

# RÉSUMÉS ET MOTS-CLÉS

## DOSSIER THÉMATIQUE

A. Gozillon

### DU CARTON ROUGE AU BUT EN OR : RETOUR SUR L'HISTOIRE DES « LADIES » DU BALLON ROND (1894-2022)

**Résumé :** Largement soutenu par la mise en place de politiques volontaristes, le football des femmes gagne en reconnaissance dans de nombreux pays européens. En Angleterre, tout particulièrement. Il faut dire que ce pays affiche un taux de féminisation (24,6 %) qui reste largement supérieur à d'autres nations. Comment peut-on expliquer cet écart ? En ayant recours à la socio-histoire et à la comparaison, nous mettons en évidence dans cet article les freins et les leviers ayant joué un rôle sur le processus historique d'institutionnalisation du football des *ladies*. Analysé sous cet angle, l'avènement contemporain de la pratique renvoie finalement aux mécanismes d'un *global game*, dont le développement international aujourd'hui interroge.

**Mots-clés :** Angleterre, football des femmes, processus d'institutionnalisation, freins et leviers historiques, socio-histoire.

### FROM RED CARD TO GOLDEN GOAL: A LOOK AT THE HISTORY OF THE "LADIES" OF FOOTBALL (1894-2022)

**Abstract:** Widely supported by the implementation of proactive policies, women's football is gaining recognition in many European countries. In England, in particular. It must be said that this country has a rate of feminisation (24.6 %) that is still much higher than in other nations. How can this discrepancy be explained? Using socio-history and comparison, this article highlights the brakes and levers that have played a role in the historical process of institutionalising *ladies'* football. Analysed from this angle, the contemporary advent of the practice ultimately refers to the mechanisms of a *global game*, the international development of which today raises questions.

**Keywords:** England, women's football, institutionalisation process, historical brakes and levers, socio-history.

L. Arrondel, R. Duhautois

**« FOOTBALL IS NOT A BIG BUSINESS BUT IS DOING WELL » OU LA TRANSFORMATION DU MODÈLE ÉCONOMIQUE DU FOOTBALL ANGLAIS**

**Résumé :** Comment expliquer économiquement le passage du *people's game* au *global game* ? Pourquoi Manchester City, par exemple, dont les origines se trouvent dans un paternalisme paroissial à St Mark's peut adopter aujourd'hui une stratégie de domination mondiale du football à travers le City Football Group ? La réponse à ces questions est bien entendu plurielle et s'appuie sur une histoire non linéaire. Le football connaît un fort succès populaire depuis ses origines jusqu'aux années 1950-1960. Le *beautiful game* entre ensuite dans sa période « sombre » pour différentes raisons : récession des années 1980, vétusté des stades, hooliganisme, entre autres. La « renaissance » à partir des années 1990 se nourrit notamment de la création de la Premier League, de la très forte croissance des droits TV et de la mondialisation du football anglais.

**Mots-clés :** argent du football, demande de football, droits TV, marché des footballeurs, Brexit.

**"FOOTBALL IS NOT A BIG BUSINESS BUT IS DOING WELL" OR THE TRANSFORMATION OF THE ENGLISH FOOTBALL BUSINESS MODEL**

**Abstract:** How can we explain economically the shift from the *people's game* to the *global game*? Why Manchester City, for example, whose origins lie in parochial paternalism at St Mark's, can today adopt a strategy of global football domination through the City Football Group? The answer to these questions is, of course, multifaceted and based on a non-linear history. Football was very popular from its origins until the 1950s and 1960s. The *beautiful game* then entered its "dark" period for various reasons: recession in the 1980s, obsolescence of the stadiums, hooliganism, among others. The "renaissance" from the 1990s onwards was driven in particular by the creation of the Premier League, the very strong growth in TV rights and the globalization of English football.

**Keywords:** football money, football demand, footballers' market, Brexit, TV rights.

M. Benammar

**« LA MARQUE DU MAILLOT ». UNE HISTOIRE ÉCONOMIQUE DE MANCHESTER UNITED**

**Résumé :** Même en n'étant plus le club de football le plus riche au monde, Manchester United reste une place forte du football. Le développement mondial de la marque Manchester United a reposé sur un nouveau modèle économique né au début des années 1990 en s'appuyant sur la création de la Premier League et sa diffusion massive à la télévision, notamment sur des chaînes à péage. Propriétaire du plus grand stade anglais, les recettes au guichet restent un point fort de son offre commerciale. Grâce à des contrats atteignant des montants records avec ses équipementiers successifs et ses sponsors-maillots, Manchester United est devenu le club le plus populaire du monde et

a dégagé des bénéfices malgré le paiement de dividendes généreux et de salaires élevés à des joueurs recrutés à prix d'or.

**Mots-clés :** Manchester United, football anglais, Premier League, mondialisation, fidélité à la marque.

### THE "JERSEY BRAND". AN ECONOMIC HISTORY OF MANCHESTER UNITED

**Abstract:** Even if Manchester United is no longer the richest football club in the world, it is still a soccer stronghold. Created during the 1990s, its new economic pattern caused a development of the global brand Manchester United. It also relied on the creation of the Premier League and its huge pay-TV income. Being the owner of the largest English stadium brought a high turnover based on match-day hospitality. Contracts with kit suppliers and sponsors made the club worldwide popular. In spite of high transfer fees, wages and dividends, it drew profits.

**Keywords:** Manchester United, English football, Premier League, globalisation, brand loyalty.

A. Sonntag

### L'EMBOURGEOISEMENT PAR L'HUMOUR. FEVER PITCH ET LE FOOTBALL ANGLAIS

**Résumé :** Trente ans après sa publication, le roman de Nick Hornby, *Fever Pitch* (Carton Jaune), témoignage d'une époque révolue, apparaît à la fois comme annonciateur, reflet et vecteur du processus d'embourgeoisement du football anglais tout au long des années 1990. Le livre a eu un impact profond et durable, non seulement sur le monde de l'édition mais aussi sur le monde du supportérisme. *Fever Pitch* procède à une réhabilitation de l'humour dans le domaine du football. Reposant sur une étude de la littérature primaire et secondaire, ainsi que sur des entretiens avec des auteurs contemporains, des journalistes et de traducteurs, l'article cherche à évaluer l'héritage de ce roman singulier, publié à un moment charnière de l'histoire du football.

**Mots clés :** embourgeoisement, humour, supportérisme, réflexivité, littérature.

### GENTRIFICATION THROUGH HUMOUR. FEVER PITCH AND ENGLISH FOOTBALL

**Abstract:** Thirty years after its publication, Nick Hornby's autobiographical novel *Fever Pitch*, testimony of a bygone era, appears at the same time as a harbinger, mirror, and driver of the gentrification process of English football in the 1990s. This book has had a profound and lasting impact, not only on publishing houses but also on the lifeworld of supporters. *Fever Pitch* also rehabilitated humour, an oft-neglected element of football fandom. Based on the study of primary and secondary literature, as well as a number of interviews with contemporary authors, journalists and translators, the article aims at assessing the heritage of this singular novel, which came out at a turning point in the history of football.

**Keywords:** gentrification, humour, fandom, reflexivity, literature.

L. Ravenel, R. Poli, R. Besson

### **LA PREMIER LEAGUE S'OUVRE AU MONDE : 60 ANS D'EXPATRIATION DES FOOTBALLEURS EN ANGLETERRE**

**Résumé :** À l'aide d'une cartographie originale, cet article examine l'évolution du nombre d'expatriés en Premier League anglaise depuis les années 1960. Marqué par une immigration sportive essentiellement britannique à l'origine, le championnat d'Angleterre s'est ouvert progressivement à l'Europe, puis au monde. Balançant entre le désir d'accueillir les meilleurs footballeurs de la planète et la volonté de préserver les joueurs et une identité anglaise, l'évolution de la Premier League illustre les effets concomitants de la mondialisation du football et des évolutions des réglementations concernant les transferts de joueurs.

**Mots clés :** expatriés, football, migrations, mondialisation, Royaume-Uni.

### **THE PREMIER LEAGUE OPENS UP TO THE WORLD: 60 YEARS OF EXPATRIATE FOOTBALLERS IN ENGLAND**

**Abstract:** This paper studies the evolution of the number of expatriate players in the English Premier League since the 1960s with the help of an original mapping. Initially characterized by a British immigration, the English league opened gradually to Europe, then to the world, balancing constantly with the desire to host the world's best footballers and the preservation of English identity. The evolution of the Premier League illustrates the simultaneous effects of the globalization of soccer and the changes in regulations concerning player transfers.

**Keywords:** expatriate players, United Kingdom, football, migrations, globalization.

J. Bréhon

### **GÉRARD HOULLIER ET « LES ANNÉES REDS » (1998-2004) : UNE BRÈCHE POUR LES FRENCHIES À L'ÉTRANGER ?**

**Résumé :** pour le passionné de football, Houllier est un nom inscrit au panthéon des entraîneurs français du vingtième siècle. Celui que l'on surnomma « le professeur » est l'une des figures incontournables dont la réputation repose en grande partie sur sa réussite à la tête des « Reds » d'Anfield Road. Dans cet article, la reconstitution de la trajectoire professionnelle du technicien, l'analyse de sa conception du métier soulignent combien, dès l'arrivée à Liverpool, l'activité du manager s'inscrit dans un « travail actoriel » assumé : homme de terrain audacieux, de pouvoir et de réseaux, l'homme du Nord est, parmi d'autres, un pionnier du management et une figure incontournable de la mobilité professionnelle ; mobilité devenue une composante essentielle de l'internationalisation du jeu.

**Mots-clés :** Gérard Houllier, manager, Liverpool FC, mobilité professionnelle, pionnier.

### GÉRARD HOULLIER AND “THE REDS YEARS” (1998-2004): A BREAK FOR THE FRENCHIES ABROAD?

**Abstract:** For the football enthusiast, Houllier is a name in the pantheon of twentieth-century French coaches. The man who was nicknamed “the professor” is one of the most important figures whose reputation is largely based on his success in charge of the players at Anfield Road. In this article, the reconstruction of the technician’s professional trajectory and the analysis of his conception of the profession underline the extent to which, from his arrival at Liverpool, the manager’s activity is part of an assumed “fieldwork”. As a man of daring, power and networks, the man from the North (of France) is, among others, a pioneer of management and an essential figure of professional mobility; mobility which has become an essential component of the internationalisation of the game.

**Keywords:** Gérard Houllier, manager, Liverpool FC, professional mobility, pioneer.

P. François

### OLSC FRANCE : COMMENT SUPPORTER À DISTANCE LE LIVERPOOL FOOTBALL CLUB DANS UN MONDE GLOBAL ?

**Résumé :** Le « supportérisme à distance » est un avatar de la globalisation. Les techniques de communication autorisent, mais sans l’expliquer, le processus par lequel un individu, par choix volontaire et définitif, inscrit dans ses pratiques sociales une dévotion à un club de football qui n’est pas situé à proximité de sa résidence. Les trajectoires personnelles des membres et celles du club du Liverpool FC. s’hybrident. Afin de ne pas se focaliser sur des représentations anachroniques de hooliganisme, entrer dans le monde de OLSC, la branche française des supporters du Liverpool FC constitue une invitation critique au voyage en compagnie de celles et ceux « qui ne marchent jamais seuls ».

**Mots-clés :** globalisation, hybridation, identités, réseaux , supportérisme à distance.

### OLSC FRANCE: HOW TO SUPPORT LIVERPOOL FOOTBALL CLUB IN A GLOBAL WORLD?

**Abstract:** Remote supportism is an avatar of globalisation. Communication techniques allow, but do not explain, the process by which an individual, by voluntary and definitive choice, inscribes in his social practices a devotion to a football club that is not located near his residence. The personal trajectories of the members and those of the Liverpool FC are hybridised. In order not to focus on anachronistic representations of hooliganism, entering the world of OLSC, the French branch of Liverpool FC supporters, is a critical invitation to travel in the company of those “who never walk alone”.

**Keywords:** globalization, hybridization, identities, networks, remote supporterism.

L. Grün

## **UN YES FUTURE POUR LE FOOTBALL FÉMININ ? LE BILAN DE L'EURO 2022**

**Résumé :** L'EURO féminin disputé en Angleterre à l'été 2022 pourrait marquer un tournant dans l'histoire du football féminin. En effet, les affluences n'ont jamais été aussi conséquentes, à la fois dans les stades et devant les postes de télévision. Ce succès médiatique s'explique en grande partie par la qualité du jeu pratiqué par les sélections européennes, qui ont démontré des progrès évidents dans de nombreux secteurs. Même s'il faut se garder de conclusions hâtives, le succès de cet Euro a sans doute permis au football féminin anglais de poser les bases d'un développement affirmé au niveau amateur et de professionnaliser réellement le haut niveau.

**Mots-clés :** femmes, héritage, médias, UEFA Euro, WSL.

## **"YES FUTURE" FOR WOMEN'S SOCCER? THE EURO 2022 ASSESMENT**

**Abstract:** The Women's Euro in England in the summer of 2022 could be a turning point in the history of women's soccer. Indeed, attendance has never been so high, both in the stadiums and in front of the television sets. This media success is largely due to the quality of the game played by the European teams, which have shown clear progress in many areas. Although one must be careful not to jump to conclusions, the success of this Euro has undoubtedly allowed English women's soccer to lay the foundations for a strong development at the amateur level and to really professionalize the top level.

**Keywords:** women, heritage, media, UEFA Euro, WSL.

E. Quirantes

## **LES SPONSORS DES MAILLOTS DE FOOTBALL DES CLUBS FRANÇAIS DE LA SAISON 1968/1969 À NOS JOURS**

**Résumé :** Le sponsoring maillot est apparu à la fin des années 1960 dans les championnats de France de première et deuxième division. L'étude des marques affichées sur la poitrine des footballeurs permet de suivre l'histoire de l'économie française depuis la fin des Trente Glorieuses. Un secteur domine, l'agroalimentaire, suivi de deux autres poids lourds de l'économie nationale : l'automobile et la grande distribution. L'apparition furtive des textiles est aussi significative de particularités locales que du déclin industriel du secteur. La présence des médias signale non seulement leur intérêt pour le vecteur football, mais aussi des tentatives d'intégration de clubs dans les grands groupes du secteur. Selon les cas, le sponsor signale aussi un jeu entre local et global à l'image des marques du groupe Lactalis soutiens indéfectibles du Stade lavallois Mayenne FC.

**Mots-clés :** économie française, Ligue 1, maillot, publicité, sponsoring.

## FRENCH CLUB FOOTBALL JERSEY SPONSORS FROM 1968/1969 TO THE PRESENT DAY

**Abstract:** Jersey sponsorship appeared at the end of the 1960s in the French first and second division leagues. The study of the brands' names displayed on the chests of footballers reveals the history of the French economy since the end of the "Trente Glorieuses". One sector dominates, the food industry, followed by two other heavyweights of the national economy : the car industry and the retail sector. The furtive appearance of textiles reveals both local particularities and the industrial decline of the sector. The presence of the media indicates not only their interest in football but also attempts to integrate clubs into the large groups of the sector. Depending on the case, the sponsor also signals a game between local and global, like the brands of the Lactalis group, faithful supporters of the Stade lavallois Mayenne FC.

**Keywords:** French economy, Ligue 1, jersey, advertising, sponsorship.

W. Andreff

### LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DE LA DIVISION 1 FÉMININE

**Résumé :** Le modèle économique du football professionnel féminin français a été encore peu étudié. En France, l'exemple du championnat de Division 1 Arkema révèle tout d'abord un déséquilibre compétitif, selon l'indice de Noll-Scully, autour de deux clubs, L'Olympique Lyonnais et le Paris Saint-Germain, qui survolent le championnat tout en brillant en Ligue des champions. Cette domination s'accompagne d'une métropolisation du football féminin de haut niveau souvent adossé à des clubs de Ligue 1. Les revenus des clubs de Division 1 restent médiocres et proviennent surtout des droits TV et du sponsoring, mais très peu des recettes au guichet et du transfert de joueuses. Un déséquilibre qui produit de l'endettement, accroît la dépendance à l'égard de l'équipe masculine de Ligue 1 et menace de relégation les petits clubs tels que Fleury ou Soyaux.

**Mots-clés :** football féminin, Division 1 Arkema, indice Noll-Scully, Ligue des champions, modèle économique.

### THE ECONOMIC MODEL OF THE WOMEN'S DIVISION 1

**Abstract:** The economic model of French women's professional football has been little studied. In France, the example of the Division 1 Arkema championship reveals a competitive imbalance, according to the Noll-Scully measure, around two clubs, Olympique Lyonnais and Paris Saint-Germain, who dominate the championship while shining in the Champions League. This domination is accompanied by the metropolisation of top-level women's football, often backed by Ligue 1 clubs. The revenues of Division 1 clubs remain mediocre and come mainly from TV rights and sponsorship but very little from box office receipts and player transfers. An imbalance that produces debt, increases dependence on the Ligue 1 men's team and threatens small clubs such as Fleury or Soyaux with relegation.

**Keywords:** women's football, Division 1 Arkema, Noll-Scully measure, Champions League, business model.