

Sport et Société, spécificités et paradoxes de la voile en France
Présentation de Cédric Fraboulet
Panathlon club de Paris
4 Février 2013

Introduction :

Dans l'imaginaire collectif, dans ce que l'on pourrait appeler l'identité collective française entendue comme la construction d'un système de représentations en construction permanente de l'individu au sein d'un groupe (le concept d'interaction), la voile occupe dans le sport Français, mais aussi dans l'ensemble de la société, une place singulière. Depuis plus de 50 ans, la voile passionne les Français et elle apparaît régulièrement dans la liste des sports préférés des Français. Les marins Français sont connus et reconnus et, certains à travers l'histoire ont incarné leur époque et pour quelques uns accédé au rang de mythe en même temps qu'ils le génèrent. Le mythe étant aussi entendu ici comme une parole, un système de discours, un système de communication qui trouve un écho, une portée universelle au sein de la société ou du groupe qui a produit ce mythe.

Ce mécanisme anthropologique et social n'est bien évidemment pas propre au sport voile. Tout sport produit des mythes, un discours sur lui même porteur de signifiants et de signifiés, une identité, un système de représentations en interaction avec l'ensemble du groupe dans lequel il se développe. C'est ce qui fait, pour reprendre une expression populaire, que le sport est un miroir de la société, en interaction constante avec elle. Autrement dit, le sport produit du social, des normes et des valeurs, mais le social, le groupe et la collectivité alimentent en valeurs, en normes, le monde du sport dans une interaction permanente. C'est pour cette raison que nombre d'anthropologues du contemporain, de sociologues, de politistes et d'historiens considèrent que le sport est un « fait social total » et donc un merveilleux objet de recherche en sciences humaines.

Partant du postulat démontré par les études que la voile occupe une place importante, singulière et spécifique dans la culture et l'identité collective Française, cet article a pour ambition d'analyser les mécanismes qui ont permis cela mais aussi d'en souligner les limites. En effet, et c'est un paradoxe, si la voile occupe une dimension symbolique extrêmement forte dans l'imaginaire collectif, la pratique de compétition voire même de loisir de ce sport en France reste sans commune mesure avec l'attachement que les Français lui portent. A cet égard, l'une des clés de ce paradoxe repose sans doute sur la nécessaire compréhension du fait que nous aimons la voile pour ce qu'elle n'est pas seulement, c'est à dire un sport, mais que ce sport qui se présente comme tel produit un signifiant pour la société qui va au delà même du registre du sport.

A) La voile en France comme miroir de la société, la construction d'une spécificité.

1) A l'origine d'un phénomène de société.

J'y reviendrai, mais depuis juin 1964, la voile occupe une place importante dans la culture française. En gagnant la fameuse transat anglaise en 1964, Eric Tabarly permet à la voile française d'exploser médiatiquement. S'il faut se méfier des analyses qui tendent à expliquer des phénomènes sociaux par le seul biais de l'action individuelle, la victoire de Tabarly en 1964 a été un formidable détonateur pour ce sport qui était jusqu'alors perçu comme élitiste, et donc réservé à une minorité. La plaisance, la pratique de la voile était depuis le 19eme siècle une activité née et concentrée principalement en région

parisienne et de culture aristocratique : on ne parlait pas du sport de la voile mais du « yachting ». A partir de la victoire de Tabarly en 1964, la France des années 60 et du mythe des 30 glorieuses se découvre une passion pour la voile. Dans cette société de consommation qui se développe, dans les prémices de ce que le grand sociologue Français Dumazedier a appelé et conceptualisé comme étant « la civilisation des loisirs », dans cette société des vacances et des congés payés à la mer, la France se découvre une passion pour la voile. L'industrie nautique Française explose pour devenir le leader mondial et, avec l'augmentation du niveau de vie, les dériveurs fleurissent sur les plages et dans des clubs nautiques en bord de mer. L'Optimist, la Caravelle, le Vaurien, le 420, le 470 deviennent des noms connus de tous. Les premières écoles de voile se mettent en place, notamment les Glénans fondé par d'anciens résistants et qui portent dans le domaine de l'enseignement de la voile des valeurs dont le slogan est la meilleure illustration « école de voile, école de mer, école de vie », slogan symbole de ce que la voile peut produire comme valeurs.

Ce phénomène et cette passion des Français pour la voile qui naît dans les années 60 n'a pas d'équivalent dans le monde. Mis à part l'Angleterre, mais pour d'autres raisons culturelles, les autres pays développent une pratique de la voile sportive sans qu'elle ait pour autant un tel degré de pénétration dans la société comme en France. Là où à partir de Tabarly, la voile devient une illustration et un marqueur de la société de consommation des années 60, elle reste dans tous les autres pays un sport élitiste et confiné à quelques strates de la société.

Avec Tabarly mais aussi ceux qui suivront, la France de De Gaulle découvre sa riche culture maritime et le pouvoir politique s'empare de cette figure mythique du marin français qui est en train de se construire. Les liens du politique et du sport sont connus et ont fait l'objet de multiples recherches. En France durant les années 60 et 70 le champ politique s'empare voire instrumentalise la voile : les victoires françaises de Tabarly sont le contrepoids, notamment par rapport aux Anglais que Tabarly a battus, à une France de la défaite de juin 40 que la France Gaullienne veut oublier. Si la voile explose et ne se limite pas seulement à un développement, c'est bien parce que les signifiants portés par les exploits de Tabarly trouvent un écho en parfaite adéquation avec la société Française des années 60-70, celle des trente glorieuses, celle de la France Gaullienne.

Le point culminant de cette spécificité de la voile Française trouve symboliquement son apogée lors de la Transat de 1976. Au départ de cette course transatlantique anglaise, il y a Tabarly que l'on dit vieillissant, en fin de carrière et qui embarque sur un bateau guère adapté, face à Alain Colas, chouchou des médias, l'homme qui parle quand Tabarly se tait, l'élève qui va dépasser le maître. A l'issue d'une course au scénario dramatique, Tabarly surgit de nul part et, alors qu'on le croyait disparu, remporte cette course. L'éditorial du Figaro signé de Jean D'Ormesson symbolise et parachève le mythe « il faut se taire pour gagner, il faut se taire quand on gagne ». De retour en France, Tabarly descend les Champs-Élysées, inaugurant un rite pour les grands sportifs français, mais reste fidèle à ce qu'il est et qui va profondément façonner la perception Française de la figure du marin : un personnage authentique, vrai, taiseux...

2) La voile en France, un phénomène de société qui traverse les époques :

Si la voile en France a explosé dans les années 60 c'est sans doute parce qu'elle a su plus que tout autre sport épouser les valeurs et les normes culturelles et sociales de la société dans laquelle elle s'est développée. Et si la voile en France a continué jusqu'à nos jours à garder cette place singulière, c'est aussi parce qu'elle a su

continuer à coller aux valeurs et aux normes d'une société en mutation notamment dans les années 80. A la fin des « trente glorieuses », à l'entrée dans les années 80, la voile entre dans une nouvelle ère du sport en France. Deux éléments caractérisent cette évolution : la voile se professionnalise et la voile épouse le développement du sport-aventure. A la fin des trente glorieuses, la France entre dans les années de crise. Le pessimisme, l'inquiétude, la fin de la foi dans le progrès, le bouleversement des repères, des valeurs et des normes mais aussi les prémices d'une société mondialisée, conduisent à l'émergence dans la société française d'un attrait pour le sport-aventure. C'est la grande époque du Paris-Dakar, des nouvelles frontières mais aussi des records en tout genre. C'est la découverte et l'explosion des sports et des cultures de la glisse (le windsurf, le surf etc). Comme dans les années 60 et sur un autre registre la voile va « surfer » sur ces thématiques de la société des années 80. La voile comme sport-aventure se structure autour d'épreuves mythiques comme la Route du Rhum (qui porte en elle un questionnement politique sur la place des DOM-TOM dans la société Française). La voile invente le tour de l'Europe à l'heure où dans le champ politique la construction européenne progresse et occupe une place importante dans le domaine politique. Alors que le sport business se développe notamment à travers le sport aventure, la voile attire les sponsors et devient le faire de lance du sponsoring sportif avec cette singularité qui repose sur le fait qu'en termes marketing, le marin est associé à une marque donnant à celle-ci une visibilité extraordinaire. Ce n'est pas seulement Poupon qui gagne les courses dans les années 80, c'est aussi Fleury Michon. De ce point de vue là la voile a fortement contribué au développement dans le sport du sponsoring et du marketing. Le départ des grandes épreuves de course au large en solitaire deviennent des manifestations qui attirent des centaines de milliers de spectateurs et les chaînes de télévision.

L'irruption du sport business et du sport-aventure caractéristique de la société française des années 80 permet donc à la voile de garder la place qu'elle occupe dans l'imaginaire collectif français quand d'autres sports tombent en désuétude. La voile en profite pour se professionnaliser et se structurer : à l'heure du tourisme de masse, elle développe un réseau d'écoles de voile professionnelles qui devient un passage obligé pour tout touriste qui se respecte. La voile devient un produit qui se vend à des sponsors et qui attire mais si la médiatisation du sport voile augmente, si le produit touristique du stage de voile se vend, la pratique de compétition chute dramatiquement contrairement aux années 60-70. C'est là aussi une spécificité de la voile en France : la reconnaissance de la voile augmentant, la pratique diminue. Les dériveurs sont rangés dans les garages et les clubs se vident de leurs membres. La voile devient inaccessible au sens propre sans que la contrainte économique en soit le seul élément d'explication : la voile comme sport aventure, la professionnalisation de la voile a définitivement rompu le processus d'identification des années 60 qui faisait qu'en achetant un dériveur ou un petit croiseur, on pouvait rêver devenir Tabarly. Ce processus d'identification sociale qui est un des piliers des mécanismes sociaux de développement de la pratique du sport en France devient inopérant dans le domaine de la voile. En caricaturant, parce que dans les années 80 le processus d'identification est devenu inopérant, la pratique de la voile quitte le champ du sport pour devenir un loisir plus qu'un sport, une activité de tourisme plus qu'une activité de compétition. Ce processus n'est pas seulement limité à la voile mais il est sans doute plus marqué que dans beaucoup d'autres sports parce que la voile a été plus que tout autre sport un miroir de la société, voire une éponge des valeurs de celle-ci, la projection des représentations des Français.

Si nous devons donner deux autres exemples de cette faculté du sport voile d'épouser les évolutions sociales et les problématiques de la société dans laquelle il se développe, il faudrait citer deux faits marquants, deux symboles. Le premier est la victoire de Florence Arthaud dans la Route du Rhum 1990. Dans les années 80-90 la question de la place des femmes dans la société évolue. A un féminisme de combat des années 70, à la revendication d'une spécificité féminine, se substitue un féminisme basé sur la revendication de l'égalité. Le discours féministe ne repose plus seulement sur l'affirmation d'une stricte différence ouvrant lieu à des droits spécifiques mais à l'affirmation d'une égalité en droits puisque « l'un est l'autre » pour reprendre le titre d'un ouvrage de Badinter. La victoire hyper médiatisée de Florence Arthaud dans la Route du Rhum va avoir un retentissement énorme dans une société Française : en effet pour la première fois dans l'histoire du sport en France, une femme remporte à armes égales une victoire face à des hommes dans une compétition majeure. Et le cas de Florence Arthaud ne restera pas unique dans la voile. D'autres grandes compétitrices iront battre les hommes sur « leur terrain ».

L'autre exemple de cette proximité qui peut exister entre les débats qui traversent une société et un sport au point de favoriser l'adhésion de la collectivité à ce sport concerne la question des rapports de la France au monde qui l'entoure. De nombreuses analyses en sciences politiques, en sociologie, en économie ont montré la difficulté de la société Française de se projeter dans la mondialisation à l'œuvre depuis le début des années 90. Certains auteurs ont même parlé de la tentation française du repli sur soi, de l'inquiétude face la mondialisation, à la concurrence, à la crise. Quand la voile Française à l'époque de Tabarly est une succession de victoires dans la course au large mondiale, sur le terrain de jeu des Anglo-saxons, dans les années 80 et plus encore dans les années 90, la voile française se coupe du monde : ce pour quoi la voile attire tant les Français, c'est à dire la course au large en solitaire, n'a aucun écho dans le monde et reste une discipline franco-française, certains diront même bretonno-bretonne. Pour le dire autrement, quand la société française se pose la question de sa place dans le monde et cède un peu à la tentation du repli sur soi, la voile fait de même. Comme un symbole d'ailleurs, alors que la voile olympique pourtant complètement étouffée en France par la course au large ramenait régulièrement des médailles, en 1996 et 2000 l'équipe de France rentre bredouille d'Atlanta et de Sydney.

3) Un phénomène de société qui perdure :

La période de la fin des années 90 jusqu'à nos jours marque un autre tournant de la voile française. Une fois de plus, le sport voile va connaître une mutation parfaitement en phase avec les évolutions de la société française. Si l'on devait définir un événement fondateur de cette nouvelle période, on pourrait la dater de juin 1998 et de la disparition d'Eric Tabarly. Le père fondateur de la voile en France, celui qui avait incarné ce sport dans l'imaginaire collectif des Français, disparaît en mer la veille de l'ouverture de la Coupe du monde de football que la France gagnera. Preuve de l'empreinte qu'il aura laissé dans la société française, pour la première fois dans l'histoire, un sportif Français a droit à ce qui ressemble fortement à des obsèques nationales et sa disparition suscite une très forte émotion dans le pays. Plus que le compétiteur, plus que le sportif, c'est le marin et la culture maritime française qui sont mis en avant lors de cet hommage national ainsi que la dimension d'innovation qu'il a portée tout au long de sa carrière. En effet, si Tabarly a remporté des victoires, battu les Anglais, s'il a été un formidable compétiteur, il le doit au fait d'avoir été un formidable innovateur dans le domaine de l'architecture navale. Chacun de ses Pen Duick était technologiquement en avance dans

son temps. Dans ces années 90-2000, à l'heure où la révolution internet se met en marche et révolutionne l'organisation et les modes de fonctionnement d'une société désormais mondiale, la figure de Tabarly qui disparaît rappelle aux Français qu'ils peuvent être performants et innovant. La disparition de Tabarly met enfin en avant la question de la transmission du savoir et les interrogations sur le sens de l'histoire. La disparition de Tabarly qui a été un formidable formateur de marins est en effet concomitante du retrait de toute une génération d'hommes politiques, de décideurs, d'artistes issus de la génération d'après-guerre et dont l'héritage est source de questionnement et d'interrogation au début du 21^{ème} siècle dans la société française alors qu'une nouvelle génération arrive au pouvoir.

Corolaire de ces interrogations, c'est tout une nouvelle génération de marins qui émerge à cette époque et qui aujourd'hui domine la voile de la course au large. Trois éléments sont fondamentaux pour comprendre cette dernière évolution de ce sport et son lien à l'évolution de la société.

Quand le mur de Berlin chute, les marins français inventent une nouvelle course qui repousse les limites : le Vendée Globe. Course autour du monde en solitaire, sans escale et sans assistance, le Vendée Globe va paradoxalement et d'abord symboliser la fin définitive du sport-aventure, alors qu'il s'en veut l'expression ultime, pour symboliser l'entrée de la voile à la Française dans le champ du sport de compétition. Si les histoires humaines, les aléas, les drames que cette course porte en elle la maintiennent dans le registre de l'aventure dont le grand public est friand, elle s'inscrit clairement dans l'émergence du sport de compétition et de la technologie : aventure technologique mais aussi aventure écologique diffusant une valeur importante des années 2000 : l'authenticité.

Le deuxième point c'est que la figure du marin telle que les Français se la représentent évolue : il devient un chef d'entreprise, un manager d'une équipe, un spécialiste de technologie qui mène un programme strict de préparation où l'objectif est de réduire l'aléa pour espérer l'emporter. Le parallèle avec les entrepreneurs de l'ère internet est évident.

Le troisième point enfin est l'entrée dans l'ère de la communication globale : le skipper, le marin devient communicant : il fait son sport, il raconte une histoire, il partage via les nouvelles technologies quitte à ce que cela confine à la télé-réalité. A l'heure où l'internet définit les contours d'une nouvelle société, les valeurs de la transparence, de la libre circulation des données, une économie du partage, la voile s'engouffre dans la modernité ou du moins dans les représentations que la société se fait de la modernité. L'édition du Vendée Globe 2013 en est l'illustration la plus parfaite : c'est la victoire d'un jeune ingénieur à la tête d'une équipe ou la recherche et l'innovation ont été portées à leur paroxysme : c'est la victoire d'un communicant qui nous raconte une histoire mais ne nous vend pas un produit (le concept du story telling) et la partage avec tous via les NITIC. 2012 enfin c'est aussi la victoire d'une équipe dans la Volvo Ocean Race : les Français ont brillé dans la compétition mondiale. Un énorme exploit qui a eu un impact impressionnant car il déjoue la crainte du déclin français. Pour beaucoup de chercheurs, si la France reste une grande puissance alors que tous les indicateurs montrent qu'elle n'est plus qu'une puissance moyenne, c'est parce qu'elle se fantasme comme une grande puissance et parvient encore à faire croire au fait qu'elle ne serait pas qu'une puissance moyenne. Mais cette représentation idéalisée tient aussi parce le sport et notamment la voile, à travers l'existence de ce genre de succès sportifs, donne corps à cette idée de du maintien de la puissance française.

L'analyse socio-historique montre comment le développement de la voile en France depuis près de 50 ans, la construction de son identité, de ses valeurs, de son discours, et de ses symboles s'inscrit dans la capacité de ce sport d'avoir su épouser à la perfection les valeurs de la société Française et de son histoire. Même lorsque cette dernière connaissait des mutations profondes, le sport voile tel que les Français se le représentent au point de s'y retrouver massivement a toujours su s'adapter à son environnement. Le voile a réussi à s'appropriier et à décliner en signes, en symboles ce que le public attendait qu'on lui donne et ce qu'il voulait y voir. Ce processus socio-culturel de création d'identification et d'adhésion n'a pas beaucoup d'équivalent dans les autres sports.

Pour autant et cela sera l'objet de notre second point cette spécificité de ce processus d'interaction entre le social et le sport voile peut apparaître paradoxal à bien des égards parce qu'il contient en lui un certain nombre de limites au développement de la voile comme pratique.

B) Les paradoxes d'une spécificité.

Si l'analyse de la construction socio-historique de la représentation de la voile dans l'imaginaire collectif de la société française fait clairement ressortir que la voile s'est construite par effet de miroir, elle entérine un certain nombre de paradoxes qu'il conviendra d'évoquer dans un premier temps avant, dans un second temps, de s'interroger sur la nature du sport voile et de ses limites quant à son développement. Une hypothèse qui pourrait alors être démontrée serait que, et c'est le principal paradoxe, l'attrait des Français pour la voile repose sur le fait que la voile n'est sans doute finalement pas perçue comme un sport.

1) Quelques données paradoxales :

- *Le premier élément pourrait être formulé de la manière suivante : la voile est un sport à l'audience de masse mais n'est pas un sport de masse* : si l'on prend la compétition phare de la voile en France, le Vendée Globe, les données en termes d'audience démontrent que cette course suscite un intérêt équivalent voire supérieur à un événement comme le tournoi de Roland-Garros. Pas loin de 60% des Français déclaraient avoir suivi le Vendée Globe en 2009. Les premiers chiffres de l'édition 2013 laissent penser que l'audience sera encore largement plus forte en plus de s'internationaliser très fortement. Si l'on prend des données chiffrées dans un autre domaine, celui de la voile comme pratique de loisir et de tourisme, on dénombre selon les estimations pas loin de 1 millions de pratiquants. Les stages de voile touchent un public d'environ 300 000 personnes dont 200 000 licenciés Ecole Française de Voile. Si l'on regarde maintenant le nombre de licenciés annuels, il n'est que de 80 000 et seuls 33 000 ont une pratique de compétition. Ce décalage n'a vraisemblablement pas d'équivalent dans les autres sports où l'écart entre l'audience et la pratique n'atteint sans doute pas ces sommets.

- *Le deuxième élément paradoxal se formalise ainsi : la voile en France a construit son audience sur sa capacité à refléter les représentations de la société mais elle est incapable de renvoyer l'image de sa propre diversité*. Comme cela a été démontré dans la première partie, la perception, l'image que les Français se font de la voile se résume finalement à une seule discipline, celle de la course au large en solitaire. Les disciplines de la voile sportive sont vastes. La diversité de ce sport à matériel repose sur non seulement sur la diversité des supports de pratique (dériveur, catamaran, planche habitable etc) mais

aussi sur la diversité des formats de pratique compétitive (solitaire, équipage, course en flotte, match racing, course au large, course cotière etc). Cela débouche sur une multiplicité de combinaisons possibles qui n'a pas beaucoup d'équivalent dans d'autres domaines sportifs où la pratique est beaucoup plus contrainte par les règles, le matériel, bref le « terrain de jeu » propre à chaque discipline. Pour le dire autrement, alors que la voile pourrait donner à voir beaucoup, elle ne se donne à voir en France, ne se montre, qu'à travers la plus exclusive de ses disciplines (la course au large en solitaire) sans que paradoxalement cela ne limite son audience, à défaut de développer sa pratique.

- Un troisième élément paradoxal peut être analysé et nous permettra de faire la transition avec la suite de notre démonstration. *Il renvoie à la figure du marin et de la compétition et pourrait se formaliser de la manière suivante : le marin est un compétiteur, classé dans l'imaginaire collectif français dans la catégorie des sportifs, mais à qui on ne demande pas forcément de vaincre.* Pour le dire autrement, par rapport à la mythologie classique du sport, à la représentation que nous en avons, le sportif en voile n'a pas besoin de vaincre, de gagner pour être reconnu comme sportif, pour accéder à la reconnaissance. En grossissant quelque peu le trait, on pourrait résumer cela en disant que la voile est un sport dans lequel le sportif n'a pas besoin de gagner pour exister en tant que tel et que la voile est un sport où tout participant a gagné avant même de participer. Catégorisé comme sportif, le voileux, le marin l'est donc malgré le fait qu'on ne lui demande pas forcément d'endosser les qualités et le comportement que l'on exige du sportif, c'est à dire de vaincre. Les principes de hiérarchie, de classement, de compétition qui restent fondateurs de nos représentations du sportif est donc beaucoup moins opérant dans la représentation que nous nous faisons de voile alors que nous la catégorisons pourtant comme étant bien un sport. Pour illustrer ce propos, on peut s'interroger sur le sens et la signification de la polémique Bernard Stamm sur l'édition 2012-2013. Voilà un sportif, un potentiel vainqueur du Vendée Globe qui sans intention de tricher enfreint les règles de la course pour « sauver » son bateau. Logiquement disqualifié sans que la décision du jury ne puisse faire l'objet de la moindre contestation ni sur la forme ni sur l'esprit, un vaste mouvement populaire relayé par les réseaux sociaux et les médias a quasiment contribué à faire de Stamm un vainqueur moral du Vendée Globe. Dans ce tour du monde, en solitaire, sans escale, sans assistance, le simple fait de prendre le départ et éventuellement de terminer, même en ayant pas respecté les règles suffit à donner au concurrent la même aura que le vainqueur. Le propos est bien évidemment légèrement exagéré pour les besoins de la démonstration. Il fait cependant ressortir le risque qu'il y aurait à niveler les valeurs - la force de la compétition et de ses règles - par le seul fait que le marin soit perçu comme étant par essence valeureux. Cela démontre enfin le risque auquel s'expose le marin s'en le mesurer réellement : ce risque qui tient dans le fait que, peut être plus que n'importe quel autre sportif, on pardonnera beaucoup au marin.

2) La voile en France est-elle encore un sport ?

Poser de cette manière la question peut apparaître provocatrice mais elle a l'intérêt de nous amener à nous interroger sur la question des valeurs comme fondement du sport. Certains chercheurs, notamment Pierre Arnaud ont bien montré comment le sport s'est développé et structuré en s'appuyant sur un mythe, sur un système de discours, sur une idéologie : il existerait ainsi un sport « pur » paré de toutes les vertus et indépendant du reste de la société. Le sport serait bon par nature, un monde idéal, en dehors des clivages qui traversent la vie d'un groupe social et un espace d'épanouissement collectif

et individuel. La force du mouvement sportif repose sur sa capacité à produire et entretenir ce discours sur les valeurs, sa fonction, ses missions, élevées au rang d'une quête individuelle et collective. La force de cette idéologie et la capacité à « faire croire » dans le bienfondé de ces valeurs seraient consubstantielles du développement du sport et des processus d'adhésion qui s'y rattachent. Ce mythe de l'indépendance du sport se construit dans l'opposition à une société considérée comme étant par essence incapable de produire de l'universel, divisé par des clivages sociaux, culturels, politiques, historiques et économiques.

De ce point de vue là, il serait illusoire de croire que la voile échapperait à cette idéologie d'autant plus que nous avons montré comment son audience s'est développée sur un système de valeurs. Son développement repose clairement sur le présupposé du sport comme idéal positif, source de progrès, de pureté et d'équité.

Les valeurs sont un fondement de ce discours mythique de l'indépendance du sport : en effet, le terme de valeur renvoie à un jugement, il est tout sauf l'indifférence. La valeur n'est pas objectivable en dehors de l'adhésion ou du rejet qu'elle suscite. Le monde sportif existe en tant que tel parce qu'il est capable de produire en sein un discours sur les valeurs générant une construction de la « distinction » par rapport au reste de la société. En ce sens, si pour reprendre Norbert Elias, le sport est le lieu de l'expression de la violence maîtrisée, il n'en est pas moins toujours à entretenir, si ce n'est une relation conflictuelle avec la société du moins un processus de différenciation. Le système des valeurs du mouvement sportif constitue donc à la fois son identité mais aussi un système qui génère de l'identification et de l'identitaire.

C'est sans doute de ce point de vue là que la voile occupe en France une place spécifique. Indéniablement, parce qu'elle produit des valeurs, cultive une identité, elle se rattache au monde du sport, partage et diffuse son idéologie. Cependant à la différence d'autres sports, il ne semble pas qu'elle cultive une logique de distinction, d'opposition, voire de conflit avec le reste de la société. Une des hypothèses serait de considérer que si la voile dispose d'un corpus développé, d'une large palette de valeurs qui fondent son existence, ces valeurs n'ont peut être pas le poids qu'elles pourraient avoir dans le développement de ce sport parce que, à l'échelle de la société, elles sont finalement consensuelles et font consensus. La voile doit faire face à une banalisation de ses valeurs alors même qu'elles sont tout sauf banales car guère accessibles au « commun des mortels ». En cela, et c'est toute son originalité la voile est un sport qui peut exister sans le sport parce qu'elle fait l'objet d'un consensus indiscutable. Alors que même les sports les plus populaires et les plus pratiqués n'y parviennent pas, les valeurs de la voile en France ne sont pas discutables. Elles font l'unanimité. Certains diront que ces valeurs ne sont pas discutables et génèrent de l'unanimité parce qu'elles sont vides de sens, d'autres diront que quand le monde de la voile pense produire des valeurs, il ne fait en fait que projeter à la société française le fantasme d'un monde idéal que la société française s'est inventée. En cela pourtant la voile est plus qu'un miroir et plus qu'un sport, un monde à part entière.

En conclusion, si je quitte la position du chercheur en sciences sociales qui a été la mienne tout au long de cet article pour me mettre dans la position du dirigeant sportif que je suis aussi, je dirais que la voile en France doit faire face à deux enjeux. Le premier est celui de savoir si elle souhaite conserver cette posture originale qui est la sienne dans la société française et dans l'imaginaire collectif, quitte à limiter le développement

de sa pratique ou si au contraire elle se rapproche plus encore du mouvement sportif dans son ensemble, quitte à apparaître moins unanime, moins consensuelle, à perdre en audience tout en gagnant en nombre de pratiquants. Ensuite, quelque soit la réponse qu'elle apportera à ce questionnement, elle ne pourra faire l'économie d'une réflexion sur son système de valeurs pour le rendre quoiqu'il arrive plus opérant et générateur d'une adhésion qui dépasse le cadre du consensus ; Car il ne suffit pas de dire et d'affirmer que la voile a des valeurs fortes pour qu'elles existent indépendamment de celles que la société lui attribue. A l'heure où le sport dans son ensemble doit faire à une double demande sociale, celle individuelle du bien-être, et celle collective de la sociabilité, il va de la responsabilité des dirigeants de la voile de ne plus seulement être les porteurs de valeurs qu'elle partage déjà avec la société dans son ensemble mais de générer des valeurs à même de répondre à cette double demande sociale sur laquelle le sport devrait se bâtir dans les prochaines années.

CF