

Les supporters se soucient-ils de la gouvernance du football ?

La gouvernance du football européen a fait l'objet de nombreux débats cette dernière décennie. Parmi les points discutés figure la question du rôle des supporters dans la gouvernance de leurs clubs. Doit-on l'encourager ou au contraire en faire abstraction ? Le projet FREE a tenté de répondre à cette question centrale pour l'avenir du football européen.

La gouvernance du football européen a fait l'objet de nombreux débats cette dernière décennie. Au niveau des institutions européennes, la Commission, le Conseil et le Parlement ont tous convenu que la gouvernance devait être l'une des priorités de la politique européenne du sport alors en construction. En se concentrant particulièrement sur le football, les débats actuels ont lié les écueils de la gouvernance du football au manque d'implication des supporters.

Un discours politique clair pour une plus grande participation des fans

A ce titre, le Parlement européen a lancé des appels répétés aux Gouvernements des États membres pour faciliter la création de structures qui assurent la représentation des supporters dans les clubs de leurs pays respectifs. Il existe ainsi un discours politique clair qui préconise une plus grande participation des fans à la gouvernance du football. Pourtant, il n'y a aucune preuve tangible de l'existence d'une telle demande de la part des supporters eux-mêmes. Le projet FREE a travaillé à combler cette lacune, l'objectif étant d'améliorer la connaissance sur l'opinion que portent les sup-

porteurs à la gouvernance du football et sur le supportérisme en général, afin d'informer les décideurs politiques dans ce domaine.

Le football a-t-il besoin de plus de régulation ?

Dans un premier temps, il a fallu établir le niveau de demande des supporters pour une meilleure gouvernance du football. Les résultats de l'Enquête du projet FREE sur le football dans l'opinion publique européenne (2014) sont clairs à cet égard.

Dans les neuf pays européens interrogés, 62% de la population est d'accord (ou fortement d'accord) avec le fait que « le football a besoin de plus de régulation par les autorités ». Ce pourcentage est très élevé au Royaume-Uni (60,3%), en Turquie (84%), et relativement plus faible au Danemark (18,8%) et en Allemagne (41,8%). Ces résultats confirment qu'il existe bien une perception publique sur le fait que le football européen doit être mieux réglementé et que, par conséquent, une intervention politique dans ce domaine serait accueillie positivement par les citoyens. Cette perception, ainsi que la confiance du public dans l'intégrité et la bonne gouvernance du football, ne doivent pas être sous-estimées. En Extrême-Orient par exemple, il a été parfaitement établi que les compétitions sportives professionnelles par équipe perdent régulièrement des spectateurs en raison de la

Borja García



Jo Welford



Membres du consortium FREE, Université de Loughborough



simple perception qu'elles puissent être corrompues ou truquées (voir à ce sujet les travaux de Declan Hill). Un cas similaire se produit actuellement en Italie. L'une des données les plus étonnantes de l'enquête FREE indique que 62,3% de la population italienne (traditionnellement folle de football) déclare être « indifférente au football » ou ne pas aimer le football, ce qui est nettement supérieur à la moyenne européenne.

.../...

How much do supporters care about football governance?

The governance of European football has been subject to much debate over the last decade. Among the issues discussed the question of the engagement of supporters in the game's governance is a key point. Should we encourage it or not? The FREE project attempted to answer this key question for the future of European football.

The governance of European football has been subject to much debate over the last decade. In Europe, the Commission, Council and Parliament have all agreed that governance must be one of the priorities of the nascent EU sports policy. When focusing on football in particular, the current debates have associated some of the game's governance pitfalls with a lack of engagement with supporters. For example, the European Parliament has made repeated calls to the governments of the Member States to facilitate the creation of structures that ensure supporter representation in clubs in their respective countries. Thus, there is a

clear policy discourse that advocates greater engagement of supporters. Yet, there is no clear evidence of whether there is a major demand from supporters to participate in the game's governance. The FREE project has worked to fill that gap with the objective to improve our understanding of the fans' opinions of football governance and supporter activism in order to inform policy-making in this area.

Does football need more regulation?

It was first necessary to establish the level of demand for better football governance from the supporters. The results of the FREE Project Sur-

vey on Football in the European Public Opinion (2014) are clear in this respect. In the nine European countries polled there is a 62% of the population which agrees (or strongly agrees), that "football is in need of more regulation by the authorities". This percentage is extremely high in the UK (60.3%) and Turkey (84%) and relatively lower in Denmark (18.8%) and Germany (41.8%).

The results confirm that there is a public perception that European football needs to be better regulated and, therefore, policies in that area should be well received by the citizens. It is important not to underestimate the role of trust and public perception on the integrity and good governance of football.

A clear policy discourse for greater engagement of supporters

It has been well documented that professional team sport competitions in the Far East are losing

spectators due to the perception that they may be corrupt or fixed (see the work of Declan Hill). Similarly, a point in case in Europe is Italy. Perhaps one of the most striking findings of FREE is the fact that 62.3% of the traditionally football-mad Italian population declared to be "indifferent to football" or not to like football altogether, which is significantly above the European average.

This finding reinforces the arguments put forward by authors such as Osvaldo Croci in relation to the slow but steady decline of Italian football in social, economic and competitive terms. Once fans and the public in general have lost trust in football's governance, they will start to desert the game, as improbable as it may seem to some.

What's wrong with the game?

Having established that there is, indeed, a demand for better football governance, what is it that supporters dislike of the game nowadays?

.../...

Cette constatation renforce les arguments avancés par des auteurs tels qu'Osvaldo Croci sur la lente mais régulière régression du football italien en termes sociaux, économiques et concurrentiels. Une fois que les fans et le public en général perdent confiance dans la gouvernance de leur football, ils désertent le jeu, aussi improbable que cela puisse paraître pour certains.

Quel est le problème avec ce sport ?

Ayant établi qu'il existe une demande pour une meilleure gouvernance du football, quels sont les motifs de mécontentement des supporters ?

Afin de répondre à cette question, nous nous appuyons sur différentes enquêtes menées dans le cadre du projet FREE, dont celle basée sur une approche qualitative avec un groupe de 70 supporters de cinq pays différents (Royaume-Uni, Autriche, Pologne, Turquie et Espagne). Notre recherche a révélé une série de problématiques rencontrées dans le football moderne, que nous avons choisi de regrouper en trois pôles principaux. Tout d'abord, la santé financière du football est sérieusement remise en question. Cela ne concerne pas seulement les problèmes financiers des clubs. Les fans, qui font preuve d'une compréhension sophistiquée de la gouvernance et des questions financières en rapport avec le football professionnel, sont d'avis que l'instabilité financière est le résultat d'un problème plus systémique : le pouvoir excessif que détiennent les acteurs commerciaux extérieurs au football sur les organes directeurs du jeu rend ces derniers impuissants et inefficaces dans leur mission d'assurer un développement sain et holistique du football. Dans le même temps, les supporters ont exprimé un degré de soutien envers ces organes directeurs (à l'exception

notable de la FIFA) et aimeraient les voir retrouver une position centrale dans la gouvernance du football, qu'ils jugent en perte de vue.

Ensuite, les supporters s'inquiètent de la « santé sociale » du football. Ils ne se sentent pas assez valorisés. Les fans regrettent ainsi que les clubs n'impliquent pas de manière proactive leur communauté de supporters au niveau local, et qu'ils favorisent plutôt la télévision et/ou la recherche d'une audience « mondiale ». Les fans souhaiteraient davantage de consultation et de communication avec leurs clubs. En d'autres termes, ils souhaitent avoir leur mot à dire dans la façon dont le football est géré. Cela ne signifie pas, cependant, qu'ils veulent nécessairement « être propriétaire » de leur club.

“Un besoin de régulation clairement affirmé”

Enfin, les fans se sont plaints de la sur-régulation et d'une présence trop importante des forces de l'ordre autour de l'« expérience football ». Notamment le fait que les supporters soient traités « soit comme des enfants soit comme des criminels ». Les fans considèrent que cette réglementation excessive impacte négativement l'atmosphère ressentie dans les stades. À cet égard, l'un des exemples les plus cités est la demande de « safe-standing » (le fait d'être debout pendant les matchs) dans les stades de football, ce qui est actuellement illégal dans certains pays (par exemple au Royaume-Uni) et non-autorisés lors des compétitions de clubs de l'UEFA.

Ces trois thèmes renvoient à des questions

très concrètes pour lesquelles les supporters attendent des changements politiques, aussi bien des organes directeurs du football que des pouvoirs publics. **Notre recommandation sur ce point est que ces thèmes devraient figurer comme des objectifs stratégiques pour le développement du jeu au cours de la prochaine décennie. Les pouvoirs publics devraient faciliter le renforcement de la capacité des parties prenantes du football à se réunir afin de proposer des mesures visant à améliorer la perception qu'a le public de la gouvernance du football.**

Dans cette perspective, les liens avec les supporters sont d'une importance cruciale et il est donc primordial de comprendre comment et dans quelle mesure les fans veulent s'impliquer.

Les supporters veulent-ils s'impliquer ?

Alors que les organisations représentatives des supporters ont pris de l'importance dans la gouvernance du football, notre recherche suggère que le niveau d'engagement individuel des supporters est encore relativement faible.

Ceci n'est pas très différent de la dynamique d'autres groupes de défense des droits civiques, comme les écologistes ou les groupes LGBT. Le supportérisme tend à s'organiser dans ce que nous pourrions qualifier de « silos fonctionnels » : les actions tendent à se concentrer sur des clubs individuels ou sur des campagnes ciblées qui unissent les fans au-delà des clubs (par exemple la campagne permanente « Safe Standing » à travers l'Europe, les campagnes de protestations contre le prix des billets au Royaume-Uni, ou les protestations contre le billet électronique en Turquie, etc.).

.../...

In order to answer this question we draw on different FREE surveys, including one that was based on a qualitative approach with a group of 70 supporters in five selected countries (UK, Austria, Poland, Turkey and Spain). Our research has found a myriad of issues that fans dislike about modern football, most of which can be summarised under three main headings.

First, the financial health of football is being seriously questioned. And this does not only relate to financial troubles of clubs. Actually, supporters, who demonstrate a sophisticated understanding of governance and financial issues in relation to professional football, hold the opinion that financial instability is the result of a more systemic problem: the excessive power that commercial external stakeholders have over the governing bodies of the game, which is rendering the latter powerless and ineffective in their mission to ensure a healthy and holistic development of the game. At the same time supporters have expressed a degree of support towards these governing bodies (with the notable exception

of FIFA) and would like to see them regaining a central position in the governance of football, which they feel has been lost.

Second, supporters are worried about the “social health” of football. They do not feel valued. Fans argued that clubs are not proactively reaching to their local supporters community, but rather favouring television and/or global audiences. Fans would like to see more consultation and communication with their clubs. In other words, they want to have a say in how football is run. This does not mean, however, that they want necessarily to “own” their club.

Finally, supporters complained about the over-regulation and over-policing of their football experience. There were complaints that “supporters are treated either like kids or like criminals”. Fans complained that excessive regulation of their behaviour on the stands is having a negative impact on the atmosphere. In this respect one of the most cited examples was the demand for “safe-standing” in football grounds, which is currently illegal in some

countries (e.g. UK) and not allowed either in club competitions by UEFA. These three themes encapsulate very concrete issues where supporters would like to see policy changes from the governing bodies and public authorities alike. **Our recommendation is that these themes should feature as strategic objectives for the development of the game within the next decade. Public authorities should facilitate capacity building for football stakeholders to get together in order to start implementing measures to improve the public's perception of football governance.** In this perspective, the links with the supporters are of crucial importance and it is therefore paramount to understand how and to what extent do fans want to get involved.

Do supporters want to engage?

Whereas the organisations representing supporters across Europe have gained prominence in the governance of football, our research suggests that the level of engagement of fans individually is still relatively low. This is not very diffe-

rent from the dynamics of other social/civic advocacy groups, such as environmentalists or LGBT groups.

“A clear demand for better football governance”

Supporter activism tends to be organised in what we could label as “functional silos”: action tends to be concentrated on individual clubs or single issue campaigns that unite fans across club boundaries (e.g. “Safe standing campaign” across Europe, protest against ticket prices in the UK, protest against the e-ticket in Turkey...).

The very local nature of football makes it difficult to break those silos, but our research has identified campaigns that have mobilised fans. **It is our recommendation, therefore, that policies and strategies to encourage supporter engagement take a careful equilibrium between the local and the more global.**

La nature très locale du football rend ces silos difficiles à briser, mais notre recherche a identifié des campagnes qui ont su mobiliser les fans. **Par conséquent, notre recommandation sur ce point est que les politiques et les stratégies visant à encourager l'engagement des supporteurs contiennent un équilibre prudent entre le local et le global.** Il est conseillé de renforcer les capacités des supporteurs à se réunir dans les clubs et même dans tous les pays. À cet égard, la politique européenne du sport naissante à travers son programme Erasmus+ peut certainement apporter une valeur ajoutée et contribuer à une dimension européenne du sport en facilitant l'engagement des supporteurs. Cependant, étant donné la complexité des demandes de financements auprès de l'UE, nous recommandons aux autorités publiques et aux autorités du football au niveau national, régional et local de créer des initiatives pour développer localement les capacités de leurs organisations de supporteurs.

Faciliter davantage l'engagement des supporteurs peut avoir un double effet positif. Tout d'abord, pour les organisations de supporteurs elles-mêmes : plus elles seront inclusives, ouvertes et diversifiées, plus leur légitimité en tant que parties prenantes augmentera. Il est dans leur propre intérêt de tendre la main à ceux qui voient encore des obstacles à les rejoindre. Ensuite, pour le football en général. Cela peut renforcer les liens de communauté, qui doivent être équilibrés avec les intérêts com-

merciaux et mondiaux des clubs. Par conséquent, il est nécessaire de comprendre quels sont les obstacles perçus par les fans et ce qui les empêche de s'engager. Nous en avons identifié deux, d'ordre personnel et conceptuel. Le premier est dû la plupart du temps à un manque de temps, un manque d'information ou à un manque de possibilités.

Des inquiétudes sur la santé financière et sociale du football

Ce sont des obstacles difficiles à surmonter, auxquels de nombreuses organisations de la société civile sont confrontées. Des efforts et des campagnes de communication devraient certainement être une priorité, afin d'accroître la sensibilisation. Une autre priorité devrait être pour les organisations de supporteurs de créer des structures plus souples et plus diversifiées.

Les barrières conceptuelles quant à elles sont liées à la philosophie et aux objectifs des organisations de supporteurs. Nos résultats indiquent qu'un certain nombre de fans ont des difficultés à s'entendre avec des groupes de supporteurs « idéologisés ». Plus déterminant encore, de nombreux fans ne veulent pas « travailler contre leur club ». C'est évidemment un levier de « chantage affectif » très puissant pour les clubs, et nous les dissuadons

de l'utiliser. Enfin, nous avons constaté qu'un nombre important de fans aimerait aider, mais n'a pas trouvé la bonne organisation. Il y a une séparation perçue entre les fans qui travaillent activement à acquérir leur club et ceux qui sont heureux de contribuer à d'autres types d'activités. Il y a un travail à faire au niveau du club pour trouver les moyens de mettre en commun ces intérêts divergents au sein de la communauté des supporteurs, pour le bénéfice de tous.

Conclusion

Notre recherche a confirmé que les Européens valorisent le football davantage pour son aspect social que pour ses caractéristiques compétitives. En d'autres termes, les fans aiment le football parce qu'ils peuvent partager leurs émotions avec les autres. À cet égard, le football agit comme un puissant générateur de capital social et de bien-être physique et mental. Ces effets sont l'une des priorités des pouvoirs publics européens à tous les niveaux de gouvernance.

Dr Borja Garcia est maître de conférences en politique et management du sport à l'Université de Loughborough (School of Sport, Health and Exercise Sciences). Dans le cadre du projet FREE, il a travaillé en étroite collaboration avec Dr Jo Welford, qui est chercheur associée en santé et bien-être psychosocial.

www.lboro.ac.uk

It is advisable to build capacity for supporters to get together across clubs and even across countries. In that respect, the nascent EU sports policy through its Erasmus+ programme can certainly provide an added value and contribute to a European dimension of sport through facilitating supporter engagement. However, given the complexity of applying for EU funding, we would recommend national, regional and local public and football authorities to create initiatives to develop locally the capacity of their supporters' organisations.

Financial and social football healths are seriously questioned

Facilitating further supporter engagement can have a twofold positive effect.

For the fans organisations themselves, the more inclusive, open and diverse they are, the stronger their legitimacy as a stakeholder will be. It is in their very own interest to reach out to those who still see barriers to join.

For football in general, it can reinforce the all-important community links that need to be balanced with the commercial and global interests of the clubs. Therefore, it is necessary to understand what bar-

riers are perceived by fans as preventing their engagement. We have identified two: personal and conceptual. The former relate mostly to either lack of time, lack of information or lack of opportunity. These are difficult barriers to overcome, and are faced by many civil society organisations. More dissemination efforts and campaigns should certainly be a priority, in order to increase awareness. Another priority should be for supporter organisations and fan groups to create more flexible and diverse structures.

The conceptual barriers are linked to the ethos and the objectives of the supporters' organisations. Our results indicate there were a number of supporters that had difficulties to agree with "ideologised" fan groups. Perhaps more importantly, a significant group of supporters do not want to work 'against' their club. This is of course a very powerful "emotional blackmail" tool for the clubs, and we would discourage them from using it. Finally, we found that a significant number of supporters would like to help, but they did not find the right organisation. There is a perceived separation between those supporters who work actively towards club ownership and those who are happy to contribute to other type of activities. There is work to be done on club level to



© RONNIE MACDONALD

find ways of bringing these diverging interests within the supporters community together to the benefit of all.

Conclusion

Our research has consistently confirmed that Europeans value football more for its social aspect than for its competitive features. In other words, supporters love football because they can share it with others. In that respect, football acts as a powerful generator of social capital and even of physical

and mental well-being. Surely these are effects that are high on the agenda of European public authorities on all levels of governance.

Dr Borja Garcia is lecturer in sport managements and policy at the School of Sport, Health and Exercise Sciences of Loughborough University. In the FREE project he has worked closely with Dr Jo Welford, Research Associate in Psycho-social Health and Well-being.

① Aux organes directeurs *To the governing bodies*

- Promouvoir activement et faciliter l'engagement des supporters au niveau local, afin de renforcer leurs capacités.
Actively promote and facilitate supporter engagement at local level to build capacity.
- Promouvoir et faciliter le développement régulier de congrès de supporters.
Promote and facilitate the development of a regular fans' congress.
- Incorporer des représentants des supporters aux organes consultatifs et décisionnels.
Incorporate representatives of the supporters to consultative and decision-making bodies.
- Le Conseil stratégique du football professionnel de l'UEFA pourrait ouvrir sa composition aux organisations représentatives des supporters.
UEFA professional football strategy council could open its membership to representative supporters' organisations.

② Aux clubs *To the clubs*

- Promouvoir des canaux de communication authentiques et proactifs avec les supporters, allant au-delà de gestes purement symboliques.
Strive towards genuine and proactive channels of communication with the supporters that go beyond tokenistic gestures.
- Développer le rôle des officiers de liaison avec les supporters et les supporters handicapés.
Develop the role of a supporters liaison officer and of a disabled supporters liaison officer.
- Promouvoir le développement d'organisations représentatives de supporters, qui pourraient agir en tant que partenaires dans le dialogue établi avec les clubs.
Promote the development of representative supporters organisations that could act as partners in dialogue.
- Soutenir et encourager la création d'un comité consultatif des supporters et envisager la représentation des supporters au sein des conseils d'administration des clubs.
Support and encourage the creation of a supporters' advisory committee and consider the need for supporter representation in the board.

③ Aux organisations de supporters *To the supporters organisations*

- Flexibiliser les structures afin d'augmenter le taux d'adhésion.
Flexibilise the structures in order to increase membership.
- Travailler en collaboration avec les chercheurs afin de mieux comprendre les obstacles et les raisons qui poussent les supporters à ne pas s'engager à leurs côtés.
Work together with researchers to have a better understanding of the barriers and motives of those supporters who are hesitant to join.
- Promouvoir la diversité et l'inclusion en collaborant avec les groupes de supporters représentant des groupes minoritaires, tels que les fans handicapés ou les groupes LGBT.
Promote diversity and inclusivity by working together with fan groups representing minority groups, such as disabled fans, LGBT fans, etc.

④ Aux institutions européennes *To the EU institutions*

- Maintenir le niveau actuel de soutien au développement de réseaux de supporters à travers l'Europe.
Maintain the actual level of support to the development of supporter networks across Europe.
- Travailler en collaboration avec les États membres pour trouver des mécanismes de financement qui pourraient assurer l'indépendance des organisations représentatives des supporters.
Work together with the Member States to find funding schemes that could ensure the independence of representative supporter organisations.
- Reconnaître la contribution significative du fait d'être spectateur et du supportérisme au renforcement du capital social et à la production de bien-être physique et mental.
Acknowledge the significant contribution that spectating and supporting make to building social capital and to producing mental and physical well-being.
- Considérer les groupes de supporters comme un autre moyen pour faciliter l'inclusion sociale dans et par le sport, qui tend à se limiter à ceux qui jouent/participent au sport.
Consider supporter groups as another avenue to facilitate social inclusion in and through sport, as this tends normally to be restricted to those who play/participate in the sport.