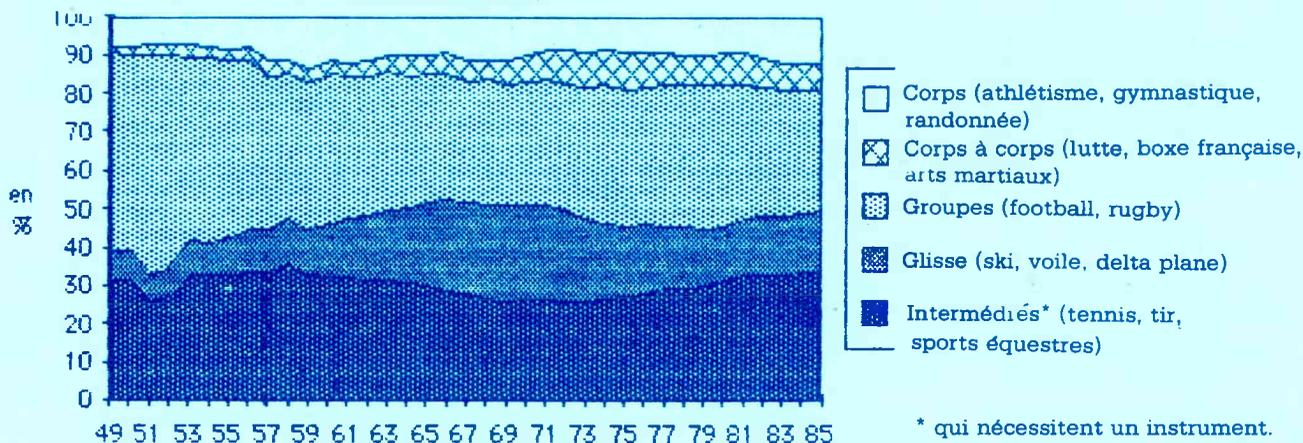
Le sport reflétera donc les tendances de l'organisation sociale. C'est pourquoi, actuellement, la valorisation des qualités personnelles au détriment de l'appartenance à des groupes (cellularisation de la société) se traduit par le développement des sports individuels et la stagnation des sports d'équipe.

Participation à une association sportive suivant la catégorie socio-professionnelle (Moyenne 1981-1985)

Etudiant	39 %
Cadre moyen	30 %
Autre actif	30 %
Cadre supérieur	30 %
Profession libérale	25 %
Commerçant, chef ent.	22 %
Employé	22 %
Ouvrier	21 %
Artisan	19 %
Ouvrier agricole	15 %
Personnel de service	14 %
Exploitant agricole	11 %
Inactif	9 %
Moyenne	18 %

Source Crédoc, enquête Aspirations.

Les grandes catégories de sports
de 1949 à 1985



* qui nécessitent un instrument.

Par le modelage culturel, le sport se fait reflet des tendances idéologiques, morales, esthétiques. C'est ainsi que l'émergence des sports d'exploit (alpinisme, plongée, sports de vitesse) dans les économies développées doit être rapprochée du renouveau de certaines valeurs (individualisme, esprit de compétition, élitisme). L'essor des nouveaux sports de corps correspond à une nouvelle idéologie de l'apparence sociale (beauté, forme, sveltesse) : l'aérobic est ainsi plutôt un sport de « look » qu'un sport d'hygiène. Dans les sports de glisse, l'idée de base est d'utiliser au profit de l'activité motrice une partie de l'énergie en provenance du milieu naturel (vent, gravitation, portance, etc.). Ce n'est plus la force qui compte, mais le traitement de l'information : on voit combien ce type de pratique est conforme à « l'esprit du temps ». Dans les sports de corps à corps, c'est cette même tendance qui favorise le développement des arts martiaux japonais, plus « cérébraux » que la lutte ou la boxe.

...et économique

L'action de notre société sur le sport se traduit également par un phénomène particulièrement important : le sport est devenu objet de consommation, il n'est plus seulement pratiqué, mais vendu. Il se voit progressivement soumis à la règle commune des produits et services industriels. C'est ainsi qu'apparaît, à côté de la demande de sport, une offre de produits sportifs à la fois institutionnelle (équipements collectifs, enseignement...) et privée (clubs, matériels...). Les lois économiques s'appliquent alors, et l'on ne sera pas surpris de retrouver dans l'évolution récente du sport des tendances que l'on observe dans les autres biens de consommation courante : individualisation des prestations (sport à la carte en fonction du niveau, des désirs, des horaires... du consommateur), servicisation (prise en charge de la logistique par le prestataire), intensification (accroissement de la densité marchande avec vente de « packages »

comme les séjours-tennis), prolifération (multiplication des disciplines), et enfin merchandising (de la chemise Lacoste aux accessoires, emblèmes, magazines...). L'évolution de l'offre de ski alpin illustre bien ces tendances : équipement de la montagne, développement de l'enseignement, de la surveillance, restauration sur les pistes, diversification du matériel et des vêtements, etc.

Dans tous les groupes de sports, on observe le développement soit de pratiques entièrement nouvelles (karaté, aérobic-stretching, etc.), soit de sports jusque-là très peu pratiqués (on pense ici à la course d'orientation, à la boxe française). Les sports traditionnels qui se développent (skis dans les dernières années ou tennis) ont quelquefois pu intégrer cette recherche de renouveau (ski hors piste) ; et ils ont également su aussi diminuer leur temps d'apprentissage grâce à un nouveau matériel (raquettes à large tamis ou skis plus courts par exemple). Ces tendances transcrivent une logique de croissance et de profit de la part des offreurs. La prolifération des disciplines est une méthode couramment utilisée pour mieux segmenter et exploiter les marchés. Le développement du sport « clés en main » découle de la même logique qui développe le produit « tout préparé » : le sport doit pouvoir être consommé à tout âge et à tout niveau pour augmenter la taille du marché.

La vente du sport sous forme de spectacle participe évidemment de la même logique économique.

L'avenir du sport

De toutes les tendances qui modèlent actuellement le phénomène sportif, c'est bien la prise de possession par l'économique qui est la plus importante. Ce n'est pas dans la psychologie des individus que s'est brutalement opérée une « révolution sportive ». Si phénomène de société il y a, paradoxalement, ce n'est pas l'explosion du phénomène sportif. En réalité, la société est saisie par le sport parce que le sport est saisi par l'économie.

Quels sont les impacts de l'essor de ce marché ? A court terme, ils sont bien sûr monétaires, même si les sports qui demandent un équipement personnel important peuvent voir leur développement freiné dans une période d'incertitude des revenus. Mais là n'est pas le plus important. On peut s'attendre à une continuation de la croissance de la consom-

mation sportive sous la pression de l'offre, mais aussi à des exigences toujours plus complexes de l'adaptation de l'homme à son milieu. Ce développement suivra les tendances que nous avons décrites : prolifération des disciplines, servicisation, individualisation des prestations, merchandising... et médiatisation.

L'histoire naturelle du sport

Le sport est une catégorie particulière du jeu, c'est-à-dire une activité dont le but n'est pas immédiatement utilitaire.

Le jeu comme apprentissage de la vie

Chez l'animal, le jeu améliore la connaissance et le contrôle de l'organisme sur lui-même et sur son environnement. Les espèces complètement « programmées » à la naissance ne jouent pas. Par contre, les espèces les plus évoluées (quelques oiseaux, les mammifères et en particulier l'Homme), qui sont les plus adaptables, doivent affiner leur connaissance du milieu par des procédures d'essai et erreur. Le jeu, la curiosité, sont les formes que prend cet apprentissage, en particulier chez le jeune.

Le jeu physique (ancêtre du sport) est donc plus particulièrement orienté vers des comportements utiles à l'espèce. Ainsi, les herbivores préfèrent jouer à fuir, et les carnivores à poursuivre.

Le sport comme détente

Chaque espèce a une tendance naturelle à exécuter certains comportements. En cas de freinage ou d'empêchement, ce besoin déborde dans un « mouvement à vide ». Ainsi, les loups et les martres, grands chasseurs à la course, ont un grand besoin de motricité. En captivité, ils le déchargent en arpentant leur cage, de long en large, pendant des heures, ce qui n'est pas le cas des animaux qui chassent à l'affût.

Cet article est tiré du rapport du Crédoc « Matériaux pour l'analyse du phénomène sportif » réalisé pour le Commissariat Général du Plan. Il est disponible au Crédoc (Prix : 220 F TTC + frais de port).

Enquête permanente du Credoc sur les aspirations des Français

INEDIT - INEDIT

La famille : une valeur stable

Pour chacun des domaines de la vie suivants, pouvez-vous attribuer une note, de 1 (pas important du tout) à 7 (très important), selon l'importance que vous lui accordez ?

Moyennes des notes attribuées de 1 à 7

	Mai 1985	Mai 1986	Mai 1987
Votre propre famille et vos enfants	6,5	6,6	6,6
La profession et le travail (ou la carrière)	5,2	5,7	5,9
Les parents, frères, sœurs, oncles...	5,3	5,5	5,7
Le temps libre et la détente	5,0	5,3	5,4
Les amis et connaissances	4,8	5,0	5,3
La religion	2,9	3,4	3,4
La politique et la vie publique	2,7	3,1	3,2

Source : Crédoc

La cellule familiale demeure la principale valeur de référence, dans la hiérarchie des domaines de la vie. Les Français lui attribuent la plus grande importance, avant le travail, les amis ou le temps libre. Dans cette hiérarchie, qui n'a pas changé depuis trois ans, la religion et la politique représentent les centres d'intérêt les moins valorisés.