

# EUROPEAN POLICYBRIEF



## FREE – FOOTBALL RESEARCH IN AN ENLARGED EUROPE

Ce document est le premier de trois « *Policy Briefs* » basés sur les résultats du projet de recherche FREE.

Il est fondé sur les résultats des axes de recherche historiques, sociologiques et anthropologiques du projet.

Mars 2015

## INTRODUCTION

Que nous dit le football sur la société européenne contemporaine ? Cette culture populaire est-elle un facteur d'union ou de division dans un processus continu d'intégration entre les pays européens et leurs citoyens ? Quelle est la place du football dans la mémoire collective des nations ? Quelle est son influence sur la manière dont les Européens se perçoivent d'un bout à l'autre du continent ? A-t-il créé un espace public de communication et d'échange réellement transnational ? En quoi exerce-t-il une influence sur la perception et l'expérience de migration ? Dans ce contexte, quel est le rôle des méga-événements ? Quelle est la véritable portée politique du football, cette forme d'expression de la culture populaire la plus largement partagée à travers l'Europe ?

Ce sont là quelques-unes des nombreuses questions auxquelles le projet FREE a tenté de répondre depuis son lancement en 2012. Répondant à un appel à recherches innovantes sur « L'anthropologie de l'intégration européenne » dans la vie quotidienne, le projet a eu pour vocation à produire des résultats à l'aide d'une variété de méthodes de recherche, quantitatives et qualitatives.

Le document présent est le premier de trois rapports succincts issus du projet. Il résume quelques résultats des axes de recherche historiques, sociologiques et anthropologiques, et en tant que « *Policy Brief* », il se concentre sur les aspects qui possèdent une signification politique. Afin de souligner le lien entre les sections « Résultats et Analyses » et « Actions politiques et préconisations », ces résultats sont présentés au travers de sept thématiques déclinées dans ces deux sections.

FREE a publié deux autres « *Policy Briefs* », consacrés à la féminisation du football d'une part, puis aux parties prenantes du football et sa gouvernance d'autre part.

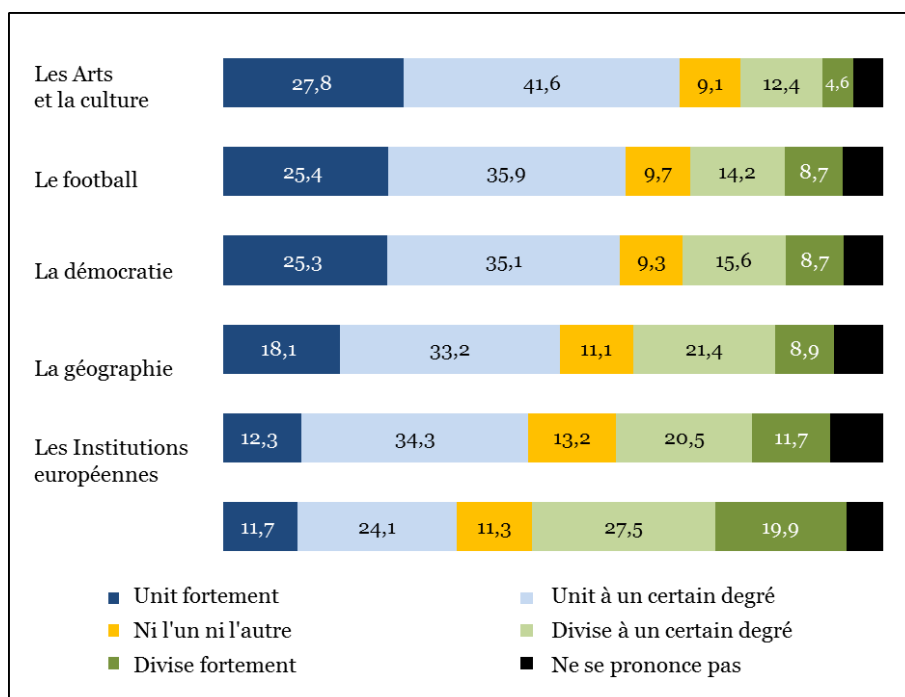
Ce fait selon lequel « le Football est plus qu'un sport » est un truisme qui n'a plus à être justifié. Mais quant à savoir dans quelle mesure et de quelle manière le football a pénétré la société européenne, les études qui offrent une perspective transnationale et multidisciplinaire sont finalement très rares. L'approche méthodologique multidimensionnelle du projet FREE a permis de confirmer un éventail d'hypothèses issues de précédentes recherches, mais également de dégager de nouvelles connaissances sur ce phénomène socio-culturel qu'est le football.<sup>1</sup>

Comme nous pouvions nous y attendre, le football revêt effectivement une importance significative dans la vie de nombreux citoyens. Il pénètre la vie culturelle et sociale au quotidien, et même ceux qui ne s'y intéressent pas particulièrement, échappent difficilement aux discours et à la socialisation générés par le football. En outre, ceci se vérifie au-delà des clivages d'âge, de genre, de classe sociale et de géographie. Il ne fait aucun doute que le football n'est plus seulement un passe-temps ou un produit d'appel de l'industrie du divertissement, mais qu'il génère du sens pour de nombreux individus au sein d'une société complexe. Il permet aux gens de donner un sens à des comportements individuels ou collectifs, et de faire face aux tensions qui mettent à mal l'unité de la société.

### 1. Unité et Européanisme

Comme le révèlent les résultats les études quantitatives sur la sphère publique, le football n'est pas perçu comme un facteur de division et de rivalité entre Européens, mais au contraire tel un facteur fédérateur, même pour ceux qui ne s'intéressent pas particulièrement à ce sport, et bien davantage que les institutions politiques, la géographie ou même la démocratie ! On le considère, au même titre que « les arts et la culture », comme l'un des piliers de l'Européanité.

Graphique 1 : « Selon vous, à quel point les éléments suivants séparent ou fédèrent les Européens ? »



D'un autre côté, la marchandisation du football, sous-tendue ces dernières décennies par une perception du football en tant que secteur économique et par la libéralisation du marché du football européen, suscite un certain mécontentement et une certaine déception parmi ceux qui se déclarent intéressés par le football (un pourcentage de la population qui varie entre 40 et 70% en Europe). Parmi les raisons du mécontentement, pour ceux qui déclarent avoir été intéressés par le football puis s'en être détournés, « l'argent » est de loin le motif le plus important. Mais ce désen-

chantement ne joue pas un rôle significatif lorsqu'il s'agit de mesurer l'influence du football sur l'unité et l'européanisme.

Unité: pourcentage. Base: nombre total de répondants (n = 7 252) /  
Source: Enquête représentative par téléphone FREE (2014).

<sup>1</sup> Pour un résumé de l'architecture globale de la recherche conduite au sein du projet et des différentes enquêtes, se reporter à la section « Paramètres de recherche », page 7.

## 2. Mémoire et Histoire

Les données chiffrées montrent que la génération des moins de 25 ans, généralement réputée pour avoir une faible connaissance des dates et événements historiques, ont une très bonne connaissance du football d'un point de vue historique, et pas seulement s'agissant de leur propre pays, mais aussi s'agissant des autres pays.

Le travail qualitatif mené sur l'histoire du football européen et sur la mémoire collective qu'il produit, a montré que le rôle de la société civile dans la création d'une Europe du football est sous-estimé. L'UEFA a été particulièrement inefficace dans sa capacité à communiquer sur ses propres accomplissements historiques, à savoir la création de compétitions européennes. Peu de gens savent que cette réussite en matière d'Européanisation a été impulsée par le « bas », par la société civile, et non par le « haut », les institutions politiques, et ce fait mériterait d'être mieux propagé.

Dans une plus large perspective, la recherche initiée par FREE sur le cas spécifique de la mémoire transnationale du football, suggère nettement que cette mémoire issue de la culture populaire, n'a pas été suffisamment prise en compte par la recherche historique traditionnelle.

## 3. Communication transnationale

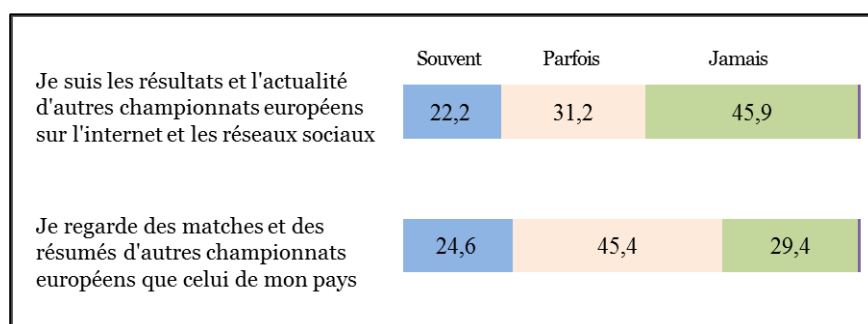
Le football permet de briser la glace et il est un sujet d'échange au-delà des frontières entre Européens de différents origines, âges, genres et classes sociales. C'est un facteur clé pour établir un espace de dialogue commun. Le football génère de plus en plus de liens entre personnes de différents pays, même pour des individus qui n'ont généralement pas accès à des rencontres transnationales (telles que programmes de mobilité internationale, tourisme international).

Tableau 1 : « Avez-vous déjà parlé football avec un autre Européen ? »

| Ces douze derniers mois | Pays de résidence |      |      |      |      |      | Total |
|-------------------------|-------------------|------|------|------|------|------|-------|
|                         | FR                | DE   | PL   | ES   | TR   | UK   |       |
| Oui                     | 47.6              | 70.3 | 47.5 | 69.8 | 55.5 | 81.1 | 63.6  |
| Non                     | 52.4              | 29.7 | 52.5 | 30.2 | 44.5 | 18.9 | 36.4  |

Unité: pourcentage. Base: nombre total de répondants / Source : Enquête FREE ONLINE (2014).

Graphique 2: Intérêt transnational pour le football



Unité: pourcentage.  
Base: répondants qui aiment ou apprécient le football (n = 3 738)

Source : Enquête non représentative par téléphone FREE (2014)

Il y a cependant des lignes de fracture entre l'Europe de l'Ouest et l'Europe de l'Est. Dans les études FREE, les fans de football polonais et le public polonais en général se distinguent nettement des autres pays interrogés (voir tableau ci-dessous, après le point 6).

En outre, la recherche qualitative suggère clairement que l'Europe de l'Ouest avait une meilleure connaissance globale de l'Europe de l'Est du temps du Rideau de Fer que depuis l'unification ! Aujourd'hui, le football professionnel de haut niveau est géographiquement et culturellement moins inclusif, dans une perspective Est-Ouest, que lors des précédentes décennies.

Différentes actions de terrain ciblées conduites dans la cadre de Euro2012 en Pologne et en Ukraine, ont montré que les stéréotypes sont nombreux et persistants, mais que de tels événements peuvent également les mettre en question et les invalider. Cependant, si les clubs d'Europe de l'Ouest continuent à « vampiriser » le football européen de haut niveau, alors l'influence bénéfique potentielle du football sur ce que l'on peut nommer « les lignes de fracture mentale et persistante du continent », c'est-à-dire les oppositions Est-Ouest et Nord-Sud, finira par être perdue.

#### 4. Migration et Intégration

La recherche FREE a révélé que les équipes de football ont une influence sur la perception du public vis-à-vis de l'intégration des minorités ethniques, en particulier les pays où l'immigration est forte (l'Europe de l'Ouest notamment). Les citoyens sont massivement d'accord (plus de deux tiers) quant au fait que des joueurs issus des flux migratoires « apportent une contribution substantielle à l'intégration sociale dans les pays pour lesquels ils jouent ».

Tableau 2 : « Les joueurs d'équipe nationale issus de l'immigration apportent une contribution substantielle à l'intégration sociale dans les pays pour lesquels ils jouent. »

|                     | Pays |      |      |      |      |      |      |      |      | Total |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
|                     | AT   | DK   | DE   | FR   | IT   | PL   | ES   | TR   | UK   |       |
| Totalement d'accord | 42.9 | 23.9 | 60.6 | 18.9 | 20.2 | 5.4  | 16.7 | 9.0  | 19.2 | 24.6  |
| D'accord            | 39.3 | 52.2 | 19.4 | 55.7 | 35.4 | 30.0 | 58.8 | 47.9 | 52.0 | 42.0  |
| Total Accord        | 82.2 | 76.1 | 80.0 | 74.6 | 55.6 | 35.4 | 75.5 | 56.9 | 71.0 | 66.6  |
| Neutre              | 8.6  | 9.8  | 9.6  | 2.8  | 2.6  | 40.9 | 3.7  | 12.2 | 8.8  | 10.0  |
| Pas d'accord        | 4.3  | 7.6  | 2.8  | 17.7 | 8.9  | 10.4 | 13.2 | 23.5 | 12.9 | 12.3  |
| En désaccord total  | 1.4  | 2.2  | 3.9  | 3.9  | 10.8 | 3.4  | 2.3  | 3.4  | 3.0  | 4.4   |
| Sans opinion        | 3.5  | 4.3  | 3.7  | 1.0  | 22.1 | 9.9  | 5.3  | 4.0  | 4.1  | 6.7   |
| Total               | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   |

Unité: pourcentage. Base: nombre total de répondants (n = 7 252) / Source: Enquête représentative par téléphone FREE (2014)

Pour les fans de football immigrés (qu'ils soient de 1<sup>ère</sup>, 2<sup>ème</sup> ou 3<sup>ème</sup> génération), le football permet l'expression d'appartenances hybrides et de loyautés flexibles. La recherche de terrain ethnographique conduite par FREE en fait la démonstration. Le supportérisme jette des ponts au-dessus des fossés culturels et offre à des immigrés l'opportunité de « devenir acteurs », en d'autres mots : d'avoir la possibilité d'influencer et d'agir sur le monde qui les entoure, de parer le mépris et de gagner en respect.

#### 5. Les méga-événements

Les méga-événements sportifs ne se limitent jamais au sport. Comme l'a confirmé l'étude FREE menée en Pologne sur l'organisation et l'héritage de l'Euro2012, ces événements sont des outils idéologiques entre les mains de différents acteurs. De nos jours, les événements footballistiques de cette envergure suscitent la controverse et le débat public sur des thématiques de développement économique et social plus larges, et notamment sur la gouvernance démocratique. Ce champ de recherche montre que dans les pays hôtes, les points de vue sur les méga-événements passés et futurs évoluent, notamment avec de plus grandes exigences en terme de développement durable et de responsabilité financière.

Etant donné le nombre de téléspectateurs et des fans qui se déplacent, les méga-événements sont désormais des occasions très particulières où l'on peut afficher un sentiment d'appartenance nationale et des symboles qui y sont liés. La recherche FREE, tant dans son travail qualitatif que dans ses enquêtes quantitatives, montre cependant que ces manifestations nationalistes ne peuvent plus être interprétées de manière simpliste. Plutôt que de trouver là l'occasion de laisser libre cours à des comportements et des émotions d'ordinaire jugés « limite », nos contemporains profitent de ces événements pour négocier des loyautés et des appartenances complexes. Pour la grande majorité du public, le football ne produit pas de nationalisme exclusif mais permet aux individus d'intégrer des identités complémentaires.

#### 6. La Turquie

Dans ce domaine d'importance qu'est le football en tant que culture populaire, la Turquie n'est certainement pas marginalisée. Au contraire, le football montre à quel point la Turquie est très bien intégrée à l'Europe. Elle est perçue, par les Turcs et les autres, comme un membre naturel de la communauté européenne du football. La Turquie affiche une grande mobilité de ses joueurs et entraîneurs, un très gros supportérisme transnational, un haut niveau de consommation de football et d'interaction sociale. Le football permet à la Turquie d'être un pays européen normal et l'importance que revêt le football dans la société turque est perçue de manière très positive au sein de la communauté européenne du football.

Tableau 3 : Fréquence de discussion sur les thèmes suivants (réponses « toujours et « souvent » )

|           | AT   | DK   | DE   | FR   | IT   | PL   | ES   | TR   | UK   | Average |
|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---------|
| Sports    | 29.8 | 46.2 | 53.4 | 41.2 | 24.1 | 8.7  | 43.9 | 33.5 | 51.6 | 36.9    |
| Economie  | 22.3 | 30.4 | 37.4 | 37.3 | 44.2 | 5.1  | 54.2 | 35.8 | 35.6 | 33.6    |
| Politique | 24.8 | 35.9 | 42.0 | 29.1 | 35.3 | 10.1 | 38.2 | 33.8 | 24.0 | 30.4    |

Unité: pourcentage. Base: nombre total de répondants(n = 7 252) / Source: Enquête représentative par téléphone FREE (2014)

Table 4: Suivez-vous les compétitions de football masculin mentionnées ?

|                                    | AT   | DK   | DE   | FR   | IT   | PL   | ES   | TR   | UK   | Average |
|------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---------|
| Coupe du Monde FIFA                | 48.2 | 68.1 | 82.2 | 62.9 | 53.7 | 37.6 | 67.3 | 40.7 | 66.1 | 58.5    |
| Championnat d'Europe UEFA          | 41.8 | 65.9 | 68.2 | 43.4 | 37.5 | 27.2 | 63.1 | 43.2 | 57.8 | 49.8    |
| Ligue des Champions UEFA           | 42.9 | 40.7 | 64.5 | 40.8 | 36.6 | 24.6 | 59.2 | 40.9 | 53.7 | 44.9    |
| Championnat national               | 37.9 | 46.2 | 58.8 | 41.0 | 43.3 | 18.6 | 57.6 | 39.1 | 48.2 | 43.4    |
| Ligue Europa UEFA                  | 29.3 | 29.7 | 45.3 | 32.5 | 30.5 | 17.9 | 49.1 | 28.5 | 41.7 | 33.8    |
| Niveau régional/local              | 27.7 | 31.9 | 31.1 | 24.2 | 13.1 | 9.8  | 27.2 | 10.0 | 43.0 | 24.2    |
| Autres championnats européens      | 19.3 | 27.5 | 19.1 | 29.3 | 16.7 | 8.1  | 52.7 | 15.3 | 27.0 | 23.9    |
| Autre tournois continentaux        | 6.4  | 11.0 | 8.9  | 19.5 | 12.1 | 5.1  | 21.8 | 8.2  | 18.7 | 12.4    |
| Je ne suis pas du tout le football | 36.9 | 25.3 | 8.4  | 29.9 | 26.8 | 48.8 | 23.7 | 28.8 | 23.6 | 28.0    |

Unité: pourcentage. Base: nombre total de répondants (n = 7 252)

## 7. Socialisation, activité et bien-être

La recherche FREE montre que la socialisation liée au football commence très tôt dans tous les pays, que ce soit en tant que spectateur ou en tant que pratiquant. Ceci est bien souvent lié à la tradition familiale et à l'environnement local. Le football entre dans la vie des individus au moment de la constitution des comportements éthiques, des valeurs et normes sociales fondamentales. L'engagement en faveur d'un club ou du jeu lui-même reste d'ailleurs stable pendant de très longues périodes. Le potentiel éducatif du football, à mettre en lien avec sa simplicité intrinsèque, ne saurait être sous-estimé.

Tableau 5 : Age auquel on commence à regarder du football masculin.

|                                  | Pays de résidence |             |             |             |             |             | Total       |
|----------------------------------|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                                  | FR                | DE          | PL          | ES          | TR          | UK          |             |
| Moins de 6 ans                   | 24.5              | 32.9        | 30.4        | 43.8        | 49.6        | 39.1        | 37.2        |
| Entre 6 et 12 ans                | 58.8              | 53.9        | 56.0        | 45.4        | 42.6        | 50.1        | 50.8        |
| <i>Total des moins de 12 ans</i> | <i>83,3</i>       | <i>86,8</i> | <i>86,4</i> | <i>89,2</i> | <i>92,2</i> | <i>89,2</i> | <i>88,0</i> |
| Entre 13 et 20 ans               | 15.1              | 10.6        | 12.6        | 9.7         | 6.4         | 9.0         | 10.3        |
| Entre 21 et 40 ans               | 1.1               | 1.8         | 0.8         | 0.5         | 1.0         | 1.2         | 1.2         |
| Plus de 40 ans                   | 0.2               | 0.7         | 0.2         | 0.2         | --          | 0.2         | 0.3         |
| Pas intéressé du tout            | 0.3               | --          | 0.2         | 0.4         | 0.4         | 0.4         | 0.3         |

Unité: pourcentage. Base: nombre total de répondants / Source: Enquête FREE ONLINE (2014)

Le football ne contribue pas seulement à l'entretien physique, mais également au bien-être mental. Les études quantitatives et les travaux qualitatifs auprès des supporters montrent clairement que pour de nombreux individus, l'aspect le plus important du bien-être provient de la dimension sociale du football. Ces études montrent également que l'identité sociale se forme davantage au niveau local qu'au niveau national. Ces aspects seront développés plus avant dans le prochain « Policy Brief » sur « Le football : ses parties prenantes et sa gouvernance ».

## INCIDENCES POLITIQUES ET PRÉCONISATIONS

En se basant sur les différents résultats d'enquêtes, l'équipe de recherche FREE a relevé une série d'incidences politiques et soumet les préconisations suivantes :

### 1. Unité et européenisme

- Plutôt que de présenter le football professionnel comme étant principalement une activité économique, et le football amateur comme étant une saine pratique sportive, les décideurs politiques, et plus particulièrement les législateurs, devraient être conscients de l'importance de l'impact socio-culturel du football, quel que soit son niveau, sur la manière dont les citoyens perçoivent et comprennent ce qui « fait » l'Europe.
- Le désenchantement grandissant vis-à-vis de la marchandisation du football devrait être pris très au sérieux par les organismes qui gouvernent le football et les législateurs institutionnels. Il faut prendre conscience du fait qu'aborder le football d'un point de vue purement économique pourrait s'avérer contreproductif sur le long terme. (D'autres aspects seront développés en détail dans le « Policy Brief » consacré aux parties prenantes et à la gouvernance du football).

### 2. Mémoire et Histoire

- L'histoire du football est populaire au sens même du terme ; c'est une « histoire en train de se faire » qui est accessible au plus grand nombre. Les résultats de recherche suggèrent que grâce à Youtube, Twitter et d'autres réseaux sociaux, la grande disponibilité de la mémoire du football augmentera la densité de la mémoire partagée et lancera des ponts entre les générations. Mais ce phénomène va au-delà du football. A l'ère digitale, la culture populaire est capable de produire de la mémoire transnationale façonnée par les gens, plutôt que par les institutions (en d'autres mots, une mémoire générée par le bas). Ceci mérite d'être étudié plus finement et à plus grande échelle. Les historiens devraient être encouragés à s'intéresser à de telles thématiques par des appels à projets pertinents. Et de tels projets de recherche devraient être activement soutenus par le programme cadre européen « Horizon2020 ».
- D'un point de vue plus général, le recours aux médias sociaux et aux nouvelles technologies est très répandu dans la sphère footballistique, ce qui en fait des moyens de communication efficaces pour atteindre un certain public et éveiller les consciences à des problématiques sociales et politiques.

### 3. Communication transnationale

- Les intellectuels et les décideurs politiques ont souvent tendance à sourire face à la capacité du football à créer du lien social et à peser de manière positive sur les stéréotypes nationaux, mais il faut garder à l'esprit que ce potentiel de passerelles transnationales est plutôt unique et qu'il mérite d'être préservé. Les tendances monopolistiques actuelles (les cartels toujours plus puissants de clubs anglais, espagnols et allemands) sont une sérieuse menace à la dimension transnationale du football, qui constitue une réussite précieuse de ces 60 dernières années.
- Les résultats d'enquête suggèrent que la Pologne occupe une place particulière en Europe, tant géographiquement qu'économiquement. Dans l'enquête FREE, où l'attention a été portée sur la spontanéité et l'intégrité des réponses dans le champ d'étude a priori « inoffensif » ou « anodine » qu'est la culture populaire, les Polonais se sont clairement différenciés des autres nations étudiées. Il serait intéressant de chercher à savoir si ces grandes différences entre les répondants de Pologne et d'Europe de l'Ouest sont caractéristiques de pays d'Europe centrale et orientale ou si la société polonaise présente un profil unique.

#### 4. Migration et Intégration

- Les responsables politiques ne devraient pas hésiter à solliciter les joueurs de haut niveau issus de l'immigration qui jouent pour l'équipe nationale de leur pays d'accueil, tel des modèles, des ambassadeurs, dans le cadre de politiques visant à favoriser l'intégration ethnique des minorités.
- Les responsables politiques ne devraient pas freiner mais plutôt encourager les déplacements de supporters. Au niveau local, les communautés de supporters ne devraient pas rencontrer de réticences, mais plutôt être encouragées dans leur contribution à l'intégration. Au niveau international, la mobilité transfrontalière liée au football devrait être facilitée.

#### 5. Les méga-événements

- Les organismes de gouvernance supranationale du sport ne devraient pas ignorer les controverses dans les pays organisateurs. Il est compréhensible qu'ils soient désireux d'obtenir les meilleures conditions possibles pour de tels événements, mais plutôt que d'imposer ces conditions aux Etats et aux villes hôtes, ils devraient considérer les débats locaux désormais inévitables, comme de véritables opportunités de développer, dans leur propre intérêt à long-terme, des comportements et des pratiques justes, durables et socio-responsables. Ils devraient faire évaluer l'impact et l'héritage à long terme de tels événements afin d'améliorer continuellement leurs propres pratiques.
- Les responsables politiques devraient s'abstenir de faire la promotion active d'équipes de football européennes/transnationales. Ils devraient résister à la tentation d'interférer, en appliquant une « ingénierie sociale supranationale », dans un environnement de compétition certes calibré par les cultures nationales, mais permettant aussi à l'individu d'adopter une perspective comparative et une distance critique vis-à-vis des symboles nationaux et des marqueurs identitaires.

#### 6. La Turquie

- La Turquie est un membre naturel et parfaitement intégré de la communauté européenne du football. Les standards comportementaux des amateurs de football ont clairement convergé vers les grands courants européens au fil des décennies. Les responsables politiques devraient noter que cette convergence vient contredire l'argumentation répandue selon laquelle la Turquie serait culturellement, et dans son essence, incompatible avec les autres pays européens.

#### 7. Socialisation, activité physique et bien-être

- Le grand potentiel du football en matière d'éducation, que ce soit en tant que pratique et en tant que spectacle, ne saurait être surévalué. Les politiques et les programmes devraient fournir des conditions optimales pour la formation et le soutien des éducateurs qualifiés qui s'occupent des jeunes footballeurs.
- Le football contribue au bien-être mental, mais tout ce qu'il offre en tant que spectacle tend à éclipser la pratique dans certains pays. Les programmes européens qui travaillent à promouvoir l'activité physique devraient cibler ces pays en particulier.

### PARAMETRES DE RECHERCHE

Le projet FREE a réuni des universitaires proposant des profils académiques variés (sociologie, anthropologie, histoire, études de genre, sciences politiques) avec l'objectif très clair de produire une authentique recherche interdisciplinaire permettant l'interaction de différentes méthodes de recherche.

La collecte de données s'est faite par le biais de méthodes qualitatives variées et de plusieurs enquêtes quantitatives. Les résultats reportés et analysés dans ce « Policy Brief » l'ont été grâce à différentes activités de recherche complémentaires, notamment :

- Recherche historique sur les sources premières (données d'archive) ;
- Travail de terrain sociologique (entretiens approfondis avec un individu ou un groupe d'individus) ;

- ☉ Travail de terrain ethnographique (participation active de chercheurs à différentes occasions et dans différents contextes entre 2012 et 2014) et participation active de spectateurs de football (qui ont fourni des journaux de bord vidéo enregistrés dans les stades dans des pays sélectionnés) ;
- ☉ Enquête quantitative en ligne (public attentif, intéressé par le football, mais non représentatif) réalisée en huit langues entre septembre 2013 et février 2014 ayant reçu un total de 17 516 réponses, parmi lesquelles 8 299 étaient complètes ;
- ☉ Enquête quantitative CATI (échantillons représentatifs de population dans tous les pays cibles) réalisée en huit langues par des sous-traitants de BVA (Paris) en décembre 2013 et couvrant un total de 7 245 répondants ;

Les pays cibles concernés par les enquêtes quantitatives sont l’Autriche, le Danemark, la France, l’Allemagne, l’Italie, la Pologne, l’Espagne, la Turquie et le Royaume-Uni.

## IDENTITE DU PROJET

|                       |   |
|-----------------------|---|
| Nom du projet         | Football Research in an Enlarged Europe (FREE)  |
| Coordinateur          | Albrecht Sonntag, ESSCA Ecole de Management, Angers (France)<br><a href="mailto:albrecht.sonntag@essca.fr">albrecht.sonntag@essca.fr</a>  |
| Consortium            | ESSCA School of Management, Angers, France.<br>Københavns Universitet, Copenhague, Danemark.<br>Loughborough University, Loughborough, Royaume Uni.<br>Middle East Technical University, Ankara, Turquie.<br>Universitat de València, Valence, Espagne.<br>Universität Stuttgart, Stuttgart, Allemagne.<br>Universität Wien, Vienne, Autriche.<br>Université de Franche-Comté, Besançon, France.<br>Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, Poznan, Pologne. |
| Schéma de financement | FP7 Programme pour la Recherche sur l’Union européenne – Domaine 8<br>« Sciences humaines et Socio-économiques »<br>Projet collaboratif d’activité 5.2 « Diversités et Uniformités en Europe », Call<br>« Anthropologie de l’Intégration Européenne ».  |
| Durée                 | 1 <sup>er</sup> avril 2012 – 31 mars 2015 (36 mois).  |
| Budget                | Contribution de l’UE : 2 433 362 €.   |
| SiteWeb               | <a href="http://www.free-project.eu">www.free-project.eu</a>  |
| Plus d’informations   | Contact: Dr Albrecht Sonntag, <a href="mailto:albrecht.sonntag@essca.fr">albrecht.sonntag@essca.fr</a>  |