
Mondial 2006 :
un été noir-rouge-or

Albrecht Sonntag

Septembre 2006

Comité d'études des relations franco-allemandes (Cerfa)



L'Ifri est, en France, le principal centre indépendant de recherche, d'information et de débat sur les grandes questions internationales. Créé en 1979 par Thierry de Montbrial, l'Ifri est une association reconnue d'utilité publique (loi de 1901). Il n'est soumis à aucune tutelle administrative, définit librement ses activités et publie régulièrement ses travaux.

Les opinions exprimées dans ce texte n'engagent que la responsabilité des auteurs.

Comité d'études des relations franco-allemandes
©Ifri, 2005 – www.ifri.org

**Institut français des relations internationales
27 rue de la Procession - 75740 Paris Cedex 15 - France
Tél. : 33 (0)1 40 61 60 00 – Fax : 33 (0)1 40 61 60 60**

Une comédie aux enjeux politiques

*Or, Messieurs, la comédie
Que l'on juge en cet instant,
Sauf erreur, nous peint la vie
Du bon peuple qui l'entend.
Qu'on l'opprime, il peste, il crie,
Il s'agite en cent façons
Tout finit par des chansons,
Tout finit par des chansons.*

Beaumarchais, *Le mariage de Figaro*

Est-il exagéré de comparer le football à une grande comédie ? Il y a près d'un demi-siècle déjà, le critique littéraire Oliver Storz, trouvait « difficile d'écartier cette comparaison : Peut-être le football est-il quelque chose comme une forme (...) moderne de théâtre populaire ». ¹ L'observation du football contemporain plaide effectivement en faveur de cette métaphore séduisante. Telle une pièce classique, chaque match possède son unité de temps, de lieu et d'action. Il illustre à quel point ce jeu en apparence si simple est doté de ressorts dramatiques extraordinaires. Chaque saison – terme emprunté non sans hasard au monde du théâtre – connaît sa programmation propre, ses héros et ses méchants, ses intrigues, ses rebondissements et ses dénouements. Et la Coupe du monde en serait le grand festival d'été quadriennal vers lequel les regards du monde entier convergent, l'événement majeur incontournable qui voit se dessiner de nouvelles tendances et qui fait naître de nouvelles légendes.

Mais la Coupe du monde est bien plus que cela. Sa dernière édition, la « *Weltmeisterschaft* » ² de l'été 2006, a montré que la scène de spectacle que fournit le football est désormais triple : la première mise en scène reste celle du jeu lui-même, théâtralisé sur les écrans du monde entier avec des moyens techniques des plus sophistiqués. S'y ajoute une deuxième mise en scène, celle que réalisent d'eux-mêmes les spectateurs devenus acteurs à part entière du spectacle. Et c'est un spectacle total : visuel (les maquillages et les affublements toujours plus excentriques),

Albrecht Sonntag est sociologue, titulaire de la chaire d'enseignement et de recherche « Europe et économies émergentes » à l'École Supérieure des Sciences Commerciales d'Angers (ESSCA).

¹ O. Storz, « Ein gutes Fußballspiel ist schöner als ein schlechtes Theaterstück », *Stuttgarter Zeitung*, Juin 1958.

² Le nom allemand de la Coupe du monde.

auditif (les chants et les cris), gestuel (les mouvements de foule tels que la fameuse *ola* mexicaine). La troisième mise en scène revient au pays organisateur, qui cherche à profiter de cette opportunité unique de se présenter au monde entier. Pour le pays hôte, la Coupe du monde est une occasion d'auto-promotion à nulle autre pareille, un « support publicitaire splendide » qui vaut facilement « plusieurs campagnes sophistiquées de communication », comme le formule le vice-président du comité d'organisation allemand, Wolfgang Niersbach : « Quand le ballon roule, c'est pratiquement le monde entier qui regarde ». ¹

Et c'est là que le football devient un enjeu éminemment politique. Ce qui explique le soutien sans faille qu'accordent les gouvernements de tous bords aux fédérations nationales candidates à l'organisation du Mondial, même si cela implique des garanties financières extrêmement lourdes. Que se promettent les dirigeants politiques d'un tel événement dont les retombées économiques restent limitées à un nombre restreint de secteurs d'activité et dont l'effet bénéfique sur leur cote de popularité est par définition volatile et éphémère ? L'enjeu prioritaire est psychologique, tant à l'extérieur qu'à l'intérieur du pays organisateur. Dans les deux cas, il s'agit d'influer de manière positive sur la perception de la nation concernée.

Pour les États qui se battent auprès de la FIFA² pour obtenir l'organisation d'une Coupe du monde, cette dernière permet à la fois de rappeler au monde leur niveau de développement économique et leur savoir-faire en matière de technologie, de logistique et de sécurité ; et de présenter un visage sympathique de la population, une image de convivialité, d'ouverture sur le monde et de tolérance. Elle leur promet de voir associer leur nom à des souvenirs d'images passionnantes et émotives produites par ce qui, au fond, reste une activité ludique, de plaisir et de divertissement. Être l'hôte de la Coupe du monde, c'est inviter le monde entier à la plus grande « fête » qui soit, lui payer une gigantesque « tournée », et c'est exactement dans cette perspective qu'a été choisi le slogan du Mondial 2006, « *Die Welt zu Gast bei Freunden* » – « Le monde invité chez des amis ». ³

Visiblement, ce n'est pas dans des résultats quantifiables qu'il faut chercher les véritables enjeux, mais dans des objectifs plus difficilement mesurables qui s'expriment dans des termes comme « image », « prestige » ou « attractivité ». Dans la configuration de mise en concurrence des États-nations, qui est celle de la mondialisation économique, le facteur de perception par les autres prend une importance primordiale pour se démarquer, se positionner sur l'échiquier global. De tels enjeux ne sont pas loin du concept de « *soft power* », terme introduit et popularisé par les théoriciens américains de la puissance. Il englobe l'ensemble de ces critères non-tangibles qui entrent dans le jeu complexe des facteurs qui confèrent de l'influence à un acteur sur la scène internationale. ⁴

¹ Entretien personnel avec Wolfgang Niersbach.

² Fédération Internationale de Football Association.

³ La version française officielle « Le rendez-vous de l'amitié » ne traduit qu'imparfaitement le slogan initial.

⁴ Voir surtout les travaux de J. Nye (à titre d'exemple, *Bound to Lead*, New York, Basic Books, 1990 ; « Soft Power », *Foreign Policy*, automne 1990, p. 153-169). Cf. aussi Ph. Moreau-Defarges, « Questions sur la puissance », *RAMSES (Rapport annuel mondial sur le*

Cependant, il ne s'agit pas seulement d'influer sur la perception des autres (« hétéro-perception »), mais tout autant sur la perception que la collectivité nationale a d'elle-même (« auto-perception »).¹ Ce que recherchent les dirigeants politiques dans l'organisation d'un événement comme la Coupe du monde dont l'objet, le football, est une passion partagée par un très grand nombre de citoyens, c'est sa surprenante capacité à créer des sentiments d'appartenance commune. Dans nos sociétés en proie à une individualisation croissante, c'est dans ces rares et précieux moments de cohésion nationale au-delà des clivages sociaux que réside le véritable pouvoir du football, celui d'être le dernier « ciment des nations ».²

La Coupe du monde qu'a vécue l'Allemagne cet été a-t-elle tenu ces promesses ? La perception du pays a-t-elle évolué ? Et le regard que les Allemands portent sur eux-mêmes a-t-il changé ? Comme pour donner raison à Beaumarchais, « la comédie que l'on juge en cet instant » semble effectivement avoir « peint la vie du bon peuple » qui l'a mise en scène cet été. Et qui plus est, son dernier acte a effectivement « fini par des chansons » ! Plus d'un demi-million de personnes s'était amassé le dimanche 9 juillet à midi devant la Porte de Brandebourg pour remercier l'équipe nationale de son parcours inespéré.³ Ils y ont entonné pour la dernière fois une série de chansons qui avaient été sur toutes les lèvres tout au long de la Coupe du monde et qui illustrent, avec une pertinence surprenante, les enjeux profonds de cette grande comédie sentimentale de l'été 2006. Nous avons choisi de les prendre comme repères pour les différents angles de vue de notre analyse.

système économique et les stratégies) 1997, Paris, Dunod, 1996, p. 121-129. Pour le rôle du football en tant que vecteur de « soft power », voir aussi P. Boniface, *Le monde contemporain – grandes lignes de partage*, Paris, Hachette, 2001, p. 230 ; et *Football et mondialisation*, Paris, Armand Colin, 2006.

¹ Cf. B. Badie et M.-C. Smouts, *Le retournement du monde. Sociologie de la scène internationale*, Paris, Presses de Sciences Po et Dalloz, 1999, p. 149.

² A. Sonntag, « Le ciment des nations », *Le Monde*, 4 juin 1998.

³ Éliminée en demi-finale par l'Italie, l'équipe d'Allemagne a terminé troisième de la Coupe du monde 2006.

Un nouveau patriotisme ?

*Einigkeit und Recht und Freiheit
für das deutsche Vaterland,
danach lasst uns alle streben
brüderlich mit Herz und Hand.
Einigkeit und Recht und Freiheit
sind des Glückes Unterpfand.
Blüh' im Glanze dieses Glückes,
blühe, deutsches Vaterland.*

Hoffmann von Fallersleben, *Lied der Deutschen*¹

Lorsque Roman Herzog fut élu président de la République fédérale en mai 1994, il déclara qu'il comptait représenter l'Allemagne telle qu'elle était réellement : « aimant la paix, la liberté, travailleuse, soucieuse de justice, tolérante et ouverte sur le monde ». ² Sa revendication d'un « patriotisme décontracté » (« *unverkrampt* ») sans complexe fit grincer des dents, tant ce genre d'injonctions flirtait avec la ligne rouge du tabou nationaliste. Douze ans plus tard, l'ancien Président reconnaît avec un grand sourire que la Coupe du monde lui a « exaucé son plus grand souhait ». ³ Le chœur des observateurs étrangers lui donne raison à l'unisson : c'est une Allemagne « apaisée », « décomplexée », « libérée », « réconciliée avec elle-même » qu'ils ont découverte cet été, et leur grand étonnement n'a été surpassé que par celui des Allemands eux-mêmes, incrédules devant leur propre entrain patriotique. Même la *Bild-Zeitung*, pourtant peu sujette à la retenue dans ce domaine, s'est montrée surprise, demandant prudemment à un rédacteur du *Spiegel* (!), Matthias Matussek, d'où venait « notre beau nouveau sentiment national ». ⁴

Le signe le plus visible de cette « normalité libératrice » ⁵ bienvenue

¹ La troisième strophe du texte de Hoffmann von Fallersleben, « Unité, justice et liberté », fait figure depuis 1952 d'hymne national officiel de la République fédérale.

² H. de Bresson, « Roman Herzog, patriote, démocrate et conservateur », *Le Monde*, 25 mai 1994.

³ Témoignage dans le documentaire télévisé « Deutschland, einig Fußball-Land » de B. Lueg et P. Sydow, diffusé sur la chaîne publique ZDF le lendemain de la finale (10 juillet 2006).

⁴ D. Schlüter, « Woher kommt unser neues schönes Nationalgefühl? », *Bild-Zeitung*, 12 juin 2006.

⁵ R. Cohen, « Germany and the Cup : a liberating normality », *International Herald Tribune*, 17 juin 2006.

a été l'appropriation massive par les citoyens des symboles nationaux dont le caractère problématique avait toujours été considéré comme quasi-insurmontable en République fédérale.¹ Le pays entier s'est paré des couleurs nationales dans toutes les versions possibles : grands drapeaux suspendus aux fenêtres, petits fanions accrochés aux voitures, maquillages, tatouages, chapeaux, perruques et autres accessoires – ce fut effectivement un été en noir, rouge et or. Encore plus surprenant fut la re-découverte de l'hymne national. Jamais il ne fut entonné aussi souvent par autant de citoyens. Il y a vingt ans, peu d'entre eux auraient été en mesure de réciter le texte par cœur. Il est bien loin le temps où, une nuit de novembre 1989, le chant spontané de l'hymne national par Helmut Kohl, Willy Brandt et Walter Momper² sur le balcon de l'hôtel de ville de Berlin-Schöneberg faisait l'objet de railleries et de sifflets, tant il était ressenti comme embarrassant, voire déplacé.

Il est difficile pour un Français – originaire d'un pays où plusieurs grands partis politiques clôturent chacune de leurs assemblées par la Marseillaise reprise par les militants – d'apprécier à sa juste mesure la rupture d'avec les coutumes et les non-dits que représente la revalorisation de l'hymne national en République fédérale. Dans sa contribution à l'ouvrage *Lieux de mémoire allemands*, l'historien Michael Jeismann diagnostiquait encore en 2001 un « effet d'aliénation » entre les Allemands et leur hymne : « Aujourd'hui encore, le *Deutschlandlied*, même quand il est censé exprimer une simple joie, contraint celui qui le chante à refouler des paroles et des dissonances qui lui étaient associées par le passé »³. Il est cependant intéressant de noter que c'est surtout dans le football que Jeismann voyait pour les Allemands la possibilité d'une réhabilitation ou ré-appropriation de leur hymne.

Depuis cet été, c'est chose faite. Et à la surprise générale, cette ré-appropriation n'a pas été limitée aux plus jeunes générations. Dans l'ensemble des médias, on a pu lire et entendre les confessions mi-ironiques, mi-embarrassées des quadragénaires ou quinquagénaires qui avaient été éduqués dans une certaine méfiance des symboles nationaux et se sont vu succomber à la vague de cet été. Représentant emblématique de cette génération, l'entraîneur très populaire Jürgen Klopp, qui officiait durant toute la Coupe du monde comme consultant technique à la télévision, s'est amusé publiquement de sa propre évolution : « Que je chanterais un jour l'hymne national, franchement, je ne l'aurais pas imaginé. Maintenant, je viens de le faire trois ou quatre fois, et ça n'a même pas fait mal ».⁴ Le sentiment le plus largement partagé dans tous ces témoignages et commentaires a été celui d'un grand soulagement. Soulagement de voir disparaître un tabou encombrant, soulagement aussi de voir que ce type de patriotisme n'était pas nécessairement teinté de relents xénophobes agressifs, soulagement enfin de constater que son expression massive n'engendre quasiment aucune méfiance à l'étranger.

Or, les épithètes accolées au nouveau patriotisme des Allemands –

¹ Cf. J. Jurt, « La nouvelle Allemagne : quels symboles ? », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n° 98, juin 1993, p. 43-58.

² A l'époque maire de Berlin-Ouest.

³ M. Jeismann, « Die Nationalhymne », in É. François et H. Schulze, *Deutsche Erinnerungs-orte III*, Munich, Beck, 2001, p. 660-664.

⁴ Témoignage dans « Deutschland, einig Fußball-Land », *op.cit.*

qualifié le plus souvent de « light », de « soft » ou de « bon enfant » – indiquent que l’expression « patriotisme » n’est peut-être pas le terme adéquat pour désigner le sentiment collectif qui s’est étalé au grand jour cet été. Certes, beaucoup de citoyens interrogés sur leur nouveau comportement y ont eu recours, mais le terme de patriotisme, avec ses connotations d’amour inconditionnel et de devoir (« *right or wrong, my country!* »), de solennité et de symbolisme relevant du sacré, reste peut-être trop ancré dans l’imaginaire conceptuel de la modernité. Par rapport à ces significations sous-jacentes, la Coupe du monde, cette manifestation profondément festive oscillant entre affirmation identitaire et exploitation ludique, voire ironique des symboles, semble davantage positionnée à l’avant-garde d’un cosmopolitisme presque post-moderne, où le patriotisme relève du folklore culturel et non plus des revendications politiques. Aussi incongru que cela puisse paraître au moment du plus grand étalage de symboles nationaux que la République fédérale ait connu (réunification incluse), le « nouveau patriotisme » allemand a déjà un air de légèreté « post-nationale ».

Il est évident que ce n’est pas le football qui crée un nouveau rapport entre les citoyens et leur identité nationale. Il a souvent été décrit comme « miroir de la société », mais cette formule trop simpliste contient une erreur d’appréciation. Il ne reflète pas la société telle qu’elle est, mais il révèle au grand jour ses aspirations, ses désirs et ses besoins. Il ne déclenche guère de mouvements ou de processus, mais il rend visibles, tangibles et compréhensibles des tendances qui lui pré-existent, préfigurant des évolutions qui le dépassent largement. L’effort de comprendre les qualités qui lui sont propres et les mécanismes psychosociaux qu’il est en mesure de susciter, permet par conséquent de relativiser la portée des observations que l’on a pu faire « à chaud » cet été.

Auto-célébration et désir de reconnaissance

*Peace on earth to everyone that you meet
Don't you worry, it could be so sweet,
Just after a rainbow you will see me,
The summer shines till the eternity,
Feel the love generation.*

Bob Sinclar, *Love generation*¹

La meilleure métaphore pour l'ensemble de la Coupe du monde 2006 est sans doute le « *Fan-Fest* », terme initialement utilisé pour l'ensemble des infrastructures, manifestations et animations mises en place dans les douze villes hôtes pour les millions de supporters internationaux qui s'étaient déplacés en Allemagne, beaucoup d'entre eux dépourvus de billets pour les matches. Ce fut réellement la « fête des fans ». Fans du football, certes, fans de leur équipe et de leurs vedettes préférées, mais aussi fans de l'été et du beau temps, fans de tout le monde, et fans d'eux-mêmes. Fans de la fête, avant tout, de cette gigantesque « *Deutschland-Party* »² comme elle a été baptisée sur la couverture du magazine *Der Spiegel*.

C'est un lapsus amusant de la journaliste de télévision Monica Lierhaus qui a le mieux résumé l'ambiance générale de cette Coupe du monde : cet « euphorisme » qu'elle diagnostiquait partout dans le pays risque de faire carrière en tant que néologisme pertinent, tant il décrit précisément la ferme résolution partagée par tous de se laisser porter par l'euphorie du moment, de fraterniser avec le monde entier, de vivre, ne serait-ce que de manière symbolique et éphémère, la vieille utopie d'une harmonie universelle. Il n'est pas surprenant que face à ses images, Kofi Annan, constatant que « ce petit football peut unir le monde entier », se

¹ « Paix sur la terre à tout un chacun que tu rencontres / Ne t'inquiète pas, tout pourrait être si doux / Juste après un arc-en-ciel, tu m'apercevras / L'été brillera pour l'éternité. » Ce titre du producteur français Bob Sinclar qui recycle habilement des figures de style du reggae jamaïcain a été choisi par la FIFA comme chanson accompagnant les apparitions de l'éphémère mascotte « Goleo VI ».

² *Der Spiegel*, 19 juin 2006.

déclare « un peu jaloux de la FIFA »¹ ...

Derrière cette envie de fête se cache un fort désir de reconnaissance. Les nations contemporaines ont besoin de prétextes comme la Coupe du monde pour se rappeler leur existence, pour mettre en scène leur unité imaginée, et pour ainsi se rassurer sur leur singularité, leur identité culturelle.² Et c'est dans la reconnaissance mutuelle des différences culturelles – réelles ou imaginées – que la fraternisation universelle est possible. Le philosophe et historien Tsvetan Todorov distingue entre deux formes de reconnaissance collective, « reconnaissance de distinction » (valorisation résultant d'une performance dans la compétition) et « reconnaissance de conformité » (intégration dans la communauté comme membre à part entière).³ Quel meilleur terrain pour assouvir ce double besoin que la Coupe du monde de football, à la fois compétition hautement valorisante qui ne nécessite que peu de capital culturel et reste ainsi accessible à tous et grande célébration symbolique des différences culturelles dans une même passion ? Face à la « *love generation* » euphorique des « *Fan-Feste* » autour du football, la légendaire « *love parade* » de Berlin, reconduite après deux années d'absence le dimanche suivant la clôture de la Coupe du monde, faisait forcément pâle figure.

*Wer jetzt nicht lebt,
wird nichts erleben.
Bei wem jetzt nichts geht, bei dem
geht was verkehrt.*

**Herbert Grönemeyer, *Zeit, dass
sich was dreht***⁴

Il n'est pas besoin de détecter dans les paroles de l'hymne de la Coupe du monde 2006 l'allusion au célèbre poème « *Herbsttag* » (« Journée d'automne ») de Rainer Maria Rilke pour saisir l'étonnement du chanteur devant la puissance émotive du football. Et parmi tous les sentiments que ce jeu est en mesure de susciter, son appel quasi-irrésistible à l'identification collective est sans conteste le plus fort.

En tant que sport d'équipe qui oppose systématiquement deux camps, le football invite tout naturellement à projeter des représentations collectives sur les équipes. Pour l'Allemagne de 2006, l'analyse de cette fonction « emblématique » est particulièrement concluante. S'il est vrai que « les équipes mettent en scène des identités collectives (...), des représentations, des sentiments et des aspirations qui leur pré-existaient »,⁵ on doit effectivement conclure que l'équipe d'Allemagne de 2006 répondait mieux à des auto-représentations précises du côté des

¹ « I'm a bit Jealous of FIFA » (interview), *Spiegel Online (English Edition)*, 18 juillet 2006.

² A. Sonntag, « Jeu universel, enjeux nationaux », *Cerveau et Psycho*, mai 2006, p. 28-31.

³ T. Todorov, *La vie commune*, Paris, Seuil, 2002, p. 95-109.

⁴ « Celui qui ne vit pas maintenant / ne vivra rien. / Chez celui qui ne se laisse pas entraîner maintenant / quelque chose ne tourne pas rond. ». Ce titre du musicien allemand Herbert Grönemeyer, qui juxtapose des couplets élégiaques et un refrain aux rythmes africains chanté en plusieurs langues, a été l'hymne officiel de la Coupe du monde.

⁵ J.-M. Faure et C. Suaud, « Les enjeux du football », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n° 103, juin 1994, p. 3-6.

millions de spectateurs allemands que la plupart de ses prédécesseurs. La célébration apparemment disproportionnée d'une équipe non-victorieuse¹ montre bien que ce qui est en jeu n'est pas en premier lieu la victoire mais « l'image stéréotypée, enracinée dans la durée qu'une collectivité se donne d'elle-même et qu'elle souhaite donner aux autres ».²

C'est donc avant tout une question d'auto-perception, et l'équipe allemande de 2006 a été perçue comme l'incarnation des aspirations du collectif qu'elle était censée représenter. Une équipe composée de jeunes gens modestes, mais confiants, qui assument leurs faiblesses et connaissent leurs limites, mais qui sont prêts à relever le défi dans un effort collectif – c'est ainsi que l'Allemagne aimerait tant se voir elle-même dans la mondialisation. Comme le pays tout entier, cette équipe a brillamment contredit les préjugés et les stéréotypes à son encontre, « elle a réussi son pari de séduire le monde ».³

On aurait tort de considérer ces réflexions sur la fonction emblématique de l'équipe nationale comme secondaires. Voir sa collectivité incarnée dans une équipe avec laquelle on peut s'identifier sans honte et qui est reconnue par autrui est un acte constitutif de l'identité nationale. Selon la formule heureuse du grand historien du nationalisme Eric Hobsbawm, « la communauté imaginée des millions semble plus réelle en tant qu'équipe composée de onze personnes nommément connues ».⁴ Dans un pays comme la République fédérale d'Allemagne, où chaque match de la « *Bundesliga* » (la première division), attire en moyenne 40 000 spectateurs, où la fédération de football regroupe presque sept millions de membres dont près d'un million de licenciées féminines, où la démission du sélectionneur vaut des émissions spéciales sur les chaînes du service public, au même niveau que d'importants conflits internationaux ou des catastrophes naturelles, l'équipe nationale doit forcément occuper une place non-négligeable dans l'inconscient collectif.⁵

¹ Cf. T. Dart, « Third becomes first », *Times Online*, 9 juillet 2006 ; M. Hertrich, « Millionen feiern das deutsche Team », *Spiegel Online*, 9 juillet 2006.

² C. Bromberger, « Football – la passion partisane », *Sciences Humaines*, hors-série n° 15, décembre 1996–janvier 1997, p. 23-25. Voir aussi du même auteur *Le match de football. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*, Paris, Editions de la Maison des Sciences de l'Homme, 1995, p. 124 ; ainsi que *Football, la bagatelle la plus sérieuse du monde*, Paris, Bayard, 1998.

³ J.-M. Butterlin, « Allemagne, on t'aime », *L'Équipe*, 6 juillet 2006.

⁴ E. Hobsbawm, *Nations and Nationalism since 1780*. Cambridge University Press, 1990, p. 143.

⁵ Cf. A. Sonntag, « Avant la Coupe du monde de football 2006 », *Documents – Revue du dialogue franco-allemand*, n° 2/06 (avril 2006), p. 28-37.

Le football dans la société allemande

*It's coming home
It's coming home,
It's coming,
Football's coming home.*

**The Lightning Seeds,
Football's coming home¹**

Pour qui connaît un peu la vieille rivalité footballistique entre l'Angleterre et l'Allemagne,² le fait que les Allemands se soient emparés cet été d'une chanson qui relate les déboires de l'équipe anglaise avec une auto-dérision très britannique ne manque pas d'ironie. Et pourtant, cela ne les a pas empêchés d'en faire le « tube de l'été » 2006. Personne ne semble en avoir pris offense, ni même les dizaines de milliers d'Anglais qui avaient envahi les villes allemandes, tant le football semble effectivement « à la maison » en Allemagne.

Pendant les années 80-90 encore, certains observateurs avaient prédit le déclin inexorable du football en Allemagne, notamment en faveur de sports individuels comme le tennis qui semblaient mieux coller à l'individualisme des temps modernes.³ Il est vrai que c'était la grande époque de Boris Becker et de Steffi Graf. Aujourd'hui, force est de reconnaître que le football survole les engouements passagers pour d'autres sports. Le tennis a presque disparu des écrans de télévision. De même, on peut se demander ce que deviendra la Formule 1 après la dernière course de Michael Schumacher... Le football, lui, semble être l'objet d'une passion authentique et durable de la part des Allemands, beaucoup moins dépendante des aléas de la compétition sportive et de la présence de héros individuels hors norme. Aujourd'hui, il domine plus que jamais la vie sportive en Allemagne. Comment expliquer cette domination ? D'où vient cet amour du football qui traverse de très larges couches de la société allemande ?

¹ « Le football rentre à la maison », chanson pop datant du Championnat d'Europe 1996 en Angleterre.

² Cf. D. Downing, *England v Germany. The Best of Enemies*, Londres, Bloomsbury, 2000.

³ Cf. H. Böttiger, *Kein Mann, kein Schuß, kein Tor. Das Drama des deutschen Fußballs*, Munich, Beck, 1993.

Beaucoup (trop ?) a été écrit ces dernières années sur « le miracle de Berne » et sur l'impact que cette victoire surprise de l'équipe allemande à la Coupe du monde 1954 pouvait alors avoir sur l'identité nationale fragilisée d'un peuple traumatisé. Tout universitaire ou politique qui se respecte se doit désormais de célébrer cet événement comme la « vraie date de naissance de la République fédérale », sans oublier de souligner que c'est à partir de ce moment que les Allemands se sentirent « redevenir quelqu'un de fréquentable » parmi les nations d'Europe.¹ C'est une thèse séduisante qui possède sans le moindre doute un fond de vérité. Mais il convient de nuancer : en 1954, l'Allemagne était déjà en plein essor économique, et elle avait été acceptée, quatre années auparavant, comme membre à part entière dans la Communauté Européenne du Charbon et de l'Acier (CECA). Il se pourrait que le surinvestissement symbolique du « miracle de Berne » soit autant le résultat du travail de ré-interprétation effectué à partir des années 80 par une nouvelle génération d'historiens davantage portés sur la culture populaire que leurs prédécesseurs et désireux de se démarquer de leurs maîtres en se penchant sur les années fondatrices de la nouvelle République.

Ceci dit, on aurait tort de sous-estimer le rôle de totem de rassemblement national qu'a toujours joué la sélection dans une société qui s'interdisait jusqu'à l'utilisation de l'adjectif « national » au point de le remplacer de manière quasi-inflationniste par le composant « *Bundes-* » (« fédéral ») – comme dans *Bundestag*, *Bundesstraße*, *Bundespost*, *Bundesbahn*, etc. Seule la *Nationalmannschaft* a toujours gardé son nom, et elle jouait pour Deutschland et non pas pour la seule RFA, avec le soutien d'un grand nombre d'Allemands de l'Est. Aujourd'hui, il n'est pas exagéré de dire que l'intégration des deux Allemagne dans sa *Nationalmannschaft* a sans doute mieux réussi que dans bien d'autres domaines de la vie publique. Ce qui est significatif, ce n'est pas tant le fait que Michael Ballack, capitaine de la sélection et chef incontesté sur le terrain soit né à l'Est, mais que ce n'est là même plus un sujet de discussion. Pour l'ancien ministre des Affaires étrangères, Joschka Fischer, pourtant peu enclin à « surestimer la signification politique » du football, la Coupe du monde constitue néanmoins « une expérience commune qui nous rapproche » entre l'Est et l'Ouest.²

Si le vaisseau phare du football allemand a pu cet été si bien catalyser l'éclosion d'un nouveau rapport à l'identité nationale, c'est très probablement grâce à un heureux hasard de l'histoire sportive du XX^{ème} siècle : le fait que dans la mémoire collective populaire le régime national-socialiste n'ait pas réussi à instrumentaliser au profit de son idéologie. Ce n'est pourtant pas faute d'avoir essayé. Comme le montrent les recherches historiques de plus en plus poussées sur l'interpénétration entre le monde politique et la sphère sportive dans les années 1933-1945, ni la fédération nationale ni la grande majorité des clubs n'ont pu se soustraire à la mise au pas totalitaire de la société.

¹ A titre d'exemple : U. Pfeil, « Le 'Mythe de Berne' de 1954 et la société allemande d'après-guerre », *Documents. Revue des questions allemandes*, n° 2/98, p. 51-57 ; C. Siemes, *Das Wunder von Bern*, Cologne, Kiepenheuer und Witsch, 2003 ; A. Heinrich, *Tooor! Toor! Tor! Vierzig Jahre 3:2*, Berlin, Rotbuch Verlag, 1994. Voir aussi le beau roman de F. C. Delius, *Der Sonntag, an dem ich Weltmeister wurde*, Reinbek, Rowohlt, 1994, sans oublier le film à succès de S. Wörtmann, *Das Wunder von Bern*, sorti en 2003.

² « Le mondial panacée de l'Allemagne » (interview), *Le Monde*, 9 juillet 2006.

La réputation de la *Nationalmannschaft*, quant à elle, a été sauvée par ... le plus grand échec de son histoire. Là où le régime réussissait magistralement à exploiter à des fins de propagande les victoires du poids lourd Max Schmeling, les records du monde des pilotes de Mercedes et d'Auto-Union, sans oublier l'impressionnante moisson de médailles lors des Jeux Olympiques de Berlin en 1936, il a connu un échec retentissant à l'occasion de la Coupe du monde de football de 1938 en France. Après avoir imposé la fusion à parts égales entre l'équipe allemande et le légendaire *Wunderteam* de l'Autriche fraîchement annexée au *Reich*, les dirigeants sportifs du régime ont été contraints de voir leur nouvelle équipe éliminée dès le premier tour par les Suisses. Dans l'histoire du football, la Coupe du monde de 1938 reste à ce jour la seule où la *Nationalmannschaft* n'ait pas fini au moins dans les huit meilleures équipes du tournoi.

En rétrospective, cet échec est sans doute la meilleure chose qui lui soit arrivée depuis sa naissance en 1908. Il a pour résultat que dans la mémoire collective populaire il n'y a pas d'images où une sélection de football fêterait son triomphe en faisant le salut hitlérien. Au contraire : les grands moments du football allemand restent indissociablement liés à l'histoire de la République fédérale : à la reconstruction de l'après-guerre (1954), aux années d'ouverture post-68 de Willy Brandt (1974), au bonheur de la réunification (1990).¹ Il ne faut pas sous-estimer la signification de ce genre de données historiques, certes considérées comme secondaires par l'historiographie officielle, mais dont l'impact durable est non-négligeable dans le « panthéon parallèle » que constitue la culture populaire d'une nation. Pour les générations de l'après-guerre, éduquées dans le souvenir omniprésent des années de la honte, cette absence apparente de « taches brunes » sur le maillot blanc de l'équipe nationale ne peut être ressentie que comme un énorme soulagement par les – très nombreux – amateurs de football.

C'est ainsi que la *Nationalmannschaft* a toujours incarné ce à quoi aspiraient les Allemands le plus au monde depuis la fin de la guerre : la normalité. Dans cette perspective, le déluge des drapeaux noir, rouge et or de l'été 2006 n'est qu'un écho lointain du mois de novembre 1950 lorsque plus de 110 000 personnes s'étaient entassées jusqu'aux lignes de touche dans un stade – celui de Stuttgart – qui donnait place à la moitié, rien que pour voir un match amical. Il s'agissait de la toute première apparition d'une sélection allemande depuis la guerre et les années d'occupation. Le résultat, une courte victoire de 1-0 contre la Suisse, n'avait pas la moindre importance. C'est le symbole qui comptait, même sans étalage de drapeaux et sans hymne national.

On peut comprendre pourquoi les Allemands sont à ce point attachés au football et à leur équipe nationale. Et il est à parier que c'est précisément l'amour envahissant de ce jeu, et le désir sincère de partager cet amour avec le monde entier dans une grande fête populaire qui aura laissé plus de traces auprès des millions d'amateurs de football qui se sont rendus en Allemagne cet été que la qualité du réseau ferroviaire ou celle de la bière locale. Même les visiteurs anglais ont bien senti que le « *Football's coming home* » entonné sans cesse n'était pas usurpé.

¹ G. Gebauer, « Les trois dates de l'équipe d'Allemagne de football », in H. Helal et P. Mignon (éds.), *Football – jeu et société*, (Cahiers de l'INSEP n° 25), 1999, p. 101-111.

La communauté du stress

*Für unseren langen Weg aus der Krise
und aus der Depression lautet die
devise:
Nichts wie rauf auf den Fußballthron!*

Sportfreunde Stiller, 54, 74, 90, 2006¹

Une Coupe du monde de football possède désormais une dimension médiatique, économique, politique et sociale telle que les attentes qu'elle suscite dans la société sont totalement disproportionnées. Durant les mois qui ont précédé la *Weltmeisterschaft*, on pouvait parfois être gagné par l'impression que le football était appelé à résoudre l'ensemble des problèmes qu'affronte actuellement la République fédérale. Or, il faut se rendre à l'évidence : c'est un événement passager dont les répercussions économiques et politiques le sont aussi. L'impact sur le marché de l'emploi restera très limité, et rien n'indique que le « fantastique coup de pub sur la scène mondiale »² aura un effet durable une fois que des manifestations néo-nazies ou les sujets internationaux qui fâchent, comme le futur « Centre contre les expulsions »³ occuperont à nouveau le devant de la scène médiatique.

Le domaine où la Coupe du monde laissera sans doute le plus de traces est celui de la cohésion nationale. Dans une conférence remarquable de novembre 1997, le philosophe Peter Sloterdijk a cherché « la raison profonde de l'être ensemble » qui fait que les individus adhèrent encore aujourd'hui à « un projet commun, une histoire commune, une illusion commune, alors qu'il est en même temps évident que ces immenses corps sociaux sont déchiquetés par des anti-thèses élémentaires et par les clivages des passions incompatibles ».⁴ En développant, sans la nommer, la thèse de la communauté imaginée qu'avait formulée Benedict

¹ « Sur notre long chemin pour sortir de la crise / et de la dépression / nous n'avons qu'une devise : / il faut monter sur le trône du football ! ». Ce tube de l'été – non-dénué d'une auto-ironie rafraîchissante – dont le titre égrène les années des trois victoires allemandes en Coupe du monde en anticipant une quatrième en 2006 a été lancé par un groupe de pop munichoïse. Dès l'élimination de l'équipe allemande, le dernier chiffre a été modifié en 2010...

² J.-M. Lanoë, « L'Allemagne a brillamment gagné son pari », *France Football*, 11 juillet 2006.

³ Voir la *Note du Cerfa* n° 34 de Daniela Heimerl.

⁴ P. Sloterdijk, *Der starke Grund, zusammen zu sein*, Francfort-sur-le-Main, Suhrkamp, 1998, p. 28 ; texte initialement paru sous le même titre in *Die Zeit*, 2 janvier 1998.

Anderson,¹ Sloterdijk en arrive à la conclusion que ce n'est que dans des moments d'autosuggestion hystérique que les nations parviennent à « se persuader en tant que communauté de stress vibrante qu'elles existent bel et bien ».²

Pour des nations qui n'ont plus recours à la guerre, rien n'est aussi propice à produire ces « communautés de stress » que les équipes de football engagées dans une grande compétition internationale. Elles produisent au sein du corps social ce qui est désormais convenu d'appeler le « *feel-good factor* », contribuant ainsi à ce que notre identité nationale continue de nous apparaître comme « évidente », « naturelle », « normale ». Cette « explosion » de sentiments d'appartenance positifs est ressentie encore plus fortement dans une période marquée par le doute sur le devenir de la collectivité nationale.³

Le football ne résout aucun problème dans la société. Mais en tant que vecteur primordial de la culture populaire, il est un élément non négligeable de la vie publique. Il est avant tout une métaphore puissante qui rend les choses palpables, compréhensibles pour le grand public. Dans l'Allemagne de 2006, il a donné une grille de lecture accessible et particulièrement intéressante pour la grande question des réformes du modèle socio-économique et la résistance que rencontrent ceux qui veulent les mettre en œuvre.

¹ B. Anderson, *Imagined communities*, Londres, Verso, 1983 ; paru en français sous le titre *L'imaginaire national. Réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme*, Paris, La Découverte, 1996.

² P. Sloterdijk, *op.cit.*, p. 42.

³ « Tout d'un coup, une explosion positive » (interview avec G. Vigarello), *Le Monde*, 4 juillet 2006.

Les réformes impossibles ? Un bilan teinté de scepticisme

*Dieser Weg wird kein leichter sein,
Dieser Weg wird steinig und schwer.*

Xavier Naidoo, *Dieser Weg*¹

Il est auréolé de son succès historique indiscutable, mais incontestablement sur le déclin ; il a besoin de réformes substantielles urgentes afin de recouvrir une compétitivité perdue, mais il est enlisé dans des institutions bloquées par des résistances corporatistes – est-ce là l'inventaire du fameux « modèle social » sur lequel fut bâtie la réussite économique de la République fédérale ou la description de l'état actuel du football allemand ? Les parallèles, toutes proportions gardées, sont surprenants. L'histoire de la Coupe du monde 2006 a été une parabole concluante sur la réformabilité de la société allemande et sur le destin de celui qui accepte d'assumer le rôle du réformateur.

Quand l'ancien footballeur international Jürgen Klinsmann s'est proposé en juillet 2004 pour sortir en tant que sélectionneur national le football allemand de l'une des crises les plus graves de son histoire, peu ont saisi les implications de sa nomination. Lui-même ne faisait pourtant aucun secret du fait qu'il n'acceptait cette mission que sous la condition d'avoir les mains libres pour mener les réformes à son rythme et avec des méthodes qui, face au conservatisme de ce milieu, ne pouvaient être que radicales.

Ces méthodes, très vite décriées et raillées par une très grande partie des représentants des instances sportives et de la sphère médiatique, consistaient notamment en l'application de techniques modernes du management. Après une carrière sportive menée en Italie, France et Angleterre et une deuxième carrière d'homme d'affaires aux Etats-Unis, Klinsmann a imposé au football allemand, qui se complaisait depuis des décennies dans son vase clos national, une perspective résolument internationale (*benchmarking*), s'entourant des meilleurs experts sans se soucier de leurs nationalités. Afin de préserver sa famille et

¹ « Ce chemin ne sera pas des plus faciles. / Il sera semé d'embûches et ardu. » Ce titre d'un musicien soul de Mannheim, Xavier Naidoo, a été la chanson « fétiche » symbolique de l'équipe d'Allemagne.

de continuer à partager sa vie professionnelle entre la Californie et l'Allemagne, il a mis en place un système de télé-conférences avec ses co-responsables et de contact individualisé par e-mail avec ses joueurs. Sans prendre en considération les « mérites » des uns et des autres, il n'a pas non plus hésité à se séparer de certains joueurs ou d'éléments de l'entourage de l'équipe qui ne souscrivaient pas à la « nouvelle philosophie ».

La réaction du milieu établi du football allemand a été d'une virulence rare, surtout durant la phase critique où son équipe n'était pas encore à la hauteur des objectifs annoncés. En peu de temps, Klinsmann était devenu « le réformateur maudit »,¹ objet d'attaques visant autant sa personnalité que son travail et sa communication². Le caractère particulièrement agressif des critiques adressées à Klinsmann est dû à l'amour-propre blessé des protagonistes, sûrs de détenir la vérité en raison des mérites historiques de leur « modèle », réticents à reconnaître un déclin pourtant évident, et peu enclins à accepter des pratiques venues de l'étranger. Le parallèle entre les difficultés de Klinsmann et celles de la grande coalition au gouvernement a été à son comble quand Angela Merkel, au mois de mars dernier, a convié le sélectionneur, accompagné de l'éminence grise du football allemand, Franz Beckenbauer, accessoirement président du comité d'organisation de la Coupe du monde, à un « sommet de crise » à la chancellerie. Si elle a profité de cette occasion pour saluer très explicitement le travail courageux de Jürgen Klinsmann et pour l'assurer de son soutien sans faille, ce n'est sûrement pas pour des raisons sportives, mais parce qu'elle était pleinement consciente du fait que pour beaucoup de ses concitoyens, le destin du réformateur Klinsmann préfigurait étroitement le sien.

Malgré le succès éclatant de son équipe à la Coupe du monde – preuve irréfutable de la justesse de ses choix – Jürgen Klinsmann n'a pas écouté les 95% d'Allemands qui avaient plébiscité une prolongation de son bail. Se déclarant « usé et vidé »,³ il a préféré démissionner de son poste, sachant que les réformes engagées ne pourraient sans doute pas être poursuivies sans son charisme. Même si l'on peut soupçonner qu'il n'y a pas que le besoin de repos et le souhait de retrouver une vie familiale normale à l'origine de sa décision, mais tout autant le souvenir des attaques incessantes et blessantes dont il a fait l'objet, la comparaison entre les images prises lors de sa prise de fonction il y a seulement deux ans et de sa dernière conférence de presse suggère effectivement une usure physique et mentale impressionnante. Le destin du réformateur Jürgen Klinsmann est d'ores et déjà devenu un cas d'école pour estimer le degré de réformabilité de la société allemande entière. Son parcours pourrait amener le citoyen à tirer un certain nombre de leçons.

C'est d'abord le fait que la réussite de toute réforme dépend pour une large part de la personnalité de celui qui ose s'y attaquer. Günter Grass n'est pas seul à regretter que peu de dirigeants politiques actuels possèdent cette force de Klinsmann de « poursuivre ses objectifs » en « résistant » à toutes les pressions avec « ténacité ».⁴ Si son succès au

¹ D. Kurbjuweit, « Der verfluchte Reformator », *Der Spiegel*, 13 mars 2006, p. 76-88.

² « Gerhard Schröder wurde nicht so vehement kritisiert wie Jürgen Klinsmann » (interview avec T. Alkemeyer), *Welt am Sonntag*, 12 mai 2006.

³ Conférence de presse du DFB, 12 juillet 2006.

⁴ « Ich brauche für Patriotismus keinen Fußball » (interview), *Sonntags-Zeitung*, 9 juillet

bout de deux années semées d'embûches incite les électeurs allemands à exiger de leurs dirigeants politiques la même conviction dans leurs actions et la même force de volonté au risque d'être impopulaire dans l'immédiat, le football aura apporté une contribution essentielle au débat public.

Le travail de Jürgen Klinsmann aura peut-être aussi préparé le terrain pour une meilleure acceptation de méthodes nouvelles. Comme le résumait l'éditorial du journal *Die Zeit* avant même la fin du tournoi, « si son projet '*Challenge 2006*' si souvent raillé porte un message, ce sera celui-ci : ayez confiance en vos visions, prenez le risque d'adopter des perspectives inhabituelles sur ce qui est familier, déléguez le travail pratique à des experts loyaux, ignorez les défenseurs d'intérêts corporatistes et les lobbyistes. De cette manière, on peut gagner plus que quelques matches de football ». ¹

Enfin, les deux années précédant la Coupe du monde ont aussi révélé à quel point les mass média de tous bords contribuent aux blocages mentaux qui rendent les réformes si difficiles. Leur attitude a été marquée par un opportunisme flagrant – tous ont retourné leur veste dans les deux premières semaines de la Coupe du monde – et par une incapacité affligeante à faire abstraction du populisme de court-terme au profit d'une amélioration substantielle dans la durée. Les citoyens et électeurs sauront-ils se souvenir de cette leçon et la transposer à des contextes politiques comparables ? Rien n'est moins sûr, même si l'immense majorité des opinions formulées dans les forums et blogs consacrés à la démission de Jürgen Klinsmann indiquent une certaine prise de conscience.

En dressant un premier bilan de cette Coupe du monde retentissante, le scepticisme reste donc de mise. Pour reprendre la métaphore de la « comédie » développée au début de ce texte, il est fort probable que la Coupe du monde reste simplement comme un « songe d'une nuit d'été » dont on se souviendra longtemps avec émotion, mais duquel on aura été rappelé assez vite à la dure réalité des problèmes économiques et sociaux.

2006. Voir aussi l'interview avec Jürgen Klinsmann, « En réformant, on se met en danger », *Le Figaro*, 22 mars 2006.

¹ C. Siemes, « Aber schön war's doch », *Die Zeit*, 6 juillet 2006.