

0560

1982  
58

PERIEUR DE BIBLIOTHECAIRE

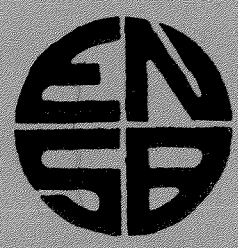
MEMOIRE DE FIN D'ETUDES

REGAZZONI Laurent

La Presse du football  
en France

ANNEE : 1982

18<sup>ème</sup> PROMOTION



ECOLE NATIONALE SUPERIEURE DES BIBLIOTHEQUES  
17-21, Boulevard du 11 Novembre 1918 - 69100 VILLEURBANNE

**ECOLE NATIONALE SUPERIEURE DE BIBLIOTHECAIRES**

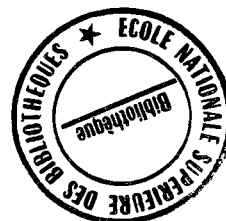
**LA PRESSE DU FOOTBALL**

**EN FRANCE**

**Note de Synthèse**

**présentée par**

**Laurent REGAZZONI**



**sous la direction de Gérard HERZHAFT**

1982/58

1982

**18ème Promotion**

REGAZZONI (Laurent).- La presse du football en France : note de synthèse/présentée par Laurent Regazzoni ; sous la direction de Gérard Herzhaft.- Villeurbanne : Ecole Nationale Supérieure de Bibliothécaires, 1982.- 43f.; 30cm.

Football, presse, France

Présentation critique et analytique des revues de diffusion nationale suivie d'une brève étude sur quelques bulletins publiés par les Clubs.

## S O M M A I R E

INTRODUCTION	p. 1
I - <u>GENERALITES SUR LES REVUES A DIFFUSION NATIONALE</u>	p. 3
1) - Importance du football dans la vie quotidienne en France	p. 4
2) - Influence des résultats internationaux sur la presse du football	p. 6
II - <u>ANALYSE DES DIFFERENTES REVUES</u>	p. 13
"FRANCE-FOOTBALL"	p. 14
"FRANCE-FOOT 2"	p. 19
"BUT"	p. 21
"ONZE"	p. 23
"MONDIAL"	p. 25
"GOAL"	p. 27
"FOOTBALL SELECTION"	p. 29
"FOOTY"	p. 32
"BD FOOT"	p. 34
III - <u>LES REVUES PUBLIEES PAR LES CLUBS</u>	p. 36
A) - Résultats de l'enquête	p. 38
B) - Contenu des revues	p. 42
CONCLUSION	p. 43

## INTRODUCTION

La presse du football en France est un sujet qui à ma connaissance n'a pas encore fait l'objet d'une étude particulière. C'est une question qui nécessite beaucoup de temps et de travail de recherche et je pense qu'il aurait fallu s'y consacrer pleinement durant un an. Je n'ai donc pas ici l'intention de présenter une étude exhaustive car j'ai été obligé de négliger certains aspects de la question. J'espère toutefois que ce mémoire pourra servir de base de départ pour des travaux plus approfondis.

Je me suis surtout attaché à étudier la presse à diffusion nationale, c'est-à-dire l'ensemble des publications que l'on peut trouver dans n'importe quel point de vente du territoire national. Cet aspect du problème occupe les deux premières parties de cette étude. Mais il ne fallait pas oublier les milliers de bulletins périodiques édités par les clubs, les associations de supporters ou les ligues régionales, revues que l'on ne trouve pas partout, car leur diffusion est très locale. Il était impossible, vu leur nombre d'analyser ces revues une à une. C'est pourquoi j'ai décidé de réduire cette question aux seules revues publiées par les clubs évoluant dans les championnats de 1ère et de 2ème division. Cette troisième partie du mémoire est en fait réalisée à partir d'un questionnaire envoyé à une cinquantaine de clubs répartis sur tout le territoire et qui drainent vers eux la majeure partie du public. Ce sont donc les clubs qui publient les revues susceptibles d'avoir une diffusion importante. Mais une étude sur les revues des clubs à audience très restreinte serait aussi très intéressante.

Il ne faut pas oublier que le football occupe aussi une place importante dans la presse d'information générale, qu'elle soit nationale ou régionale. Il serait intéressant aussi d'étudier la part qu'occupe ce sport dans le quotidien sportif "L'Equipe".

Dernière précision : la Coupe du Monde se déroulant cette année et les mémoires devant être rendus avant, cette étude aura sûrement besoin d'une réactualisation après l'épreuve.

PREMIERE PARTIE

G E N E R A L I T E S S U R L E S R E V U E S

A D I F F U S I O N N A T I O N A L E

## I- IMPORTANCE DU FOOTBALL DANS LA VIE QUOTIDIENNE EN FRANCE

Du 13 juin au 11 juillet prochains, se déroulera en Espagne le 12ème championnat du Monde de football. Par les passions qu'il soulève, ce sport est devenu un phénomène social de dimension universelle. Il mobilise les foules de tous les continents et dans certains pays comme le Brésil il est comparé à une religion. On estime qu'un milliard et demi de téléspectateurs suivront à la télévision la finale de la Coupe du Monde le 11 juillet à Madrid. Existe-t-il d'autre événement susceptible de polariser autant d'attentions ?

Le foot-ball est, en France le sport qui compte le plus de licenciés : ils sont 1 600 000 selon la Fédération Française de Football. Si nous faisons un classement mondial, la France serait au 4ème rang pour le nombre des licenciés après l'U.R.S.S., le Brésil et l'Allemagne de l'Ouest. Malgré cela le foot-ball n'occupe pas une place dans notre vie quotidienne semblable à celle qu'elle occupe dans des pays comparables au nôtre, comme l'Italie, l'Allemagne de l'Ouest, l'Espagne ou la Grande-Bretagne. Alors que dans ces pays le nombre moyen de spectateurs assistant à une rencontre de première division (c'est-à-dire la compétition regroupant l'élite des clubs du pays et attribuant le titre de champion du pays concerné) est supérieur à 25 000, en France ce chiffre est d'à peine de 10 000 ! Si cette différence est due à diverses causes comme, par exemple le manque de confort de la plupart des stades français ou le prix des places, elle souligne bien le fait que notre foot-ball n'a pas une audience comparable à celle des pays voisins.

Quand on connaît cette situation et qu'on analyse l'engouement causé par certains matchs, il y a de



quoi être saisi par le contraste. Par exemple, lors des journées qui ont précédé la rencontre France-Pays-Bas du 18 novembre 1981, on avait l'impression, en lisant les journaux, en écoutant la radio ou en regardant la télévision que le sort de la nation se jouait pendant ce match. Ce soir-là, l'équipe nationale jouait sa qualification pour la Coupe du Monde et il semblait que son audience était la France entière. D'ailleurs, la chaîne A.2 qui retransmettait le match a estimé son taux d'écoute à 57% soit à peu près 15 millions de téléspectateurs. Il est certain qu'une partie du public attirée par ce match a subi la pression des médias sur le moment, qu'elle ne s'intéressait pas au foot-ball avant le match et qu'elle ne s'y intéressait pas plus après. On peut même dire qu'en telles occasions, certains s'intéressent à ce sport par pur snobisme ; dans le même ordre d'idées, on peut rappeler que 28 000 000 de téléspectateurs français ont regardé la finale de la Coupe d'Europe des Clubs champions 1976 opposant Saint-Etienne au Bayern de Munich. Il est donc néanmoins incontestable que ce sport peut bénéficier chez nous d'une large audience, condition vitale pour la presse spécialisée quel que soit son secteur d'ailleurs.

Le public est composé de deux catégories d'adeptes bien distinctes :

- Les passionnés forment la première qui est quantitativement assez faible. Ils s'intéressent au foot-ball en général comme d'autres s'intéressent au cinéma ou à la musique. Ils constituent la clientèle fidèle de la presse spécialisée.

- L'autre catégorie est composée de ceux qui ne s'intéressent qu'au foot-ball français et uniquement quand celui-ci se comporte bien au niveau international. Ils sont

très nombreux et font la pluie et le beau temps dans le secteur "presse spécialisée".

En résumé, si le foot-ball français brille au niveau international, la vente augmente, si les résultats sont décevants, elle s'effondre : c'est la loi fondamentale et spécifique à ce secteur de la presse spécialisée et il est difficile de trouver d'exemples semblables.

## II- INFLUENCE DES RESULTATS INTERNATIONAUX SUR LA PRESSE DU FOOT-BALL :

Un article paru dans "Le Monde", numéro 11446 du 17 novembre 1981, intitulé "L'enjeu de la rencontre France-Pays-Bas : un banco sportif et financier", est très évocateur. Voici les principaux extraits de cet article :

"... Les grands bénéficiaires ou les principales victimes de la qualification ou de l'élimination de l'Equipe de France ne seront pas les joueurs. Premier baromètre d'après match, dès le jeudi 19 novembre au matin, "L'Equipe", le quotidien sportif dont la vente moyenne, les samedis et les lundis exceptés, est de 212 000 exemplaires, sera rapidement introuvable en cas de victoire française, malgré un tirage au maximum de ses possibilités techniques d'impression et de distribution, soit 550 000 exemplaires. Un tirage inférieur de 100 000 exemplaires sera suffisant en cas d'élimination. La présence de l'équipe de France en Espagne influencerait de 50% sur la vente du journal pendant la Coupe du Monde."

Le début de l'article répond donc bien à la question posée dans l'introduction et montre parfaitement la part prépondérante du foot-ball dans l'ensemble des sports

et aussi l'influence du résultat. D'ailleurs "L'Equipe" du 19 novembre 1981 (n° 11047) titrait tout simplement "Bravo et merci !). Merci pour quoi ? Pour le plaisir des supporters, pour le sport ou pour avoir permis un tirage exceptionnel ?

Suite de l'article :

"Les incidences du résultat seront plus déterminantes encore pour la presse spécialisée du foot-ball. Dans l'euphorie européenne de Saint-Etienne et de la participation des Français à la Coupe du Monde 1978, "ONZE" avait atteint les 600 000 exemplaires. Trois ans après l'engouement est retombé. S'il reste le premier dans le secteur c'est avec 250 000 exemplaires dont 86 000 abonnés. La couverture très internationale de l'actualité atténuerait sans doute les effets d'une élimination de l'équipe de France, mais les recettes publicitaires importantes seraient probablement réduites de 10%. "MONDIAL", l'autre grand mensuel a dû modifier sa formule et prendre un ton plus polémique pour préserver une ~~vente~~ de 151 000 exemplaires avec, il est vrai, des dizaines de milliers d'abonnements collectifs pour les licenciés de la Fédération sportive et gymnique du travail.

La baisse de diffusion est plus préoccupante encore pour les hebdomadaires. Après avoir dépassé les 200 000 exemplaires vendus, "FRANCE-FOOTBALL", le plus ancien des journaux de foot-ball qui se flattait depuis 1946 de conserver tout lecteur gagné, est retombé à 156 000 exemplaires.

"FRANCE-FOOT 2", créé pour la Coupe du Monde 78 et dont la ~~vente~~ ne dépasse plus 40 000 exemplaires pourrait ne pas survivre à une élimination suivant celle de tous les clubs français dans les Coupes d'Europe. ... Quant aux revues à tirage plus limité comme "BUT" (18 000 exemplaires), vendu 4 fois par semaine (1) ou "FOOTBALL SELECTION" (6000 exemplaires chaque mois), une élimination leur créerait sans doute des problèmes pour se maintenir au-dessus du seuil de la rentabilité."

Cette rencontre France-Pays-Bas, si importante, a permis à notre "ONZE" national de se qualifier pour la Coupe du Monde 1982. Mais il faut bien reconnaître que, dans l'ensemble, le foot-ball français n'est pas très compétitif au niveau international, même si l'on peut

(1) - En fait, "BUT" est vendu 2 fois par semaine.

constater une très nette amélioration lors des dernières années. Je pense d'ailleurs qu'il est intéressant de faire un rappel historique de ses performances internationales.

#### PERFORMANCES INTERNATIONALES DU FOOTBALL FRANCAIS :

Avant toute chose, je pense qu'il faut rappeler quelles sont les grandes compétitions existantes.

- \* La Coupe du Monde : elle se dispute tous les 4 ans depuis 1930.
- \* Le Championnat d'Europe des Nations : il se déroule tous les 4 ans depuis 1960.

Ces deux épreuves rassemblent uniquement des formations nationales.

- \* La Coupe d'Europe des Clubs champions : elle a lieu chaque année depuis 1955 et réunit tous les clubs européens champions dans leurs pays respectifs.
- \* La Coupe d'Europe des vainqueurs de coupes : depuis 1960, elle rassemble les clubs européens qui ont gagné la Coupe de leurs pays respectifs.
- \* La Coupe de l'U.E.F.A. (Union Européenne de Football Association) : elle rassemble les meilleurs clubs de chaque pays qui ne participent pas aux deux compétitions précédentes. Elle a connu sa première édition en 1958.

à Le football français a connu deux périodes fastes au niveau international.

La première se situe durant la période 1955-1960 durant laquelle le Stade de Reims atteint à 2 reprises la finale de la Coupe d'Europe des clubs champions

en 1956 et 1959, où il est les deux fois battu par le prestigieux Réal de Madrid. Entre-temps l'équipe de France à ossature rémoise d'ailleurs termine à la 3ème place de la Coupe du Monde de 1958 se déroulant en Suède. Malheureusement ces résultats n'ont été qu'un feu de paille et n'ont pas contribué à faire du foot-ball français un sport compétitif au niveau international car à cette époque succèdent 15 années de résultats médiocres, tant au niveau des clubs que de l'équipe nationale. C'est durant ces 15 années d'ailleurs que la télévision a envahi peu à peu notre vie quotidienne et a beaucoup contribué à amplifier le phénomène foot-ball en France, phénomène qui aurait pu être beaucoup plus important en cas de succès de nos clubs ou de notre "ONZE".

Mais en 1975, commence la 2ème période avec l'épopée Stéphanoise. En effet Saint-Etienne atteint les demi-finales de la Coupe d'Europe des clubs champions en 1975, la finale en 1976 et les quarts de finale en 1977. Les exploits européens des verts, certains matchs mémorables contre Split ou Dinamo Kiev ont suscité un engouement extraordinaire et un déchaînement des passions hors du commun. Ils ont été suivis par la qualification de l'équipe nationale pour la Coupe du Monde de 1978 se déroulant en Argentine et les exploits européens de Bastia dans la coupe U.E.F.A. de 1977-78. Après la déception causée par la rapide élimination de la France au "Mundial 78" et malgré les bonnes performances des Clubs de Nantes, Sochaux et Saint-Etienne dans les dernières années, l'engouement était retombé. Le match du 18 novembre 1981 et les espérances mises dans le comportement de l'équipe de France en Espagne peuvent changer bien des données du problème. Je pense que maintenant le public français attend, soit de l'équipe nationale, soit des Clubs qu'ils gagnent des titres : en effet, la France est la seule grande nation européenne à n'avoir

jamais décroché le moindre titre au niveau international.

Il suffit maintenant d'étudier l'histoire de la presse spécialisée et de comparer avec la précédente étude pour être convaincu de l'importance de l'influence des performances internationales.

#### BREF HISTORIQUE DE LA PRESSE SPECIALISEE :

Avant 1975, il n'existait que 4 revues importantes :

- 2 hebdomadaires :

\* "FRANCE-FOOTBALL", fondé en 1946.

\* "BUT", fondé en 1969.

- 1 bi-mensuel :

\* "MIROIR DU FOOTBALL", fondé en 1960.

- 1 mensuel :

\* "FOOTBALL MAGAZINE", fondé en 1960.

Durant la période 1975-1978, pendant laquelle se déroulèrent les fameux événements décrits précédemment, 6 nouvelles revues apparurent dans les kiosques. Ce sont, dans l'ordre chronologique :

- "ONZE", en janvier 1976.

- "MONDIAL", en 1977.

- "FRANCE-FOOT 2", en 1978.

- "TELE FOOT 1" (1), en 1978.

- "FOOTY", en 1978.

- "FOOT SUPPORTER MAGAZINE", en 1978.

(1) - Revue liée à "TELE FOOT 1", émission hebdomadaire de TF1 uniquement consacrée au foot-ball.

Après 1978, l'enthousiasme des lecteurs retombe et provoque la disparition de 4 publications : "MIROIR DU FOOTBALL", "TELE FOOT 1", "FOOTBALL MAGAZINE", disparitions s'échelonnant entre fin 1978 et fin 1979.

Actuellement, il existe 9 revues vivantes, soit plus du double qu'en 1975. On a vu que plusieurs étaient menacées de disparaître à la fin de 1981 en cas de l'élimination de l'Equipe de France. Il est à remarquer qu'elles continuaient toutes de paraître et qu'une nouvelle revue a été lancée au mois de février : il s'agit de "BD FOOT". Ce phénomène devrait se renouveler au moment même de la compétition.

Quand on étudie les chiffres de tirage et de diffusion de certaines revues, on constate un phénomène identique.

"FRANCE-FOOTBALL"

	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981
Tirage	168	171	174	240	232	237	219	200
Diffusion	117	119	129	184	177	173	161	156

"ONZE"

	1976	1977	1978	1979	1980	1981
Tirage	454	499	522	447	335	?
Diffusion	406	422	419	335	258	252

N.B. : chiffres en milliers d'exemplaires.

En 1978, date de sa création, "FOOT SUPPORTER MAGAZINE" tirait à 150 000 exemplaires pour une diffusion de 120 000 exemplaires. En 1979, année de sa disparition, le tirage était de 100 000 pour une diffusion de 80 000.

"MONDIAL", lors de son lancement, était diffusé à 280 000 exemplaires, chiffre qui est tombé à 150 000 aujourd'hui.

On peut aussi citer "FOOTY" qui tirait à 140 000 exemplaires lors de sa création en 1978 et qui aujourd'hui ne fait plus que 80 000 exemplaires.

La presse spécialisée attend beaucoup du "MUNDIAL" prochain pour inverser cette tendance à la baisse. Je pense qu'il est temps maintenant de découvrir plus en détail ses différentes composantes.



DEUXIEME PARTIE

ANALYSE DES DIFFERENTES REVUES

F R A N C E - F O O T B A L L

PERIODICITE : hebdomadaire

DATE DE FONDATION : 1946

ADRESSE : 10, rue du Faubourg Montmartre 75438 PARIS

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : René LAURE

DIRECTEUR GENERAL : Jacques GODDET

DIRECTEUR : Jacques FERRAN

REDACTEUR EN CHEF : Jacques THIBERT

PRINCIPAUX REDACTEURS : Didier BRAUN  
Claude CHEVALLY  
Victor PERONI  
Victor SINET

PRINCIPAUX CORRESPONDANTS ETRANGERS :

Max MARQUIS (ANGLETERRE)  
Joachim Junger VOGTS (R.F.A.)  
Ferruccio BERBENNI (ITALIE)  
Raymond PITTET (SUISSE)

SOCIETE EDITRICE : Société d'édition des Périodiques sportifs

PRIX : 8 F

ABONNEMENT : 315 F

DISTRIBUTION : N.M.P.P.

Faisant partie du même groupe de presse que le quotidien sportif "L'EQUIPE", cet hebdomadaire est le doyen des revues actuelles sur le ballon rond. C'est la revue de base de tous les passionnés du foot-ball. Très complet au niveau des informations fournies "FRANCE-FOOTBALL" a l'avantage de bénéficier du concours de journalistes dont la réputation n'est plus à faire comme Jacques THIBERT qui publie chaque année depuis 1973 "L'ANNEE DU FOOTBALL" qui est un des best-sellers du livre sportif.

Ce qui frappe tout d'abord, dans cet hebdomadaire, c'est l'uniformité de son contenu : on retrouve semaine après semaine les mêmes rubriques publiées à peu près à la même page.

CONTENU :

\* L'EDITORIAL est signé la plupart du temps par Jacques FERRAN. Nul autre journaliste à mon avis n'a le don de Jacques FERRAN pour décrire les sentiments que peut engendrer le foot-ball ainsi que les questions qu'il peut poser. Toujours objectif, parfois enthousiaste, mais souvent pessimiste devant la violence et la tricherie envahissant ce sport, le directeur de FRANCE-FOOTBALL donne une autre dimension à l'article sportif.

\* FF VOUS EN DIT PLUS par Gérard EJNES et Jean-Marie LORANT est une rubrique consacrée aux principaux événements de l'actualité du foot-ball.

\* DIVISION 1

Première Partie : elle comprend les commentaires sur chaque match de championnat de France de Division 1 agrémentés d'une interview d'un joueur ou d'un entraîneur concernés

par le match.

Deuxième partie : elle comprend la ~~fi~~~~ch~~~~e~~~~t~~~~e~~~~c~~~~h~~~~n~~~~i~~~~q~~~~u~~~~e~~ ~~des~~ rencontres (composition des équipes, noms des buteurs, recettes et affluences ainsi que les différents classements.

Troisième partie : intitulée "CONFIDENTIEL-UNE SEMAINE EN BALLON" : elle raconte tous les potins et bruits divers circulant dans le milieu. Elle est agrémentée par une chronique satirique intitulée "N'EN CROYEZ PAS UN MOT", une interview-choc appelée "UNE...DEUX" ainsi que par une caricature de DERO qui dessine aussi dans "L'EQUIPE".

\* DIVISION 2 :

Elle reprend le même schéma en gros que DIVISION 1 pour analyser les dernières rencontres du championnat de France de 2ème division.

\* DIVISION 3 :

Elle comporte les résultats, les classements ainsi que les commentaires de quelques rencontres de ce championnat.

\* DIVISION 4 :

Résultats et classements du championnat de France de division 4 avec quelques commentaires très succints.

ILS SONT 1600 000 résultats et classements des championnats

d'honneur des différentes ligues régionales.

Si on ajoute à tous cela les résultats du championnat de France cadets et du championnat de France de foot-ball féminin, on s'aperçoit que "FRANCE-FOOTBALL" est la revue nationale la plus exhaustive en ce qui concerne les compétitions françaises.

MONDE-FOOTBALL : cette rubrique contient des articles sur les différents championnats nationaux étrangers. On peut suivre aussi semaine après semaine l'évolution de championnats aussi passionnants que ceux d'Angleterre ou d'Allemagne Fédérale. Il faut aussi savoir que chaque semaine le point est fait sur les championnats des 3 pays maghrébains. Vu l'importance de la population nord-africaine dans notre pays et sa passion pour le foot-ball, la chose méritait d'être signalée. "MONDE-FOOTBALL" a aussi sa partie "CONFIDENTIEL" traitant de tous les potins circulant dans le foot-ball international.

A toutes ces rubriques habituelles, il faut ajouter tous les articles liés aux grands événements de la saison ainsi que les reportages photographiques remarquable de Patrick Boutroux, André Lecoq ou Jean-Claude ichon.

Tout cela a contribué à faire de "FRANCE-FOOTBALL" un journal de renommée universelle, phénomène accentué par les différents concours qu'il organise en association avec la grande firme d'articles sportifs "ADIDAS".

Le plus renommé de ces concours est le "Ballon d'Or", récompense attribuée au meilleur joueur d'Europe d'après les votes des différents correspondants européens de l'hebdomadaire. Tous les grands joueurs euro-

péens qui l'ont obtenue y attachaient beaucoup d'importance. Les deux autres concours sont "Le Soulier d'Or" qui récompense le meilleur buteur européen et le "Challenge France-Football-Adidas" attribué au meilleur Club de l'Europe de l'Ouest.

En fait, le seul désavantage de FRANCE-FOOTBALL" est de paraître le mardi alors que les grands événements européens ont souvent lieu le mercredi ainsi que certaines journées de championnat de France. En conséquence, ils font l'objet parfois de rappels sans grands commentaires, alors que les événements du week-end sont traités avec plus de détails. Cette lacune a été comblée depuis 1978 par FRANCE-FOOT 2".

F R A N C E - F O O T 2

PERIODICITE : hebdomadaire

DATE DE FONDATION : 1978

ADRESSE : 10, rue du Faubourg Montmartre 75438 PARIS

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : Pierre SKAWINSKI

DIRECTEUR GENERAL : Jacques GODDET

REDACTEUR EN CHEF : Max URBINI

PRINCIPAUX REDACTEURS : Patrick MAHE  
Jean-François THEALDI  
Jerôme BUREAU

SOCIETE EDITRICE : Société d'Edition des Périodiques Sportifs

PRIX : 7 F

ABONNEMENT : 276 F

DISTRIBUTION : N.M.P.P.

Lancé en 1978, cet hebdomadaire est en fait le complément de "FRANCE-FOOTBALL", puisqu'il est dirigé par la même équipe de journalistes. Il paraît le vendredi, ce qui permet de porter remède au principal défaut de "FRANCE-FOOTBALL" qui est de paraître le mardi comme on l'a vu précédemment.

La principale qualité de cette revue est de donner une part importante aux interviews de joueurs ou d'entraîneurs, partie assez réduite dans FRANCE-FOOTBALL ainsi qu'aux analyses des journalistes sur tel ou tel événement, équipe ou personnage. En revanche, cet avantage est nettement gâché par un support papier de très mauvaise qualité et de mauvaises photographies en noir et blanc, ce qui n'est pas fait pour attirer l'oeil du lecteur. De plus, il doit compter avec la concurrence faite par le numéro de "BUT" paraissant le vendredi.



B U T

PERIODICITE : bi-hebdomadaire

DATE DE FONDATION : 1969

ADRESSE : 5, rue de Chartres 92522 NEUILLY S/SEINE

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : Guy CHAMPAGNE

REDACTEUR EN CHEF : idem

PRINCIPAUX REDACTEURS : Marc NAVILLE  
Dominique JULIA  
Jean-François BOUILLY  
Roger GLEMEE

SOCIETE EDITRICE : S.A. Télémagazine

PRIX : 8 F

ABONNEMENT : 540 F

DISTRIBUTION : N.M.P.P.

C'est, à mon avis, la plus mauvaise revue parmi toutes celles analysées dans ce chapitre. "BUT", en fait, reprend les schémas des "FRANCE-FOOTBALL", mais en beaucoup plus incomplets.

Sur le plan national, seules les compétitions de 1ère et de 2ème division font l'objet de commentaires. La partie internationale est, quant à elle, encore beaucoup plus succincte.

Dans ces conditions, pour un abonnement de 540 F/an pour une information bi-hebdomadaire, je prétends que c'est une revue ayant un très mauvais rapport qualité/prix. Pour 591 F, prix total des abonnements à "FRANCE-FOOTBALL" et "FRANCE-FOOT 2", le service fourni est nettement plus satisfaisant. Ajoutez à cela des photographies noir et blanc d'une rare médiocrité et le tableau est complet.

Les lecteurs ne s'y trompent pas si l'on en juge le faible tirage de la revue.

O N Z E

PERIODICITE : mensuel

DATE DE FONDATION : 1976

ADRESSE : 23, rue de Berri 75388 PARIS

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : Jean HOHMAN

DIRECTEUR GENERAL : Yves MARTINAIS

DIRECTEUR DE LA REDACTION : Jean-Pierre FRIMBOIS

REDACTEUR EN CHEF : Alain LEIBLANG

PRINCIPAUX REDACTEURS : Francis HUERTAS  
Jean-Michel LARQUE  
Thierry ROLAND

SOCIETE EDITRICE : Société Nationale des Editions de France

PRIX : 10 F

ABONNEMENT : 108 F

DISTRIBUTION : N.M.P.P.

Bien qu'étant le plus côté de tous les mensuels paraissant dans le secteur football "ONZE" est la revue sur laquelle je formulerais le plus de critiques.

Je lui reprocherais tout d'abord un certain culte de la vedette : Rocheteau, Platini, Saint-Etienne entre autres reviennent trop souvent dans ses pages.

"ONZE" est aussi la revue qui est le plus envahie par la publicité, ce qui est très désagréable. Il a de plus en plus tendance à ressembler à l'"EXPRESS".

Mais le plus grand défaut de la revue est sa mise en pages des plus anarchiques : par exemple, un article commence à la page 65 pour continuer à la page 93 et il y en a parfois plusieurs de ce genre dans un même numéro !

Néanmoins, il y a un secteur dans lequel "ONZE" est intouchable, c'est le domaine de la photographie : les photographes de la revue qui sont Michel BARRAULT, Gérard BEDEAU et Alain de MARTIGNAC sont vraiment des as et leur talent se révèle plus particulièrement lors de reportages sur le football au Pérou ou au Sénégal comme ce fut le cas dans le numéro d'avril dernier.

En fait, "ONZE", est plus une galerie de photographies qu'une revue au sens où on l'entend couramment. Le texte passe au second rang, il est noyé dans la masse d'images. C'est dommage, car Jean-Michel LARQUE se révèle être aussi bon rédacteur que joueur.

M O N D I A L

PERIODICITE : mensuel

DATE DE FONDATION : 1977

ADRESSE : 126, rue La Fayette 75461 PARIS

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : Jean-Claude LE MEUR

REDACTEUR EN CHEF : Michel DIARD

DIRECTEUR : Maurice VIDAL

PRINCIPAUX REDACTEURS : Francis NUERTAS

Raoul DUFOURCQ

Pierre CANGIONI

François SORTON

SOCIETE EDITRICE : Vaillant Miroir Sprint Publications

PRIX : 9 F

ABONNEMENT : 100 F

DISTRIBUTION : N.M.P.P.

Au début de sa parution, "MONDIAL" était conçu sur le modèle de "ONZE". Mais, pour survivre au marasme des années 1980, il a dû se remettre en question et a adopté une nouvelle formule depuis le mois de mars 1980.

Il a su trouver un équilibre intelligent entre les textes et les photographies. Celles-ci, sans atteindre le niveau de celles de "ONZE", sont cependant de bonne qualité. Dommage, cependant qu'elles ne soient pas toutes en couleur.

Par contre, au niveau du texte, la supériorité de "MONDIAL" sur "ONZE" est éclatante. Les textes sont plus riches, plus critiques, plus documentés.

Il faut aussi souligner une initiative originale prise par la revue qui consiste à inviter les lecteurs à poser des questions, chaque mois à une grande vedette du foot-ball mondial.

G O A L

PERIODICITE : mensuel

DATE DE FONDATION : 1980

ADRESSE : 33, rue Censier 75005 PARIS

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : Jean Clément BISMUTH

REDACTEUR EN CHEF : Maurice RAGONNEAU

PRINCIPAUX REDACTEURS : Michel ALEXANDRE

Emile LALANNE

Pierre DELOHEN

SOCIETE EDITRICE : Edition Goal International

PRIX : 12 F

ABONNEMENT : 120 F

DISTRIBUTION : M.L.P. LYON

"GOAL" paraît depuis 1980. Il a débuté avec une formule différente de celle d'aujourd'hui, puisqu'au numéro mensuel existant aujourd'hui s'ajoutait un supplément hebdomadaire "FOOT-GOAL HEBDO" disparu aujourd'hui.

Le mensuel a commencé depuis le mois de février dernier, une nouvelle série uniquement consacrée à la prochaine Coupe du Monde. "GOAL" a donc fait le pari de mobiliser ses lecteurs sur le seul sujet du Mondial 82 alors qu'au même moment on assiste à une inflation des publications sur l'épreuve que ce soit des hors-série des autres revues ou de simples livres.

Il faut dire que cette formule est une grande réussite. "GOAL" alterne les rétrospectives sur les épreuves du passé et les présentations d'équipes et de joueurs. Le tout est agrémenté de photographies très spectaculaires. C'est actuellement la revue la plus complète et la plus documentée sur le "Mondial",

Avant d'adopter cette formule, "GOAL" était peu différent de "MONDIAL" dans sa conception et son contenu. Que deviendra-t-il après la Coupe du Monde ?



F O O T - B A L L S E L E C T I O N

PERIODICITE : mensuel

DATE DE FONDATION : 1980

ADRESSE : 3, rue Saint Roch 75001 PARIS

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : Claude ROY

REDACTEUR EN CHEF : Francis LE GOULVEN

PRINCIPAUX REDACTEURS : Bernard VERRET  
Gilles DELAMARRE

PRINCIPAUX COLLABORATEURS ETRANGERS :

Julien MICHELS (BELGIQUE)

Jeremy SHARP (ANGLETERRE)

SOCIETE EDITRICE : Edition Presse

PRIX : 10 F

ABONNEMENT : 90 F

DISTRIBUTION : N.M.P.P.

"FOOTBALL SELECTION" se différencie très nettement des autres revues par sa manière d'aborder le sujet en employant un ton plus critique, voire politique.

Le but de "FOOTBALL SELECTION" selon son rédacteur en chef Francis LE GOULVEN est de "défendre le vrai football et de dénoncer ce qui le dénature" (1). En fait "FOOTBALL SELECTION" est le successeur du "MIROIR DU FOOTBALL" disparu en 1979 auquel collaborait d'ailleurs Francis LE GOULVEN. Sa disparition a laissé un grand vide dans ce secteur de la presse. Les amateurs de football n'ont pu oublier les terribles positions prises par son rédacteur en chef Francis THEBAUD. Je citerai ici un extrait de son éditorial du n° 241 du 4 juin 1975 consacré à la scandaleuse finale de Coupe d'Europe Bayern de Munich-Leeds United se terminant par de violentes émeutes :

"Le Premier Ministre (Jacques CHIRAC) qui a des lettres n'a pas dû manquer de trouver dans ce spectacle où le grotesque rejoignait l'odieux et qu'il présidait la confirmation de la piètre estime dans laquelle il tient les sportifs. La confirmation aussi de la nécessité politique de ces jeux de cirque qui consacrent si opportunément les vertus de l'injustice..."

On retrouve parfois ces mêmes commentaires au vitriol dans "FOOTBALL SELECTION".

En fait, je dirais que "FOOTBALL SELECTION" c'est "l'anti ONZE". Le texte s'y taille la part du lion. Les photographies sont peu nombreuses, de mauvaise qualité et elles sont toutes en noir et blanc. Pour en revenir aux textes, ceux-ci sont très fouillés et très intéressants. Ils confèrent même un certain caractère intellectuel à la revue.

En conclusion, et même si beaucoup ne manqueront pas de critiquer cette attitude, c'est la seule

(1) - Extrait de l'éditorial du n° 23 de janvier 1982.

revue traitant du football d'une manière qui sort des sentiers battus.

F O O T Y

PERIODICITE : mensuel

DATE DE FONDATION : 1978

ADRESSE : 33, rue Censier 75005 PARIS

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : Jean-Clément BISMUTH

REDACTEUR EN CHEF : Maurice RAGONNEAU

PRINCIPAUX REDACTEURS : Roland CHATARD  
Frédéric CHEVIT  
Olivier REY  
Bernard ROSEAU

SOCIETE EDITRICE : Editions CINQ FRANCE

PRIX : 8 F

ABONNEMENT : 80 F

DISTRIBUTION : M.L.P. LYON

C'est une revue visant avant tout le public des enfants. C'est pourquoi elle fait appel largement à la bande dessinée et comporte aussi de nombreuses pages de jeux dont certaines ont pour objet les règles d'arbitrage, ce qui est très louable à une époque où celles-ci sont de moins en moins respectées et où l'enfant n'échappe pas aux mauvais exemples donnés par un public adulte de plus en plus chauvin.

Le grand mérite de "FOOTY" est aussi d'être la revue consacrant le plus de place au football féminin, secteur en plein développement et pratiquement ignoré des autres revues spécialisées. Cette rubrique contient des articles présentant des clubs et des joueuses. Les classements du Championnat de France féminin ainsi que ceux des meilleures joueuses et "marqueuses" de buts sont aussi publiés. Nulle part ailleurs ne figure de rubrique aussi complète sur le sujet.

A mon avis, la seule lacune de ce journal est de ne pas assez consacrer de place au foot-ball étranger et de trop s'attarder sur le foot-ball français, ce qui risque de développer les sentiments chauvins chez les jeunes lecteurs.

En conclusion, pour 80 F par an, les parents trouveront dans "FOOTY" de quoi satisfaire un jeune public de plus en plus passionné.

B E D F O O T

PERIODICITE : bi-mensuel

DATE DE FONDATION : 1982

ADRESSE : Domaine de la Bénerie Roussigny 91470 LIMOURS

DIRECTRICE DE LA PUBLICATION : Patricia MASTANTUONO

REDACTEUR EN CHEF : Bernard VERRET

REDACTEUR : René BRUNET

SOCIETE EDITRICE : Editions du Serses

PRIX : 7 F

ABONNEMENT : 120 F

DISTRIBUTION : N.M.P.P.

Si "FOOTY" s'adressait à un public d'enfant, "BD FOOT", quant à lui est destiné à la catégorie au-dessus, c'est-à-dire les adolescents.

Le dernier né des journaux spécialisés se distingue par plusieurs aspects originaux :

- La Directrice de publication est une femme (Patricia MASTANTUONO). C'est le premier cas de genre, connu en France.
- Près des deux-tiers des pages de la revue sont constitués par des bandes dessinées.
- La description d'une rencontre de championnat de France est réalisée à l'aide de photographies d'actions de jeu sur lesquelles sont mises en surimpression des "bulles" où s'inscrivent les paroles imaginaires des joueurs et de l'arbitre. Paroles "réalistes" et parfois triviales s'accordant bien avec le langage parlé par l'adolescence d'aujourd'hui.

Mais il ne faut pas en déduire pour autant que "BD FOOT" soit un journal uniquement tourné vers la plaisanterie. En fin du numéro 2, on trouve une bande dessinée racontant l'histoire d'un jeune délinquant sauvé de la déchéance par la pratique du football. Il devient un très bon joueur amateur convoité par les grands Clubs professionnels mais préfère rester dans son Club de banlieue. Le foot-ball au secours des délinquants : tout un programme !

En conclusion, "BD FOOT" me paraît être une expérience assez intéressante qu'il faudra suivre, même si son prix de 7 F au numéro ne justifie pas un contenu assez maigre.

TROISIEME PARTIE

LES REVUES

PUBLIEES PAR LES CLUBS



A côté de la presse spécialisée à grand tirage et de diffusion nationale, il existe des revues à tirage limité et très localisé. Il s'agit des revues éditées par les clubs.

Il était impossible pour des raisons pratiques évidentes de collecter toutes les revues existantes de ce type. J'ai choisi par conséquent de traiter cette question sous la forme d'enquête auprès des principaux Clubs de Première et de Deuxième Division, c'est-à-dire les Clubs ayant le plus d'audience auprès du public, donc les Clubs susceptibles d'avoir des revues à grande diffusion.

A chaque Club, j'ai envoyé le questionnaire suivant :

- 1 - Depuis quelle date votre club publie-t-il une revue ?
- 2 - Périodicité de la revue :
- 3 - Prix :
- 4 - Tarifs des abonnements :
- 5 - Tirage moyen :
- 6 - Diffusion :
- 7 - Est-elle mise en vente dans les kiosques ? :
- 8 - Dans quels départements est-elle vendue ? :
- 9 - Par qui est-elle diffusée ? :
- 10 - Part des investissements nécessités par la fabrication de cette revue par rapport au total des dépenses du Club :

11 - Part des recettes procurées par la revue par rapport aux recettes totales du Club :

12 - Part de la publicité dans les recettes :

13 - Quels sont les buts avoués de cette revue :

- . Publicitaires ?
- . Financiers ?
- . Informatifs ?
- . Promotion du Club ?

14 - Combien de personnes s'occupent de cette revue ?

15 - Ont-elles d'autres fonctions au sein du Club ?

A) RESULTATS DE L'ENQUETE :

J'ai envoyé un questionnaire à une cinquantaine de clubs environ. J'ai reçu exactement 19 réponses dont 16 exploitables car 3 Clubs m'ont répondu uniquement pour préciser qu'ils ne publiaient aucune revue. Les 16 Clubs ayant répondu sont :

- St-ETIENNE
- MONACO
- SOCHAUX
- LAVAL
- STRASBOURG
- NANCY
- LILLE
- AUXERRE
- LYON
- LENS

- NICE
- TOULOUSE
- MARSEILLE
- LE HAVRE
- CANNES
- TOULON

Les réponses données n'étant pas très différentes les unes des autres, je pense qu'on peut généraliser les conclusions de cette enquête à l'ensemble des Clubs de l'élite de notre foot-ball.

1) - DES REVUES A PERIODICITE IRREGULIERE :

Dans la plupart des cas, les Clubs éditent un numéro pour chaque rencontre ayant lieu à domicile. Ce qui fait environ 19 numéros par saison pour les Clubs de 1ère Division et 17 pour ceux de 2ème Division. A tous ces numéros peuvent s'ajouter ceux concernant les éventuelles rencontres de Coupe de France. Néanmoins certains Clubs publient des revues à périodicité régulière ; Saint-Etienne et Nancy éditent un bi-mensuel, Strasbourg un mensuel.

2) - PRIX ET ABONNEMENTS :

Certaines revues sont distribuées gratuitement à l'entrée des stades. Pour celles qui sont vendues les prix relevés oscillent de 2 à 5 F. Ces bas tarifs se justifient aisément : ces journaux sont destinés aux spectateurs du match qui, bien souvent, ont payé leur place assez cher. Il est évident qu'une revue chère n'aurait aucun succès auprès du public.

Peu de Clubs ont recours au système des

abonnements.

Les cas relevés révèlent tous une bizarrerie. Par exemple, à Nancy, un abonnement pour 20 numéros revient à 142 F alors que l'achat des mêmes 20 numéros revient à 100 F (5 F le numéro). Le même phénomène se reproduit pour Saint-Etienne et Auxerre. Cette anomalie s'explique par des frais d'envoi importants : à Nancy, ils s'élèvent à 52 F sur les 142 du total.

### 3) - DES TIRAGES FAIBLES :

À part la revue de Saint-Etienne qui a un tirage de 25 000 exemplaires, les autres publications s'inscrivent dans une fourchette allant du millier à 5000 exemplaires. Ces tirages sont en gros proportionnels au chiffre moyen des spectateurs enregistrés par chaque Club. Un Club comme Monaco qui joue souvent devant 3 à 4000 personnes tire en moyenne 1000 revues pour chaque match. Strasbourg qui joue devant 9 à 10 000 spectateurs atteint les 5000. Saint-Etienne a une moyenne de spectateurs frôlant les 20 000. Mais sur les 25 000 exemplaires tirés, 6000 sont destinés aux abonnements car il est le seul Club français à avoir une audience nationale et à posséder des Clubs de supporters disséminés sur tout le territoire.

### 4) - VENTE :

La majeure partie de ces revues sont vendues à l'entrée des stades le jour des matchs par des supporters ou des jeunes joueurs des Clubs. Pour la plupart des Clubs, cette méthode constitue l'unique moyen de diffusion de leur journal.

Cependant, quelques Clubs, comme Nancy, Auxerre ou Saint-Etienne, mettent leurs revues en vente

dans les kiosques. La localisation de ces points de vente se limite au département.

5) - LES REVUES DANS LE BUDGET DES CLUBS :

Quelle est la part prise par la publication d'une revue dans le budget d'un club ? Bien que juridiquement placés sous le régime de la loi de 1901, les Clubs de foot-ball sont en fait de véritables entreprises avec de gros budgets à gérer (le dernier budget de Saint-Etienne était de 40 millions de francs).

L'ensemble des réponses fournies fait apparaître que les investissements engagés et les recettes procurées par la publication d'un journal sont insignifiants. En ce qui concerne les recettes, celles-ci sont souvent assurées en grande partie par la publicité, proportion qui peut aller jusqu'à 80% du chiffre total.

Pour un Club, avoir une revue ne répond donc pas à un souci financier. Il conçoit cette opération dans une double optique d'information et de promotion du Club dans le but d'associer à la marche de celui-ci les supporters mais aussi les commerçants qui apportent une participation avec la publicité.

6) - PERSONNEL :

Bien souvent ces publications sont réalisées en petit comité (2 ou 3 personnes en moyenne) occupant la plupart du temps d'autres fonctions au sein du Club.

B) CONTENU DES REVUES :

J'avais demandé aux Clubs questionnés de me faire parvenir un exemplaire de leurs journaux. Bien que tous n'ayant pas accédé à ce souhait, j'ai pu collecter une dizaine de publications.

En fait, elles se distinguent guère les unes des autres. On y trouve essentiellement des articles concernant la vie quotidienne du Club avec les potins, les réceptions, les réunions du Conseil de gestion, etc..., les compte-rendus des derniers matchs disputés par l'équipe et la présentation des prochains matchs avec portraits des équipes adverses et de quelques joueurs. Bien entendu, les annonces publicitaires sont très nombreuses.

Tout le monde sait que la vie des Clubs français n'est pas toujours un modèle de quiétude et que les querelles y sont nombreuses. Il n'est pas question de trouver dans ce genre de revues des informations scandaleuses qui font parfois l'apanage de certains quotidiens d'information générale, qui aiment bien remuer les eaux sales de la vie des Clubs. J'ai obtenu un exemplaire de la revue publiée par le Club de Nice qui a vécu toute la saison écoulée dans une atmosphère de crise permanente. En parcourant la revue, on a aucunement l'impression que la situation est si grave.

## C O N C L U S I O N

Ce mémoire sera soutenu au moment où le "MUNDIAL" battra son plein. L'événement est attendu avec impatience dans le milieu de la presse spécialisée qui espère bien à l'occasion accroître ses ventes de façon sensible.

Je concluerai donc cette synthèse en posant quelques questions à ce sujet ? :

- Quel impact aura sur les ventes le comportement de l'Equipe de France ?
- En cas de mauvaise performance du "ONZE" national et d'une épreuve de mauvaise qualité, comme le craignent beaucoup de spécialistes, quelles en seront les conséquences à court et moyen terme pour la presse spécialisée ?
- La longueur de la compétition, la présence de plus en plus envahissante du foot-ball dans les autres médias risquent de provoquer une saturation du public. La presse spécialisée ne risque-t-elle pas d'enregistrer des résultats inférieurs à ses espérances ?

Une chose est certaine cependant : ce secteur aborde un nouveau tournant dans son histoire.

