

Cultures urbaines et activités physiques et sportives.
La « sportification » du parkour et du street golf comme
médiation culturelle

FLORIAN LEBRETON

Université Européenne de Bretagne–Rennes II

GUILLAUME ROUTIER

Université Européenne de Bretagne–Rennes II – STAPS

STEPHANE HÉAS

Université Européenne de Bretagne–Rennes II – STAPS

DOMINIQUE BODIN

Université Européenne de Bretagne–Rennes II – STAPS

Résumé

L'article explore le processus de « sportification » – ie. la transformation d'une activité physique en un sport régulé par un ensemble de règles et de normes, légitimées par des institutions de tutelle – à partir de deux pratiques originales que sont le *parkour* et le *street golf*. Pour étudier ces pratiques, nous avons croisé les apports de la sociologie urbaine et ceux de la sociologie des sports contemporains en respectant les principes méthodologiques d'une sociologie qualitative. Un premier point porte sur le processus de « sportification » lui-même, sa définition, ses différentes étapes et le rôle joué par la communication des acteurs concernés sur l'espace public. Cette médiation culturelle nous montre comment le mouvement d'institutionnalisation que représente la « sportification » conduit dans le même temps à une reconfiguration des pratiques physiques elles-mêmes. Des événements récents illustrent cette

reconfiguration en cours, nous les détaillerons. Enfin, nous montrons les effets produits par le processus sur la définition même des cultures urbaines et sportives : mise en spectacle des activités, collaboration renforcée avec les media-culturels, polarisation entre différents types de conception et de pratiques, dans le cas du *parkour*, autour d'une opposition entre deux des fondateurs.

Abstract

The article explores the process of “sportification” — i.e., processing physical activity in a sport regulated by a set of rules and standards, legitimized by supervisory institutions — from two originals practices, parkour and urban golf. To study these practices, we crossed the contributions of urban sociology and of the contemporary sociology of sport while respecting the methodological principles of qualitative sociology. A first point concerns the process of “sport” itself, its definition, its various stages, and the role played by communication of stakeholders on public space. The cultural mediation shows us how to institutionalize the movement that represents the “sports” resulted in the same time reconfiguration of physical practices themselves. Recent events illustrate the ongoing reconfiguration, we will detail them. Finally, we show the effects produced by the process on the definition of urban culture and sports: setting sight of activities, enhanced cooperation with the media-cultural, polarization between different types of practical in the case of parkour, around a confrontation between two of the founders.

LES ACTIVITÉS PHYSIQUES ET SPORTIVES (APS), analysées en tant que phénomènes de société à part entière, mobilisent des usages du corps qui permettent de repérer des processus d'intégrations mais aussi et surtout de différenciations sociales. Chercher à se différencier des autres est au cœur de l'émergence de nouvelles formes d'engagement dans les APS. Cet engagement se décline alors en *formes* ou pratiques différentielles comme en attestent la diversité des APS et leurs modalités de pratique aujourd'hui. Cette modification de l'espace sportif, reconstruit en permanence par des formes d'engagements pluriels, ne doit alors pas être ignorée si l'on veut comprendre les évolutions contemporaines des cultures sportives. Ces nouvelles formes d'APS semblent marquer bien davantage des manières d'être, différentes, dans nos sociétés modernes, que des processus de transformations qui conduisent à une « différence culturelle » (Wieviorka et Ohana 2001).

Qui plus est, une ressemblance culturelle propre aux nouvelles activités physiques et sportives urbaines peut être relevée : la création d'une urbanité ludique par la pratique sociale de l'espace urbain (Lefebvre 2000). Dans le cadre de cet article nous cherchons à analyser le mouvement de

sportification engagé par les communautés pratiquantes du *parkour* et du *street golf*¹. Fortement investies par le business sportif et ses logiques marketing, ces communautés alternatives sont en phase de pouvoir s'institutionnaliser et, comme le notent Rinehart et Sydnor (2003) à propos d'autres activités, de perdre leur impact alternatif quand la soif de reconnaissance se fait ressentir. Pourtant il semble nécessaire de nuancer notre regard sur la manière dont les pratiques qualifiées d'émergentes se transforment pour s'institutionnaliser ou au contraire luttent pour ne pas se conformer aux logiques sportives traditionnelles. Nous nous contenterons du premier aspect ici. Ainsi, nous observons un double jeu, entre « ombre » et « lumière » ; jeu avec l'ombre dans la mesure où quelques pratiques incarnent une forme de clandestinité urbaine² ; jeu avec la « lumière » quand d'autres aspirent à une reconnaissance publique et institutionnelle. C'est le cas du *parkour* et du *street golf*. En effet, nous assistons à une progressive « sportification » de ces dernières. Les pratiquants se fédèrent avec la même logique : être visible aux yeux de tous – institutions sportives et urbaines, médias culturels, sponsors, événements, etc. – pour acquérir la reconnaissance de leur pratique et de leurs pratiquants. Pour autant, il arrive que tous ne soient pas favorable à cette institutionnalisation comme peut l'illustrer la scission entre les modalités de pratique, et donc les logiques d'actions, valorisées par les « pères fondateurs » du *parkour*.

Nous entamerons notre discussion par la présentation de la méthodologie de recherche, réalisée avec les outils de la sociologie qualitative (ethnographies, entretiens, matériaux écrits, observations participantes). Cet article fera appel principalement à cette deuxième forme de matériaux. Deux points viendront ensuite alimenter notre thèse. Tout d'abord, nous définirons le processus de sportification permettant à la pratique d'acquérir une reconnaissance institutionnelle entre autre. Il y sera détaillé les phases successives du processus pour le *parkour* et le *street golf* : l'acquisition d'une reconnaissance, la mise en place d'une fédération de pratiques puis la reconnaissance institutionnelle. Enfin, nous tenterons de présenter succinctement les premiers effets de la sportification sur la logique et les modalités de pratiques : mise en spectacle, collaboration avec les média-culturels, réorganisation des communautés pratiquantes, etc. Mais avant toute chose il nous semble important de revenir sur les deux activités étudiées et notamment sur ce qui fonde à proprement parler leur ancrage dans la ville ;

1. Le *parkour* est une activité physique et sportive, mélange de gymnastique et de course à travers les mobiliers urbains. Cette pratique a été largement popularisée avec la réalisation du film « Yamakassi » par Luc Besson en 2001. Le *street golf* quant à lui désigne une activité dérivée du golf et consistant à frapper une balle spécifique en direction de trous ou de tout autre cible urbaine.

2. Nous avons analysés deux autres pratiques urbaines qui correspondent à ce cas de figure : spéléologie urbaine et le BASE-jump urbain (saut en parachute à partir d'un point fixe : la Défense, Montparnasse, la Tour Eiffel par exemple).

plus encore nous avançons l'idée que ces pratiques sont non seulement *dans* la ville, mais bien plus, elles s'en inspirent et deviennent des pratiques *de* la ville.

Des pratiques inscrites dans l'espace urbain

Bien qu'elles soient pratiquées en France depuis les années 1990 et 2000, ces deux pratiques ne sont pas encore populaires auprès du grand public et n'ont fait l'objet d'aucune étude particulière, si ce n'est dans le milieu anglophone. Il est donc nécessaire de les définir brièvement. En s'inscrivant au cœur des grandes villes, elles marquent les cultures urbaines de leurs emprunts respectives.

Inspiré par la « méthode naturelle » ou l'« hébertisme » de G. Hébert (1942) – méthode d'entraînement du corps³, le *parkour* est aujourd'hui une activité physique et sportive reproduisant certains exercices corporels sur les mobiliers urbains. L'objectif étant de déambuler librement à travers la ville pour y exécuter des mouvements gymniques et athlétiques le tout en harmonie avec les architectures et l'environnement urbain. Les traceurs, nom que l'on attribue aux pratiquants, ont alors inventé un ensemble de gestes techniques adaptés à l'environnement urbain. Le tableau suivant (Tableau 1) récence quelques figures pour le moins évocatrices de cette activité urbaine.

Le street golf illustre quant à lui parfaitement la transformation culturelle des APS contemporaines car il est une adaptation du golf traditionnel à l'environnement urbain. Axée sur la déambulation dans la ville, le jeu consiste à jouer sur le bitume avec une balle de type semi-rigide et des fers spécifiques. Le mobilier urbain devient ainsi une cible sur laquelle les pratiquants se concentrent : poubelles, jardins publics, bancs publics, panneaux de signalisation, etc. L'espace de jeu est lui aussi inspiré par l'environnement urbain, il n'est donc jamais figé, il se réinvente perpétuellement au hasard des déambulations urbaines. En d'autre terme le street golf, prenant parfois le nom d'urban golf ou encore de cross golf, est une mutation du golf traditionnel qui s'est orientée vers un des plus grands terrains de sport : la rue.

Méthodologie

Il n'est ici pas question de revendiquer haut et fort une quelconque appartenance à l'anthropologie plus qu'à la sociologie, et inversement. En se penchant sur les pratiques sociales, tout autant que culturelle et ludiques en milieu urbain, notre projet est simple et complexe à la fois : étudier la

³. L'entraînement préconise principalement de développer les actions motrices suivantes : la course, la marche, le saut, le grimper, le lever, la quadrupédie, le lancer, l'équilibre, la défense et la natation.

Tableau 1

De quelques figures spécifiques du *parkour*

Nom de la figure	Description
« saut de chat »	appuie avec mains, sauter un obstacle en passant les jambes entre les mains
« saut de fond »	se réalise par une poussée vers l'avant dans le vide nécessitant une réception sur les pieds. Le franchissement s'achève par une roulade
« saut de bras »	basé sur un saut, il s'agit ici de réceptionner avec les mains, les bras ou le coude pour saisir le bord d'un mur
« passe-muraille »	technique de franchissement d'un mur d'une hauteur assez importante : consiste à prendre appui sur le mur avec un pied pour atteindre une plus grande hauteur afin de saisir une prise pour passer l'obstacle
« saut de précision »	c'est la maîtrise de l'atterrissage, la cible, un point fixe de petite taille, qui nécessite une évaluation fine du saut pour atterrir précisément
« tic-tac »	technique de franchissement d'un petit obstacle. En courant, placez un pied sur le mur et l'employez comme équilibre pour se propulser et franchir l'obstacle suivant
« lâcher »	se lâcher d'une hauteur en chute libre, pour se réceptionner sur les jambes ou rattraper une autre prise
« balancer »	suspendu à l'aide des mains sur une barre, lancer le corps d'avant en arrière afin de se lâcher pour rattraper une autre prise ou exécuter une réception
« wallflip »	prendre appui avec un appel du pied sur un mur, puis faire un salto avant ou arrière à 360°
« planche »	technique pour monter sur un plan ou vous tenez les bras au dessus de l'obstacle. Placer les mains à hauteur de l'obstacle, prendre appui, puis élever le reste du corps à la force des bras pour monter vers le haut

société contemporaine et ses innovations (sportives, culturelles), soit notre environnement immédiat et quotidien, à partir d'outils pertinents pour accéder aux significations des acteurs. Ainsi, nous privilégions la dénomination socio-anthropologique pour caractériser notre enquête et montrer le processus de rapprochement que nous tentons entre l'observation et l'entretien. Nous avons donc étudié ces pratiques et ses acteurs sur trois années à raison de contacts réguliers mais non continus. Cette immersion « flottante » sur le terrain s'inscrit dans une problématique de recherche plus précise où nous nous sommes intéressés aux pratiques ludiques et sportives exécutées de manière informelle sur les espaces urbains (Lebreton 2009). À partir d'observations participantes, de participations observantes, d'entretiens semi-directifs répétitifs (N = 10), de récits de pratiques (N = 5), le

suivi de quelques communautés virtuelles (3 groupes de discussions⁴) et la récolte de matériaux divers (journaux, fanzines, tracts, sites internet, veilles documentaires, etc.), nous avons relevé deux traits culturels qu'il est important de nuancer. Le *droit à la ville*, tout d'abord, caractérise le socle commun à ces cultures urbaines émergentes (Lebreton 2009). Cependant, ce socle révèle aussi des trajectoires identitaires qui les différencient selon qu'elles acceptent ou non la massification et la sportification de leur pratique. Ce second trait sera discuté ici. L'article traite du mode de communication médiatisé à la fois par l'intermédiaire de supports écrits, oraux, visuels et virtuels. Le principe qui a guidé la recension des mentions de ces pratiques dans la presse ou les médias audio-visuels a été simple : repérer les articles de presses écrits par les acteurs de la pratique dans un premier temps puis de les compléter avec les articles journalistiques. Comment les deux types de discours participent-ils dans les représentations émanant de ces modes de communication ? Nous avons également pratiqué une ethnographie de forums internet spécialisés où des individus abolissent les frontières géographiques pour se regrouper à l'intérieur de groupes de discussions et échanger librement autour de thèmes précis : lieux de pratique, équipements, figures et mouvements corporels, philosophie de la pratique, etc. Ces données récoltées sur les forums participent aussi à la compréhension de leurs propres expériences, qu'elles soient réelles -le temps de la pratique- ou virtuelles -communauté *online* (Wilson et Atkinson 2005). Nous le savons, les espaces sociaux sur Internet sont aujourd'hui particulièrement mobilisés dans l'organisation et la communication de ces communautés.

Le processus de sportification est alors observé à la lumière de cette médiation culturelle. La socialisation de ces groupes auto-organisés bascule vers une publicisation de leurs performances et exploits de rue, ce qui suppose une réorganisation de ces groupes sociaux. Pour autant, est-ce que cela suppose une publicisation et une visibilité totale de leurs activités ? Pour répondre à cette interrogation, voyons comment le terrain ethnographié montre une ambiguïté culturelle qui marque certaines de ces communautés de pratique. C'est le cas du *parkour*, comme nous le verrons, divisé entre deux logiques d'actions : *parkour* vs *free running*. Les forums deviennent alors un lieu de discussion ouvert où chacun expose sa conception et sa philosophie de la pratique. Les ethnographies deviennent alors une source de renseignements complémentaires aux entretiens réalisés sur le terrain, *in situ*. Sur un même espace, « virtuel », nous avons accès à différentes logiques de pratique qu'il est difficile de rencontrer simultanément sur le terrain *in situ*. L'ethnographie est un outil descriptif et analytique au service de l'anthropologie. Notre approche socio-anthropologique est alors héritée de la typologie anglo-saxonne qui regroupe dans

⁴ Parkour.net, parkour.com, parkourfrance.com, urbanfreeflow.com

un même mot les termes d'ethnographie, d'ethnologie, et d'anthropologie, dont Bromberger dit que ce « sont les trois maillons d'une même chaîne, un « package » dont les éléments sont comme soudés entre eux » (Bromberger 2004:116). Ce point méthodologique est essentiel à nos yeux car il caractérise un projet précis : étudier l'homme dans la société contemporaine et urbaine dans ses différentes expressions culturelles/corporelles. Pour ce faire, nous avons eu recours à l'utilisation de méthodes diverses et variées comme précisé précédemment. L'objectif de cette méthodologie consiste à analyser les significations que les individus attribuent à leurs comportements et y repérer les cohérences ou bien les éventuelles contradictions entre un discours et une pratique. Voyons d'un peu plus près comment le terrain ethnographié nous livre d'un peu plus près la stratégie de médiation culturelle adoptée pour être visible aux yeux de tous.

La « sportification » pour se conformer

La sportification, une définition nécessaire

Plusieurs questions permettent de cerner l'étendue du problème sociologique concernant ces terrains alternatifs. Quels mécanismes conduisent et contribuent à la « visibilité » des activités ludosportives leur permettant ainsi de devenir des « sports » ? Quelles sont les effets de cette transformation sur la pratique et les modalités de pratique ? En d'autres termes, comment certaines pratiques sociales sortent-elles ainsi de l'ombre pour s'exposer à la lumière ?

Dans un premier temps, il est important de rappeler que ce processus de sportification se différencie du processus de sportivisation souvent présenté comme une caractéristique des sociétés occidentales. La différence n'est pas seulement sémantique. Il ne s'agit pas ici de traiter de la massification des pratiques physiques, déjà maintes fois analysée ou critiquée. Sous cette acception, c'est l'ensemble de la population qui se sportivise. Dès lors, le sport peut être comparé à un « fait social total » (Mauss 1923:274) car, mettant « en branle dans certains cas la totalité de la société et de ses institutions » (p. 274) il est porteur de significations, avec pour corollaires la nécessité de donner du sens à ce qui se joue dans cet espace social particulier et la probabilité d'apparition de « conflits d'interprétations » (Dumas 1999). On rencontre ainsi des situations dans lesquelles un phénomène peut être expliqué de façon également convaincante, dans des langages tout à fait différents (Soulé, Routier, et Corneloup 2009). Plus précisément, la sportification traite du processus de transformation d'une activité physique en un « sport », régulé par un ensemble de règles et de normes, toutes légitimées par des institutions de tutelle (Elias et Dunning 1986). En ce sens, le sport est une institution avec une fonction sociale reconnue (Douglas 1999) et qui participe à une forme de pacification des mœurs

(Elias et Dunning 1986) car régi, réglé et régulé par les institutions⁵. Ici, nous analysons cette bascule d'activités initialement auto-organisées (*street golf* et parkour) vers un univers organisationnel spécifique – le monde des sports, organisation caractéristique des sports modernes⁶ (Guttmann 2006). Nous verrons alors comment s'organise la pratique et comment s'organisent les pratiquants aujourd'hui. Pour identifier clairement les étapes de ce processus, des traits structurants peuvent ainsi être repérés (Guttmann 2006) : sécularisme ; égalité des opportunités et des conditions d'affrontement ; spécialisation des rôles ; uniformisation des règles ; bureaucratisation de l'organisation ; quantification des performances ; quête du record.

Si le processus de sportification est fonction de ces critères observables, ils ne sont pour autant pas tous effectifs aujourd'hui à propos des terrains investigués ici. En effet, ce processus est en cours. Il est alors possible de distinguer des « degrés de sportification » (Bordes 2008, 2009) où l'institutionnalisation n'est que la « phase ultime du processus ». Il sera donc très utile d'analyser de nouveau ces pratiques d'ici quelques années et de voir comment elles se sont structurées et davantage sportifiées qu'elles ne le sont aujourd'hui. Actuellement, trois phases peuvent être observées : tout d'abord, une phase durant laquelle les pratiquants désirent et cherchent la reconnaissance des institutions ; on observe ensuite la création et la mise en place d'une fédération de pratiquants, regroupés sous une même appellation ; enfin, dernière étape, la « reconnaissance institutionnelle des autorités de tutelle » (Bordes 2009). Nous détaillerons ces trois étapes *in fine*.

Par conséquent, la sportification décrit la transformation d'une pratique physique en un sport rationalisé (Von der Lippe 2001). Ce concept permet de comprendre comment des pratiques physiques émergentes peuvent, soit être intégrées progressivement au système des sports, soit rester en retrait – dans l'ombre, pour se différencier socialement en jouant la carte de la marginalité. La ville, comme terrain d'étude, offre ces deux illustrations.

Une communication sur l'espace public

La communication peut être appréhendée comme un processus de transmission entre individus, groupes ou plus largement entre institutions. Elle est définie ici comme la stratégie utilisée par les représentants du *parkour* et

⁵. Ce que P. Parlebas définit comme étant un « processus social, notamment institutionnel, et par extension le résultat de ce processus, par lequel une activité ludomotrice acquiert le statut de sport » (Parlebas 1999:379).

⁶. Les sports modernes correspondent au modèle sportif véhiculé par l'Angleterre à partir du XIX^{ème} siècle : extension du champ des compétitions, codification des règles de jeu, institutionnalisation des pratiques et imposition d'un ordre extérieur aux groupes sportifs. Voir Elias, N., Dunning, E. (1994). *Sport et civilisation. La violence maîtrisée*. Paris. Fayard.

du *street golf* pour acquérir une reconnaissance au sein de la sphère publique. Elle vise principalement à réduire l'étiquetage déviant (troubles à l'ordre public) qui est généralement appliqué à ces pratiques informelles et aux pratiquants :

« Ce qui est sûr, c'est que personne n'a jamais pu apprécier le parkour, et ce qu'il importe le nom ou le pratiquant. C'est considéré comme l'art du voleur ou de la racaille, les gens du commun ne nous aimeront jamais vraiment. On est tous classés parmi les "voyoux". Je trouve ça bête, mais bon, c'est vrai qu'on peut être louche, quand même. » (traceur urbain, 19 ans)

Comme nous avons pu le relever au cours de nos observations participantes, certains n'hésitent pas à pratiquer sur des lieux privés et s'exposent alors aux contrôles des forces de l'ordre. Le premier cas, issu de nos carnets ethnographiques, illustre une situation problématique. Le groupe avec qui nous déambulions se trouvait sur le toit d'un bâtiment en centre ville. Très rapidement la police est intervenue pour nous interpeller. Nous avons appris à ce moment là que le voisinage les avait appelé pensant qu'il s'agissait d'un cambriolage ! À noter que les *traceurs* s'étaient dirigés en premier vers les forces de l'ordre afin de marquer l'absence de délit. Ils ne faisaient « que du sport » pour reprendre leurs mots. Après avoir procédé à un contrôle d'identité et vérifier l'absence d'infraction la police nous laissa repartir sans aucune poursuite. Le second cas fut davantage problématique. Le groupe avec qui nous nous trouvions était en pleine ascension du toit d'une usine. Les gardiens ont immédiatement appelé le propriétaire qui tenait à porter plainte pour intrusion dans un lieu privé. Une procédure policière fut alors lancée, sans suite. La majorité des interventions policières concernent ainsi la violation de lieux privés. Pour autant, la pratique sur l'espace public pose aussi quelques problèmes. Certaines municipalités prennent des arrêtés municipaux pour interdire la pratique du *parkour* sur les bâtiments publics. C'est le cas à Lisses notamment. Des panneaux de signalisation y ont été ajoutés (écoles, gymnase). En ce sens, la communication se rapporte à une forme de dialogue entrepris entre des pratiquants, originellement auto-organisés, et les différents acteurs qui composent la sphère publique. La notion de publicité est alors centrale pour comprendre le processus de sportification. On comprend l'intérêt que les traceurs ont à enclencher le processus de sportification pour gommer l'étiquetage déviant décrit précédemment :

« Avec la démocratisation du parkour, les gens apprendront à connaître et accepter ce nouveau sport, mais cela ne va pas se faire tout seul, je pense que chaque traceur doit y mettre du sien pour améliorer l'image du parkour, le développer et faire connaître notre passion autour de soi puis à plus grande échelle! » (traceur urbain, 26 ans)

Les ethnographies réalisées font alors état d'une large diffusion des informations via divers outils de communication et d'informations : presses

télevisées, presses écrites, sites internet, magazines spécialisés, etc. Qui plus est ce processus fonctionne à double sens : la publicité est à la fois une dimension constitutive de l'espace public et un principe de contrôle par les institutions (Habermas 1978). Dès lors, le partenariat de plus en plus courant entre les associations pratiquantes, les partenaires financiers et les institutions illustre cette communication externe qui caractérise les pratiques corporelles à même de se « sportifier ».

En ce sens, la communication analysée ci-dessous ne correspond pas à une opération marchande au sens strict, mais plutôt à une démarche de séduction réciproque : elle est un moyen pour les associations pratiquantes d'être proches des représentations et tendances actuelles tout autant qu'elle permet aux institutions fédérales de « recruter » d'éventuels nouveaux licenciés⁷. D'une certaine manière elle reflète une réalité sociale à double sens. Les sports urbains et leur culture sont ici le prétexte, la prothèse identitaire (Sacriste 2002), c'est-à-dire un « acte psycho-socioculturel, supports d'investissements, à travers lesquels les individus [ou les institutions] construisent leurs identités (...) sociales » (Sacriste 2002:493). Ainsi, la communication telle que nous l'employons pour décrire le processus de sportification du *street golf* et du *parkour*, est un lieu d'exposition d'un mode de penser et d'agir des pratiquants. Bien entendu, ce « lieu » doit être visible sur la sphère publique, au risque de ne pas être entendu par les institutions de tutelle : ministère de la culture, ministère de la santé et du sport, etc.

Intéressons nous, maintenant, aux différentes phases du processus de sportification tel que nous les avons analysé pour le *parkour* et le *street golf*.

Les phases de la sportification du street golf du parkour

Acquérir une reconnaissance. La reconnaissance constitue la première étape essentielle pour acquérir une notoriété publique. Celle-ci est étroitement liée aux théories identitaires (Kaufmann 2004). En effet, être reconnu par l'institution nécessite de communiquer une certaine identité, elle-même devant être clairement définie pour être reconnue et utilisée comme support de communication. Ce processus n'est pas linéaire mais récursif. Comme notion sociologique, la reconnaissance est une « étape intermédiaire entre l'identité concrète et différenciée des individus et leur appartenance éventuelle à un ensemble culturel englobant » (Larouche et Beauchemin 2003:60).

⁷. Il est important de noter ici que cette réciprocité n'est pas systématique. En effet, il existe des cas où l'institution peut refuser tout rapprochement avec telle ou telle activité dans une logique rationaliste de coûts/bénéfices. Les investissements nécessaires à l'intégration étant supérieurs aux retombées anticipées en nombre de licenciés.

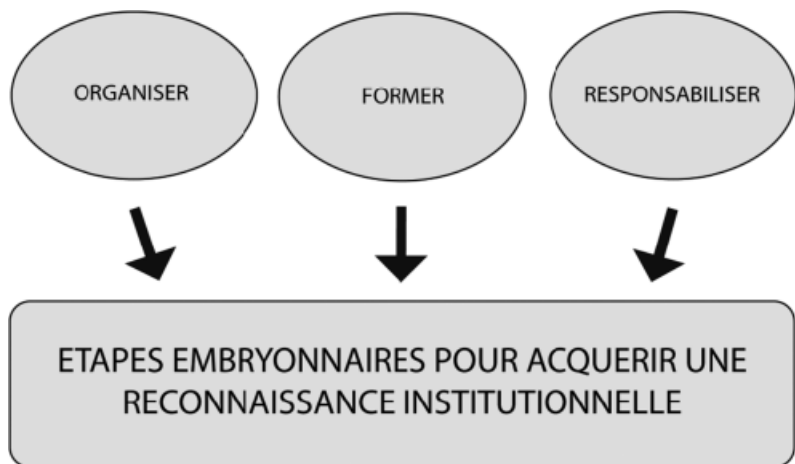
Les pratiquants du *parkour* ont entamés ce processus par la rédaction, entre autres, d'un communiqué de presse (29 Septembre 2008) intitulé : « reconnaissance du *parkour* : vers un agrément ministériel pour un sport populaire ». Quinze années ont passé après que la pratique ait démarré en France et voyagé dans un très grand nombre de pays à l'étranger. Alors que la pratique est « *fort bien connue à l'étranger et ce au détriment de son origine française* », elle n'est « *toujours pas organisée* » autour « *d'un comité ou d'une fédération* ». C'est la raison pour laquelle le processus a été enclenché autour d'une proposition qui vise un agrément ministériel. Conformément aux étapes décrites plus haut, la proposition de créer un comité sportif français du *parkour* (CSFP) a donc été transmise au Ministère de la Santé et des Sports (MSS) et au secrétariat d'Etat chargé des sports, de la Jeunesse et de la Vie associative. Dès lors, il a fallu quantifier le nombre de pratiquants en France grâce à un recensement effectué via Internet. La création du comité a pour but d'organiser le *parkour* autour des institutions, des associations et des pratiquants. L'auto-organisation par les pratiquants eux-mêmes n'est donc plus d'actualité si l'on en croit la déclaration effectuée par les représentants associatifs. De plus, pour étendre sa toile, le CSFP propose encore de « former » les nouveaux publics sensibles à cette pratique urbaine. D'une part, le public scolaire fait partie de cette offre de formation puisqu'une réflexion est menée, encore actuellement, pour intégrer le *parkour* aux programmes de l'éducation physique et sportive⁸. Néanmoins, et c'est sur ce point que le processus de sportification entre en jeu, pour faciliter son apprentissage, les modalités de pratique du *parkour* évoluent. Un seul exemple, très significatif, suffira. Des exercices d'apprentissages sont proposés en milieu fermé dans des gymnases. L'ouverture à la ville et à ses architectures est ainsi supprimée des premiers apprentissages. L'environnement urbain est remplacé par le gymnase « sportif ». Le « droit à la ville » s'estompe progressivement en même temps que le cadre spatial se transforme. Lorsqu'il heurte le macadam, le gravier ou le béton, le corps ne réagit plus de la même manière que sur le matériel sportif (tapis de gymnastique, agrès, etc.). Les techniques corporelles sont elles aussi modifiées. Le « saut de bras » (saut sur un mur et réception avec les bras) ou le « passe muraille » (franchissement d'un mur avec le pied comme prise d'appui) par exemple, ne s'exécutent plus au contact des surfaces urbaines. Ainsi, la mission éducative est fortement mise en avant pour acquérir la reconnaissance qui leur manque. Bien entendu, le CSFP propose aussi de sensibiliser le grand public à partir d'événements promotionnels

⁸. Comme nous l'évoquions, le nombre de pratiquants et le recrutement de nouveaux licenciés semblent être une condition nécessaire à l'existence d'un comité ou d'une fédération. Être représentatif d'un besoin, d'une demande, qui plus est grandissante, est en effet, indispensable pour exister et justifier cette existence.

entre autres, nous y reviendrons. Cette transformation ressemble trait pour trait à la transformation d'une escalade décalée, sport de pleine nature, ou se mêlaient à l'origine exploit et mode de vie, vers une escalade codifiée, réglementée et sportive qui, pour l'essentiel se pratique aujourd'hui sur des murs implantés dans des centres sportifs.

Le même processus est à l'œuvre pour le *street golf*. Les acteurs qui y participent cherchent à organiser les pratiquants au sein de structures communes. Pour ce faire des recensements ont également lieu pour quantifier le nombre de pratiquants et d'associations sur le territoire national. En effet, des associations de joueurs et des partenariats institutionnels voient le jour régulièrement. Quand à la promotion événementielle du *street golf*, nous verrons comment la logique marketing y est notamment développée.

Pour résumer ce premier point, l'acquisition de la reconnaissance s'articule autour de trois notions clés. D'une part, il s'agit de réunir tous les acteurs de la pratique en une organisation, puis de proposer une formation qui soit cohérente avec les statuts définis par le secrétariat d'Etat chargé des sports, de la Jeunesse et de la Vie associative. Enfin, la responsabilisation des acteurs est aussi primordiale. Cela fait écho au processus de hiérarchisation des sports modernes où les représentants de la pratique sont « responsables » de son évolution. Cela permettrait d'éviter une « *commercialisation marginale* » (déclaration effectuée par le comité de préparation à la ligue française et internationale de *parkour*) de leur activité par exemple et ainsi, engendrée des « *retombées économiques* » (dixit) importantes pour le développement futur de l'activité qui se « sportifie ». L'acquisition de la reconnaissance par les institutions se décline en trois points stratégiques :



Une fédération de pratiques. Une deuxième étape, s'observe : le développement d'une fédération de pratiques et de pratiquants. Cette étape est nécessaire pour rassembler les pratiquants autour d'une identité commune. Cette identité se construit autour des cultures urbaines. Le *parkour*, par exemple, a intégré la FNCU (fédération nationale des cultures urbaines) pour y poursuivre son objectif : créer le comité sportif français du *parkour* (CSFP). Grâce à ce partenariat « elle pourra ainsi faciliter des accords avec les collectivités locales afin d'accompagner la mise en place des clubs sur le territoire national, d'initier des projets éducatifs et sociaux et d'évaluer les besoins de structures et d'équipements » (Communiqué de presse, 29/09/2008). Bien sur, ce phénomène n'est pas nouveau et les historiens du sport ont déjà attesté d'autres processus de sportification. Ce qui fait la différence ici c'est qu'il est en marche devant nos yeux. Pour preuve, la marche amorcée il y a quelques années maintenant a conduit à la création toute récente⁹ de la fédération française des sports urbains (FFSU) à laquelle le *parkour* est affilié. Une nouvelle organisation est en cours, avec des responsables techniques et pédagogiques désignés, des éducateurs sportifs spécialisés dans l'encadrement des sports urbains, des formateurs, etc.

Le premier niveau organisationnel consiste dans le regroupement de clubs locaux, d'associations de pratiquants au sein d'une même fédération. La force de cette étape est de faire éclore, au grand jour, une variété de pratiquants jusque là sous-estimée et non comptabilisée. Rassemblée autour de comités sportifs, les traceurs s'organisent pour développer les « enjeux pédagogiques, culturels et sportifs, rassembler et fédérer toutes les énergies des institutions nationales et territoriales, collectivités, associations, réseaux, acteurs, étudiants » (idem). Cette phase suppose que la condition future, instituée, sera utile pour améliorer davantage leur développement sportif. Par exemple, en 2006, des pratiquants auto-organisés se sont rassemblés pour créer l'Association Grenobloise de *Parkour*. L'objectif est clair : se faire connaître par des démonstrations (dans le cadre des « virades de l'espoir¹⁰ » par exemple), fournir des structures (espaces clos type gymnase) puis, organiser des rencontres nationales et internationales. Depuis peu, les chaînes télévisées leur consacrent régulièrement des reportages diffusés à heure de grande écoute sur les créneaux du midi et du début de soirée (France Télévisions, TF1, Canal+).

Le *street-golf*, quand à lui, n'en est pas encore à cette étape. Ses pratiquants commencent à se fédérer en associations locales qui proposent des initiations, des évènements et des compétitions. De plus, leur affiliation à la

⁹ La création de la FFSU (Décembre 2009) fait suite aux « états généraux du sport urbain » organisé à Paris en décembre 2009 en partenariat avec la FCNU et le ministère de la santé et des sports.

¹⁰ C'est une journée nationale de mobilisation contre la mucoviscidose, maladie génétique.

FCNU n'est pas encore officielle même si elle est mentionnée dans certaines régions de France.

L'amorce d'une organisation fédérale rime avec visibilité. Pour ces acteurs, la visibilité doit être source de crédibilité pour engager des actions territoriales et nationales de grande ampleur. Le souci d'encadrer les nouveaux pratiquants n'est d'ailleurs à ce titre pas surprenant. Bien entendu, cette étape accélère encore un peu plus l'uniformisation de la pratique. Au *parkour*, les entraînements en gymnase sont maintenant proposés dans une grande partie des associations recensées par les institutions. Qu'en sera-t-il des mouvements corporels et de leurs innovations une fois la maîtrise de la technique apprise par « tous » ? Faudra-t-il retourner dans la rue, au contact du macadam, pour en découvrir de nouvelles ?

La reconnaissance institutionnelle. Troisième et dernière étape observée et analysée, la reconnaissance par les institutions de tutelle. Elle est la voie par laquelle une activité physique devient sportive. En d'autres termes, elle permet de décrire la phase où le pouvoir est « accordé et délégué par agrément (...) d'être en situation quasi monopolistique de réglementer, de gérer, de contrôler une pratique physique » (Bordes 2009). Cette ultime phase consiste en une légitimation totale de la pratique en question. Le *parkour*, par exemple, se constitue actuellement en ligues nationales et internationales. Les premiers partenariats institutionnels s'établissent entre la France et le Maroc pour monter des événements internationaux (« *parkour day morocco* »). Sans l'appui des ministères de tutelle, une telle collaboration n'aurait pu exister. Par sa gestion, la FCNU, comme fédération de tutelle, assure cette mission. Le « quadrillage » géographique - fédération des associations nationales et internationales mais aussi corporel - démonstrations des techniques - (Bordes 2009) suit logiquement son cours.

Il faut bien comprendre que ce mouvement de sportification du *parkour*, et à une moindre échelle du *street golf*, s'inscrit dans une problématique contemporaine beaucoup plus large. Celle du développement des « sports urbains » : comment affilier toutes ces pratiques au sein d'une seule et même association qui pourrait les représenter au sein des institutions ? Au stade actuel, la fédération française des sports urbains (FFSU) – sous l'égide de la FNCU - s'organise pour créer des fédérations régionales et des ligues. Le *parkour* et le *street golf* y sont inscrits. L'objectif étant de les rendre « visible » pour dispenser, sous encadrement fédéral, des formations aux pratiquants mais aussi de « *prendre des dispositions d'ordre technique permettant d'optimiser les relations administratives avec les affiliés* » (FFSU). On comprend mieux ici comment la reconnaissance institutionnelle incite au monopole « de réglementer, gérer et de contrôler une pratique physique » (Bordes 2009). Cette légitimation – au plan national - est une conséquence de la délégation ministérielle lorsqu'elle est obtenue. Après une déclaration en préfecture et son officialisation dans le « Journal

Officiel », la fédération est ensuite composée d'un « bureau » officiel – la bureaucratisation – qui va exercer son administration locale, régionale et nationale.

En résumé, à l'issue de ces trois étapes menant à une sportification de la pratique physique, les sports urbains – ici – sont constitués de trois niveaux organisationnels :

- La FFSU a pour but de créer une union d'associations sportives. Sont concernées les associations et les sociétés à objet sportif pour y être développer, organiser et contrôler, pour le bon développement des sports urbains.
- Le comité national a pour but de réunir les représentants licenciés d'une association (comité national du *parkour* français, etc.)
- La ligue régionale des sports urbains est une association signataire d'une convention avec la FFSU. Elle a pour objectif de rassembler les différentes associations régionales pour organiser et encadrer les sports urbains à l'échelon régional dans un premier temps.

Mais, quels effets et transformations cette sportification induit-elle sur l'activité ?

Les effets de la « sportification »

Parkour et « free running », une différence culturelle ?

Le premier effet tient principalement dans la confrontation de deux logiques d'actions opposées dans la communauté des « traceurs ». A notre sens, cela renforce encore davantage l'argument central qui concerne l'évolution générale de ces exemples de pratiques urbaines. Bien que la pratique soit génériquement appelée *parkour* ou « art du déplacement », une sous-communauté s'est créée à l'intérieur de la communauté des traceurs. D. Belle et S. Foucan¹¹ se sont opposés sur la définition qu'il fallait donner à leur pratique. Alors que le nombre de pratiquants explosent en France, une différence culturelle se fait maintenant sentir entre les « primo arrivants » et les « modernes » ou néo-sportifs (Wieviorka et Ohana 2001). Certains se revendiquent du *free running* alors que d'autres, déclarent appartenir au *parkour* – ou art du déplacement. Même si les deux variantes ont en commun des similarités *aesthetic*, le *parkour* peut se définir par la recherche d'une efficacité à travers le mouvement et obéit par ailleurs à une logique de « rationalité » (Guttman 2006). Pour appuyer cette remarque, il est intére-

¹¹. Ils sont à l'origine de la création du *parkour* en France.

ssant de noter que son fondateur, D. Belle, insiste sur l'objectif premier de la pratique :

« Comprenez que cet art a été créé par quelques soldats au Vietnam pour s'échapper et s'enfuir. C'est cet esprit que j'aimerais conserver dans la pratique du parkour. Vous devez faire la différence entre ce qui est utile et ce qui ne relève pas d'une situation urgente. Ensuite, vous saurez ce qu'est le parkour et ce qui ne l'est pas. Donc si vous faites des acrobaties dans la rue sans autre but que de vous montrer, s'il vous plaît ne dites pas que c'est du parkour ! L'acrobatie existait bien longtemps avant la création du parkour. » (Parkour Worldwide Association, 08/05/2005)

Un pratiquant rencontré au hasard des déambulations soulève encore l'opposition entre ces deux logiques internes (Parlebas 1999) de pratique :

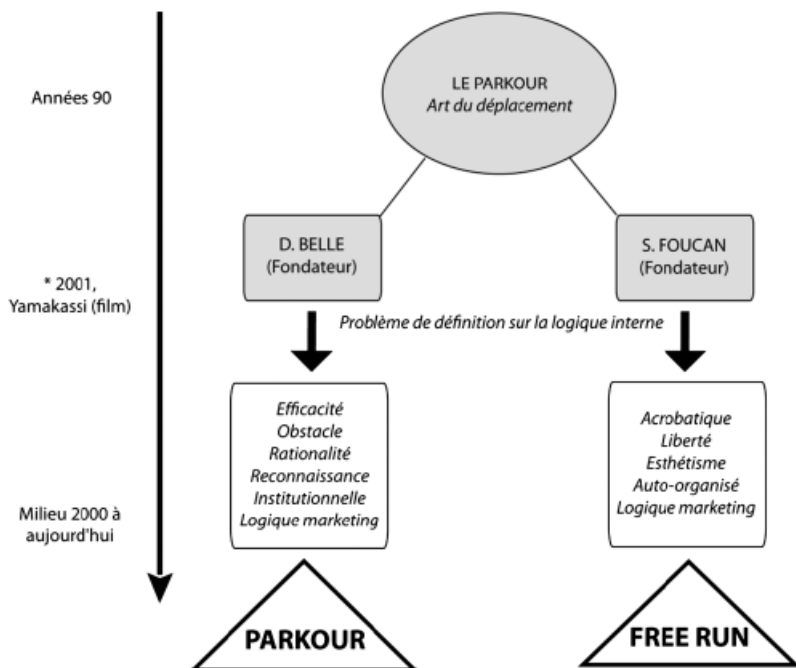
« Pour faire la différence, l'un se base sur l'esthétique, avec des acrobaties et l'autre sur un mouvement efficace sans acrobaties. » (Pratiquant parkour)

De son côté le *free running* se définit comme la recherche de la liberté avant toute chose. S. Foucan et la « nouvelle » conception qu'il véhicule se démarque ainsi de la précédente. Dans cette conception, les mobiliers urbains ne sont plus seulement des obstacles à franchir, mais des agrès avec lesquels le corps va pouvoir jouer – dans une relation sensible et esthétique avec son environnement. Les discours des pratiquants surprennent au point de pouvoir être comparés, dans les finalités données à la pratique, à celles vantées par G. Hébert (1942), quelques 80 ans plus tôt, de la méthode naturelle. A défaut d'être efficace, l'enchaînement des mouvements corporels se veut acrobatique.

« L'élément le plus important est l'harmonie entre vous et l'obstacle, le mouvement doit être élégant ... Si vous réussissez à passer élégamment au-dessus de la clôture, c'est magnifique, plutôt que de dire j'ai simplement réussi à sauter. Quel est le but dans tout cela ? » (Extrait du film *Jump London*, 2003)

Finalement, si l'on peut observer deux modes de déplacements dans la ville, *parkour* et *free run*, tous les deux ont en commun le même mode d'apprentissage. Inspiré à l'origine par la méthode naturelle de G. Hébert, les méthodes d'entraînement visent toutes à « retrouver les fonctions primaires du corps » (pratiquant *parkour*). Néanmoins, il faut bien comprendre que l'effet produit par le début de sportification du *parkour* a très certainement contribué à cette scission identitaire qui n'est pas seulement anecdotique. Elle est révélatrice des différences culturelles qui amènent, d'une part, à la reconnaissance comme discipline sportive et d'autre part, un public a résisté à ces mutations internes. Mais comme le précise un enquêté, « il faut garder en tête le but premier qui est de se déplacer librement sans contraintes ... ».

Pour bien comprendre cette scission identitaire, il est possible de synthétiser la « différence » culturelle comme suivant :



Il faut analyser encore les circuits promotionnels empruntés par chacun. Par exemple, alors que le *parkour*, suivant les traces de D. Belle, cherche à être reconnu institutionnellement pour y trouver une meilleure organisation, le *free run*, sous l'impulsion de S. Foucan, poursuit sa recherche de liberté et d'indépendance. Le *parkour* s'organise, forme et sensibilise les pratiquants autour d'une organisation fédérale tandis que le *free run* revendique son auto-organisation. Et pourtant, la logique marketing est bien commune à ces deux conceptions.

Le *parkour* bénéficie de sponsors marchands dans le cadre de ses démonstrations et autres évènements promotionnels, sans oublier le soutien apporté par les institutions (ministère, mairie). En revanche, le *free run* est exclusivement porté par les opérations commerciales de son fondateur, S. Foucan. Pour n'en citer que quelques uns : K-Swiss®, Mercedes®, Toyota® et Nike®. Il a d'ailleurs contribué à la création du premier équipement spécifique au *free run*, la chaussure « Ariake » par K-Swiss®. Il participe encore à différents documentaires spécialisés (Jump London par exemple) et est aussi chorégraphe sur quelques spectacles. La formation

n'est pas non plus absente de sa promotion. Outre le développement associatif, les clubs et autres écoles labellisées pour le *parkour*, le *free run* se développe sans la création de ces mêmes « lieux formels ». S. Foucan dispense sa « philosophie » à travers l'organisation de conférences mondiales où il sensibilise le public. Là encore, la place laissée à l'auto-organisation et aux auto-apprentissages, si ce n'est sous le regard des pairs, est primordial pour son fondateur.

Une mise en « spectacle »

Le plus évident et le plus visible des effets lié à la sportification du *parkour* et du *street golf* est leur mise en spectacle. Analysant les pratiques sportives autonomes, Adamkiewicz (1998) s'était déjà intéressé aux aspects « spectacularisables » des pratiques de glisse urbaine, alors en pleine phase de structuration. Si l'on regarde aujourd'hui ces mêmes pratiques, il semble que la mise en scène publique ait été une étape nécessaire dans le processus de reconnaissance. Il suffirait presque de regarder la considération portée aux plus exposées d'entre elles aujourd'hui : roller, skateboard, basket de rue, etc. De nombreuses manifestations publiques, exhibitions, démonstrations, et autres initiations ont contribué à l'aménagement des espaces urbains (skatepark, rollerpark, playgrounds, etc.). Ce changement de cap dans la programmation des espaces sportifs en milieu urbain peut être vu comme un aboutissement au processus de reconnaissance entamé quelques années plus tôt. Ces pratiques sont maintenant encadrées par les institutions ou organisées sous le renfort de partenaires commerciaux et institutionnels. Ces espaces sportifs se différencient de deux manières. D'une part, des lieux clos et fermés – salle de gym, fitness, skatepark par exemple – qui sont maintenant intégrés aux paysages urbains. D'autre part, des espaces temporaires – un évènement journalier ou nocturne par exemple – qui donnent l'occasion de se fondre également, le temps de l'exhibition, au décor urbain. Ces deux types de spectacles sportifs en milieu urbain sonnent l'« invocation de l'amusement, de l'exotisme et de l'aventure dans des environnements urbains » préconçus (Gibson 2005).

Dans le cas du *parkour* et du *street golf*, la spectacularisation des événements est à analyser de manières différentes. En effet, les pratiques se donnent plutôt à voir comme un « spectacle de rue » (Harvey 1989) caractéristique d'une « explosion de mécontentement populaire » (Gibson 2005). Cela signifie que le concept de spectacularisation pointe ici une forme de résistance urbaine spectaculaire et non plus seulement le spectacle de consommation (Debord 1971). Les corps acrobatiques et ludiques ainsi exposés sur les rues, les parcs et autres mobiliers, font figure de « performances culturelles qui percutent la vie urbaine de tous les jours » (Gibson 2005) car leur émergence surprend. Nous avons montré par ailleurs que l'origine du phénomène – l'environnement urbain reste à découvrir – conduit au double processus d'appropriation et de détournement.

ment (Lebreton 2009). C'est sans doute le point commun de toutes les pratiques subculturelles qui finissent, tôt ou tard, par être récupérées. Elles disent combattre « le spectacle » - et l'offre culturelle dominante - alors qu'elles se « spectacularisent » à leurs tours, notamment grâce aux media-culturels pour accéder aux écrans publics. En ce sens, différent-elles vraiment de la transformation observée par Vigarello (2002) marquant le passage des « jeux anciens aux shows modernes » ? Probablement pas dans sa structure mais dans ses finalités actuelles. La spectacularisation ne vise pas la marchandisation de ces nouvelles pratiques mais leur mise en spectacle et leur reconnaissance par le grand public et les institutions de tutelle.

Une collaboration avec les media-culturels

Les médias et les A.P.S. peuvent être liés de manière réciproque (Coakley 2004), la commercialisation des sports dépendant en partie de leur degré de médiatisation. Les médias peuvent ainsi intensifier et étendre le processus de commercialisation d'une A.P.S. tout autant que son processus de sportification. Le marché développé par ces médias d'un autre genre - souvent autoproduits (Internet, fanzines, vidéos, *broadcastings*, etc.) - participe dès lors dans l'authentification des pratiques culturelles et populaires (Wheaton et Beal 2003). D'autant plus lorsqu'il s'agit de pratiques situées en marge des circuits promotionnels traditionnels. L'exemple des X-Games aux États-Unis est criant. Sans l'appui de la chaîne télévisée américaine ESPN¹² depuis 1995, les « *eXtremes games* », qui regroupent des activités étiquetées autrefois de *counterculture* et de *subculture*, n'auraient jamais été intégrés à la culture sportive de masse - *mainstream* (Rinehart 2000). Anciennement alternatives, ces pratiques sont aujourd'hui célébrées sur tous les écrans télévisés du monde et rassemblent un public toujours plus large¹³. Qui plus est l'importante médiatisation de ces activités (skateboard, surfboard, windsurf, BMX, snowboard, etc.) ne peut se faire sans sponsors spécifiques : boissons gazeuses, bières, produits de télécommunications, équipements sportifs, textiles, etc. Les activités qui y sont présentées sont aujourd'hui regroupées sous l'expression de « sport d'action ». Dans cette « tradition inventée » (Rinehart 2008) il est important de noter que l'appropriation des APS par les médias a participé à leur intégration au système des sports et surtout en a accéléré le processus. En effet, la médiatisation d'une activité semble aujourd'hui être aussi une étape nécessaire au « recrutement » d'éventuels nouveaux licenciés et donc une étape à la sportification.

Pour ce qui est du *parkour* et du *street-golf*, les médias culturels s'y intéressant participent là aussi à sortir la pratique et ses pratiquants de

¹². Entertainment and Sports Programming Network.

¹³. Trois ans seulement après leur création, en 1998, les X-Games ont été retransmis dans 198 pays et en 21 langues (Rinehart 2000).

l'ombre pour s'exposer à la lumière, face à un public et une audience grandissante. Suite à une revue de presse approfondie et centrée sur ces deux activités nous analysons comment elles se « montrent » à l'extérieur du cercle des « traceurs » et des golfeurs. Quelle stratégie de communication est utilisée ? Il est frappant de voir à quel point leurs visibilités respectives sont dépendantes de cela.

Prenons un exemple : le *street golf* s'expose à la fois par voix de presse (papier et télévisée) mais aussi dans le cadre d'expositions thématiques situées au cœur de Paris. Une majeure partie de la communication est portée par un groupe associatif, le collectif du « 19^{ème} trou ». Nous avons recensé pas moins de quarante et un articles journalistiques entre 2005 et 2008. Notons aussi, par exemple, un « pic » de vingt-deux publications pour la seule année 2007, contre trois en 2005, neuf en 2006 et douze en 2009. Les revues ciblées sont les suivantes :

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| - Freesport | - Elle a Paris |
| - Le Parisien (5 fois) | - L'actu |
| - Le Monde | - GQ |
| - Golf européen | - Direct soir |
| - Télérama | - Choc Hebdo |
| - Libération | - Sport première |
| - L'Equipe féminine | - Courrier cadres |
| - Le nouvel observateur | - Golf Magazine (2 fois) |
| - Elle magazine | - Sport eco (2 fois) |

En parallèle de la presse écrite, le *street-golf* s'est vu offrir dix-sept vitrines télévisées, toujours sur la même période. Encore une fois, c'est en 2007 que la pratique a été exposée le plus (huit spots télévisés) sur les chaînes télévisées les plus regardées : Canal+, TF1, M6, France 2 (« Stade 2 »), France 3, Arte, Paris Première, Direct 8, etc. Utilisée plus rarement, des spots radios ont aussi été diffusés pour des interviews de joueurs et des promotions d'événements (quinze sur la même période) : Radio sport, Oui fm, NRJ, Ado fm, Radio sport Mx, RTL, France Inter, Radio France, Le mouv', Europe 1, etc. 2007 a encore été la période sur laquelle le plus d'émissions consacrées au *street golf* ont été diffusés (neuf fois). L'année 2007 figure ainsi comme une période charnière dans l'entame du processus de reconnaissance. C'est à la suite de cela que les premières organisations et les premiers partenariats se sont mis en place. La phase d'organisation a logiquement été accélérée par la suite. De toutes ces coupures, les références au « macadam », à la rue et au « pavé » sont omniprésentes : « macadam swings », « macadam golfeurs », « macadam birdie », « sous les pavés, le green », « quand le golf s'urbanise », « greens urbains », « la rue se transforme en terrain de golf » pour n'en citer que quelques unes. L'appartenance urbaine est un vecteur identitaire très fort, à la fois pour les pratiquants et l'image qu'ils véhiculent de leur pratique. Même si la ressemblance au golf traditionnel est palpable sur certains aspects, la

technique de jeu notamment, la culture de cette communauté s'en éloigne pourtant. Le street golf apparaît alors comme une pratique « sous-culturelle » du golf traditionnel, comme nous le précise le président de la fédération française de golf (FFG) :

« La FFG n'a pas de soutien officiel sur le sujet. Nous regardons avec un certain intérêt le développement de cette pratique, mais nous ne voyons pas comment l'intégrer à notre logique. Car cette discipline est différente de la nôtre et reste à la marge. Et puis, ce qui fait l'attrait du golf, c'est le respect d'une certaine tradition et de ses règles. Surtout, nous défendons un sport éco en contact direct avec la nature, ce qui est l'exact inverse du street golf » (Interview dans Free-sport, Mai 2008)

Et pourtant, la pratique s'intègre de plus en plus aux cultures urbaines. Pour preuve, certains événements sont parrainés par le Ministère du Sport et de la Santé, notamment sous l'égide de la campagne politique de mobilité urbaine « bougez autrement¹⁴ ». Alors, si une résistance existe du côté de la fédération légitime (FFG), les acteurs du *street golf* cherchent quant à eux à être cooptés. Ces opérations de communications (orales, écrites et visuelles) sont les étapes nécessaires au processus de reconnaissance entamé par ces acteurs. La promotion de la pratique se fait aussi par l'organisation d'événements publics. Des slogans comme « réinventer la rue » ou « le golf dans ta ville » se lisent sur les affiches promotionnelles. La communication visuelle est ainsi ciblée autour d'un « droit à la ville » telle que nous l'avons défini ailleurs (Lebreton, 2009). Ces événements sont de deux ordres : promotionnelle et compétitif. La promotion est organisée autour de journées ou de soirées d'initiations et de démonstrations. Souvent organisé par une association, l'événement est généralement l'occasion pour une marque de communiquer : « *this is street golf* ». On y retrouve des équipementiers, « Puma[®] », « Decathlon[®] » ou « Ethnies[®] » par exemple, pour promouvoir un « style » bien défini, le « sportswear » et le « streetwear », mais aussi des enseignes commerciales comme « Yahoo[®] », « SNCF[®] », « RATP[®] » centrée autour de thèmes plus généraux : les publics jeunes et jeunes adultes, la mobilité et les nouvelles technologies entre autres. L'aspect compétitif n'est pas non plus exempt. Un « Pro tour master » circule à travers les grandes métropoles (Paris¹⁵, Lille, Rennes) depuis 2007.

Autre caractéristique, la commercialisation des équipements spécialisés suit également son cours. Il existe, aujourd'hui, environ quatre équipementiers principaux. « Nori21[®] » tout d'abord, est une association de pratiquants qui produit, en parallèle de l'activité associative, des textiles destinés aux *street golfers*. Se définissant comme une « plateforme créative », l'association participe à entretenir la mode urbaine du moment. Il y a encore « Clunk[®] », « Mac Gregor[®] » ou « Croque & golf[®] ». Ils communiquent dans une même direction, celle qui est centrée autour de la

¹⁴. www.bougezautrement.gouv.fr

¹⁵. Parcours de 9 trous à La Défense, Trocadéro, Invalides et Bercy.

promotion des cultures urbaines. Le *street golf* cherche à être reconnue comme une pratique exclusivement urbaine et, par ailleurs, à perdre son étiquetage alternatif. En ciblant sa communication autour d'une logique marketing, la pratique va naturellement être réappropriée de l'extérieur.

Les outils de communication mobilisés pour la sportification du *parkour* sont similaires. Nous ne reviendrons pas sur l'impact majeur que le cinéma a joué dans le processus de reconnaissance. Outre le classique « Yamakasi » (Film de L. Besson, 2001), les scripts cinématographiques se régalaient de ces performances urbaines : « Rush Hour », « Jump London », « Jump Britain », « Banlieue 13 », « Casino Royal » et « K 20 The legend of the mask » pour ne citer qu'eux. La phase d'organisation du *parkour* s'accélère notamment depuis son affiliation aux fédérations nationales des cultures urbaines (FNCU) qui met le « sport urbain » - entres autres, sur le devant de la scène publique, nous en avons déjà parlé. La communication, que ce soit par voix de presse ou à la télévision, compte beaucoup également. Des articles dans le Figaro sport, « la ville pour terrain de jeu » (25/09/2006), ou encore dans le nouvel observateur, « danse au-dessus de la cité » (17-23/08/2006) vantent l'activité. Sans compter la participation télévisée aux journaux télévisés (France Télévision, Canal plus, etc.). Bref, le processus de reconnaissance est en marche.

Cependant, il faut nuancer cette évolution. L'acquisition de la reconnaissance institutionnelle n'est pas partagée par la totalité de la communauté pratiquante. En effet, devant l'impact des media-culturels, un double discours s'installe. Son importance est bien évidemment majeure pour comprendre comment le processus de sportification est accepté par certains et refusé par d'autres. Il existe alors des tensions constitutives d'un milieu dont certains acteurs recherchent à s'organiser et à s'institutionnaliser pour toutes les raisons avancées précédemment, tant vis-à-vis d'associations et de fédération sportives que vis-à-vis de sponsors. Cela fera l'objet de notre dernière partie consacrée aux effets du processus au sein de la communauté pratiquante des traceurs. Le rôle de la communication et des médias est un vecteur de l'institutionnalisation en cours et un signe de la reconnaissance déjà acquise dont certains pratiquants n'acceptent plus aujourd'hui.

Conclusion

Le vecteur intégratif du *street golf* et du *parkour* illustre en partie les transformations sociales et culturelles en cours au sein des APS. L'exemple de la France n'est bien sûr pas isolé. Des communautés de traceurs s'organisent au niveau international (Asie, Amérique et Europe). Les grandes métropoles canadiennes sont aussi concernées par l'émergence de ces cultures urbaines et sportives, et tout particulièrement Toronto¹⁶. Nous avons pu

¹⁶. Voir Atkinson, M. 2009. « Parkour, Anarcho-Environmentalism, and Poiesis ». *Journal of Sport and Social Issues*, vol. 33, n° 2, 169-94.

relever quelques traits similaires à ceux décrits ici. Il semblerait que les communautés canadiennes cherchent tout d'abord à se recenser et à faire un état des lieux des pratiquants sur le territoire Canadien. Les groupes de traceurs de l'Ontario se regroupent au sein d'une même communauté géographique et virtuelle (« *a southern ontario parkour community* ») et disposent également d'expositions télévisées (CBC Télévision, 2007 ; City TV Report, 2006, etc.). Près de six cents traceurs sont ainsi recensés pour l'Ontario du sud par exemple (Figure 1). Voici les groupes officiellement recensés en Ontario¹⁷ :

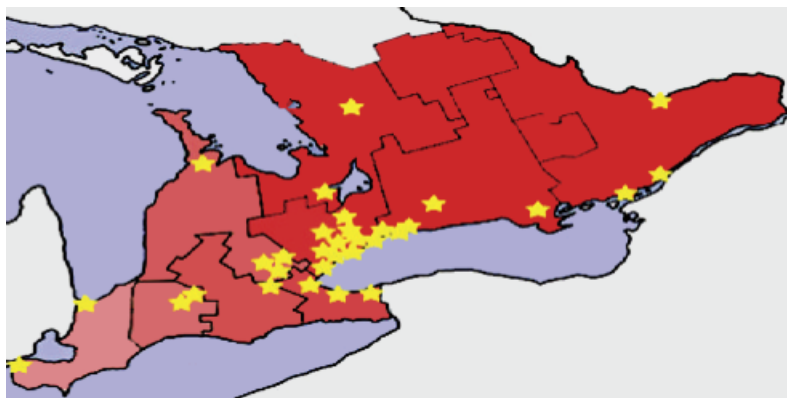


Figure 1 : Aires de pratique du parkour en Ontario.

Ainsi, les deux groupes ethnographiés nous montrent que le choix de la reconnaissance publique constitue un signe d'ouverture. En effet, nous observons une progressive sportification de ces activités autour d'une logique fédérale, alors qu'elles étaient initialement auto-organisées et donc en marge de toute institution. D'une certaine manière, les pratiquants du *parkour* et du *street golf* situent leurs activités sur des pôles culturels (sportifs et urbains) participant activement aux constructions identitaires contemporaines : qu'elles soient alors individuelles ou collectives. Les aspirations individuelles à l'autonomie et à la liberté ainsi que les aspirations collectives à la reconnaissance conduisant à des évolutions parfois significatives des activités (tant au niveau des modalités de pratique qu'au niveau de leur structuration). Par la présentation de ces deux activités, nous avons en effet voulu montrer que le mouvement d'institutionnalisation que représente ici la « sportification » conduit à une reconfiguration des prati-

¹⁷. <http://www.pkto.ca/community.php>

ques physiques elles-mêmes. Le cas du *parkour* de lui-même. La question qu'il faudra se poser dorénavant concerne les effets à long terme de l'intégration aux institutions sportives pour garantir ce qui fait l'identité des sports urbains : polymorphe, novateur, participatif, hédoniste et un tant soi peu contestataire. Comment se structurera désormais cette dernière dans ce triple mouvement d'intégration (Dubet, 1994), de réflexivité et de recherche de plaisir ?

Bibliographie

- Adamkiewicz, E. 1998. « Les performances sportives de rue. Pratiques sportives autonomes spectaculaires à Lyon ». In *Les annales de la recherche urbaine*, n°79 « sport en ville ». pp. 50-57.
- Bordes, P. 2008. Que peut-on entendre par spotivisation de l'Education physique ? In *Jeu, sport, Education Physique*, Dugas, E. (coord.), AFRAPS.
- Bordes, P. 2009. *La sportification: ses mécanismes et ses effets*, Communication orale au congrès AFS, Paris, 14-17 avril.
- Bromber, C. 2004. « Les pratiques et les spectacles sportifs au miroir de l'ethnologie ». In *Dispositions et pratiques sportives*, Société de Sociologie du Sport de Langue Française (réd.), Paris, L'Harmattan, pp. 115-28.
- Coakley, J. 2004. *Sports in Society: Issues and Controversies*, 8th Edition, New York, McGraw-Hill.
- Debord, G. 1971. *La société du spectacle*, Editions du Champ libre.
- Douglas, M. 1999. *Comment pensent les institutions*, Paris, La découverte.
- Dumas, B. 1999. « Les savoirs nomades ». *Sociologie & Sociétés*, vol. 31, n° 1, pp. 51-62.
- Elias, N. et E. Dunning. 1986. *Sport et civilisation. La violence maîtrisée*, Paris, Fayard, traduction française 1994.
- Gibson, T. 2005. « La ville et le "spectacle" : commentaires sur l'utilisation du "Spectacle" dans la sociologie urbaine contemporaine ». *Sociologie et sociétés*, vol. 37, n° 1, 2005, p. 171-95, Version électronique <http://id.erudit.org/iderudit/012282ar>.
- Guttmann, A. 2006. *From Ritual to Record. The Nature of Modern Sports*, Traduit par T. Terret. L'Harmattan.
- Habermas, J. 1978. *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, [1962] Payot.
- Harvey, D. 1989. *The Urban Experience*, Oxford, Basil Blackwell.
- Hébert, G. 1942. *L'éducation physique et morale par la méthode naturelle. Tome I. Exposé doctrinal et Principes directeurs de travail, nombreuses illustrations*, Paris, Librairie Vuibert.
- Kauffmann, J.-C. 2004. *L'invention de soi. Une théorie de l'identité*, Paris, Armand Colin.
- Larouche, J.-M. et J. Beauchemin. 2003. *Reconnaissance et citoyenneté : au carrefour de l'éthique et du politique*, Presses Universitaires du Québec.
- Lebreton, F. 2009. *Faire-lieu à travers l'urbain. Socio-anthropologie des pratiques ludo-sportives et auto-organisées de la ville*, Thèse de doctorat de sociologie, Université Européenne de Bretagne-Rennes II.
- Lefebvre, R. 2000. *La production de l'espace*, Paris, Anthropos.

- Mauss, M. 1923. Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques in *Sociologie et anthropologie*, Paris, PUF, 7^e édition 1997, pp. 143–279.
- Parlebas, P. 1999. *Jeux, sports et sociétés. Lexique de praxéologie motrice*, Paris, Editions INSEP.
- Rinehart, R. 2000. « Emerging arriving sport. *Alternatives to formal sports* ». In *Handbook of Sport and Society*, J. Coakley, et E. Dunning (réd.), London, Sage, pp. 504–19.
- Rinehart, R. 2008. « ESPN's X games: Contests of opposition, resistance, co-option and negotiation ». In *Tribal Play. Subcultural Journeys through Sport. Research in the Sociology of Sport*, vol. 4, K. Young et M. Atkinson (réd.), Emerald Group Publishing Limited, pp. 175–95.
- Rinehart, R. et S. Sydnor. 2003. *To the Extreme. Alternative Sports, Inside and Out*, New York, Sunny Press.
- Sacriste, V. 2002. « Sociologie de la communication publicitaire ». *L'Année sociologique*, 2001/2 - vol. 51, pp. 487 à 498.
- Soulé, B., G. Routier et J. Corneloup. 2009. La sociologie des sports à risque : de l'éclatement des paradigmes à une perspective d'analyse complémentariste, *Cahiers de Recherches Sociologiques* (à paraître).
- Vigarello, G. 2002. *Du jeu ancien au show sportif. La naissance d'un mythe*, Paris, Seuil, coll. La couleur des idées.
- Von der Lippe, G. 2001. « Sportification processes: Whose logic? Whose rationality? ». *Sport History Review*, vol. 32, pp. 42–55.
- Wheaton, B. et B. Beal. 2003. « "Keeping it real". Subcultural media and the discourses of authenticity in alternative sport ». *International Review for the Sociology of Sport*, vol. 38/2, pp. 155–76.
- Wieviorka, M. et J. Ohana. 2001. *La différence culturelle*, Paris, Balland, collection "voix et regards".
- Wilson, B. et M. Atkinson. 2005. « Rave and straightedge, the virtual and the reel: Exploring on-line and off-line experiences in Canadian youth subculture ». *Youth & Society*, vol. 36, n° 3, pp. 276–311.

Copyright of Canadian Review of Sociology is the property of Wiley-Blackwell and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.