Saint-Etienne : d’une culture urbaine

footbalistique à une culture régionale autour

des sports de nature

Stéphane Merle

Université de Saint-Etienne

fr

La ville de Saint-Etienne ne bénéficie pas de culture touristique forte et ancrée dans la durée. A l’écart des grands flux touristiques et disposant de rares monuments, elle peine depuis longtemps à valoriser les divers éléments patrimoniaux autour de l’industrie : ce domaine originel – puisque l’industrie a façonné la ville – lui confère une image plutôt négative. Bien sûr aujourd’hui, cette valorisation s’exprime par le dynamisme de deux musées (dont le musée d’art et d’industrie récemment réouvert) et par l’obtention du label « ville d’art et d’histoire ». Mais le principal vecteur d’image positive est depuis longtemps le football, autour du « monument » du sport local, le stade Geoffroy Guichard, grâce au profit symbolique de la réussite née de l’épopée des Verts dans les années 1970. Malgré l’inertie des représentations sociales et des opérations de communication relancées par la Coupe du Monde de football et par les discours médiatiques autour des remontées en Ligue 1 (en 1999 et 2004), faisant du stade une vitrine pour la ville, ce profit en terme d’image s’estompe avec le temps (la finale européenne et les premières visites du stade datent d’une trentaine d’années). La valorisation récente autour du stade et du club repose sur un processus de patrimonialisation très construit, voire artificialisé (relance des visites, gadgétisation du passé…).  
Les opérations de communication touristique, toujours centrées sur l’image de ville verte, s’orientent plus depuis une dizaine d’années vers les sports de nature, à l’échelle de toute la région stéphanoise, accompagnant les mutations de pratiques sportives et touristico-ludiques. Plusieurs atouts sont mis en avant : proximité d’un massif de moyenne montagne, le Pilat, et des Gorges de la Loire, sans oublier la place importante de la nature en ville (plusieurs collines vertes, dont une grâce au golf municipal représentant une nature artificialisée). Plus concrètement, les activités physiques de pleine nature sont développées grâce à divers aménagements – sentier métropolitain, parcours VTT, via ferrata, parcs aventures, etc. – et à des manifestations organisées par des clubs dynamiques, par exemple en course d’orientation avec Nature Orientation Saint-Etienne.

identité, politique sportive, tourisme sportif, production d’image, communication.

2005

2013

La ville de Saint-Etienne et l’ensemble de la région stéphanoise ne bénéficient pas de culture touristique forte et ancrée dans la durée. A l’écart des grands flux touristiques et disposant de rares monuments au sens classique du terme, Saint-Etienne peine depuis longtemps à valoriser les divers éléments patrimoniaux autour de l’industrie : ce domaine originel – puisque l’industrie a façonné la ville – lui confère une image plutôt négative, associée encore à une culture du passé et du labeur. Bien sûr aujourd’hui, cette valorisation s’exprime de manière plus positive par le dynamisme de deux musées (dont le musée d’art et d’industrie récemment réouvert) et par l’obtention en 2000 du label « ville d’art et d’histoire ».

Mais le principal vecteur d’image positive est depuis longtemps le sport[[1]](#footnote-1)1, le football en particulier autour du « monument » du sport local : le stade Geoffroy Guichard, support des exploits du club où résident l’Association Sportive de Saint-Etienne (ASSE). Bien sûr, cette connivence affective et ce « capital sympathie » acquis par la ville grâce au club repose sur un profit symbolique de la réussite née de l’épopée des Verts dans les années 1970. Mais ce processus d’assimilation traduit dans le triptyque « un club, un stade, une ville » est ancré dans une durée plus longue, commençant dès les années 1950 et la constitution d’un système d’acteurs en phase avec la société industrielle locale, et surtout se poursuivant au-delà de l’épopée des années 1980 aux années 2000 par un processus de patrimonialisation très construit, voire artificialisé.

Sur le premier point, les années 1950 représentent le moment où la culture footbalistique s’impose au sein de la culture sportive et populaire locale jusque-là marquée par le poids du cyclisme, encouragé par toute une industrie locale du cycle : naissance du cyclotourisme avec Paul de Vivie dit Vélocio, accueil de nombreuses courses cyclistes nationales (Paris/Saint-Etienne, Paris/ Nice), construction d’un vélodrome d’hiver privé en 1925, acheté puis valorisé par la municipalité stéphanoise des années 1930 à sa destruction en 1961. De manière plus générale, le football se trouve « noyé » dans la diversité des initiatives publiques (grandes acquisitions foncières au milieu des années 1920, grands projets au moment du Front Populaire, parc des sports sous Vichy, etc.) et des initiatives privées. Justement, la construction du stade Geoffroy Guichard en 1931 et la création de l’ASSE en 1933, précédée par celle du club amateur et corporatif ASS (appelé au départ ASC, Association Sportive du Casino), ne sont qu’une des mesures d’impulsion du sport local par les élites économiques. Surtout, cette impulsion est originale, sans attache avec la culture industrielle locale : elle est le fait de la famille Guichard propriétaire des magasins Casino, d’abord soucieuse de proposer des loisirs sains à ses employés, puis affichant des ambitions sportives progressives, d’abord dans une orientation omnisports où le football occupe une place mineure puisque les deux principaux dirigeants privilégient, l’un le basket (le président de l’ASS Pierre Guichard, fils de Geoffroy) l’autre le rugby (le vice-président Henri Point)[[2]](#footnote-2)2. D’ailleurs, à l’inauguration du stade G. Guichard en septembre 1931, le match vedette est un match de rugby qui oppose l’AS Montferrand et l’ASS-SFU (association récente entre l’ASS et le plus prestigieux club de rugby local, le Stade Forrézien Universitaire héritier d’une glorieuse période dans les années 1910). L’affirmation du football grâce au professionnalisme (création de l’ASSE en 1933 et premier championnat en Seconde division) face à un rugby délaissé[[3]](#footnote-3)3 s’opère au cours des années 1930. La mise entre parenthèse de la Seconde Guerre Mondiale puis le timide redémarrage du club à la fin des années 1940 font que l’ASSE et le football ne constituent qu’une petite composante du succès de la ville lauréat du challenge « l’Equipe » de la ville la plus sportive de France en 1950. Ce titre repose sur une richesse socio-sportive, sans grand point fort dans l’image de marque. Toutefois, l’ASSE se positionne déjà comme le porte-drapeau du sport local, et l’année 1950 est justement celle d’un bouleversement du système d’acteurs entourant le club. D’une part, pour la première fois, le club demande et obtient une subvention municipale, très importante, pour faire face à une crise financière (héritée d’une politique de recrutement ambitieuse que ne compense pas la timide fréquentation du stade) : c’est le début d’un large soutien de la puissance publique, confirmée par l’achat du stade par la ville en 1965[[4]](#footnote-4)4. D’autre part, le club permet l’affirmation de nouvelles couches sociales, issues du monde ouvrier et du petit patronat industriel : nous pensons dans le premier cas au joueur-entraîneur emblématique des années 1940-1950 Jean Snella, et surtout dans le second cas au président du club à partir de 1961, Roger Rocher, chef d’une entreprise de travaux publics qui assure dès 1957 l’essentiel de la transformation du stade[[5]](#footnote-5)5.

Les premières années de l’épopée sportive, du début des années 1960 au début des années 1970, sont celles des « fondations » où le club se stabilise autour d’une politique de formation, encouragée par une modernisation des installations à l’initiative de la municipalité Durafour (éclairage en 1965, agrandissement des tribunes avec près de 40 000 places en 1968, construction d’un bâtiment administratif moderne et fonctionnel en 1972), et où le club engrange les titres de champion de France (cinq de 1964 à 1970 dont quatre consécutifs de 1967 à 1970). Mais les années de gloire où la culture footballistique envahit la ville et surtout résonne dans le paysage sportif national se situent au milieu des années 1970, lorsque l’ASSE enchaîne les grands matches en Coupe d’Europe, jusqu’à la finale de mai 1976 où la popularité atteint des sommets, à l’image du défilé sur les Champs Elysées le lendemain de la défaite. L’impact des grands soirs de Coupe d’Europe n’a pas d’équivalent dans la France sportive, à la fois dans la réalité des habitants et dans l’imaginaire collectif au niveau national. Derrière cette réussite sportive de façade se cache toute une construction de cette culture sportive, de cette culture de club où le «  »supportérisme«  » prend une place croissante et originale par rapport aux cultures sportives traditionnelles encore peu marquées par le sport-spectacle.

En effet, derrière une image de club populaire se cache un club « moderne » géré comme une entreprise, par des logiques marchandes : la réussite de l’ASSE s’inscrit dans un projet sportif du haut niveau que mène le président Rocher en partenariat avec les autres dirigeants du club (l’entraîneur Robert Herbin, le recruteur Pierre Garonnaire), avec le club de supporters qu’il a impulsé (les associés supporters, nés en 1970 et qui connaissent un développement par des dizaines de sections dans la France entière) et surtout avec la municipalité Durafour puisque la ville est propriétaire des installations. Ces dernières accueillent un centre de formation, tandis que Roger Rocher reste président du club de football amateur qu’il a créé en 1945, l’Olympique de Saint-Etienne, dont la vocation de club formateur est appuyée en ces années 1970. En fait, ce sont tous les clubs de football de la région stéphanoise qui sont dynamisés, malgré des liens matériels distendus entre footballs professionnel et amateur. Le nombre de licenciés et de clubs augmente fortement au cours des années 1970, à Saint-Etienne plus qu’en France, avec de plus en plus de clubs de quartier. Le football amateur stéphanois devient « Le » sport compétitif populaire, au sein d’un système des sports marqué par le binôme sportisation/démocratisation qui permet de parler de sport de masse, selon une expansion indissociable de la politique d’équipements sportifs, notamment dans le Nord-Est de la ville.

Si la liaison directe entre pratique amateur et participation au spectacle sportif par le « supportérisme » est difficile à évaluer, il reste que la manière de vivre le football dans la ville évolue, devenant un loisir à part entière. « Aller au stade » devient un spectacle de soirée, souvent prolongé dans la rue, les cafés aux abords du stade et en centre-ville. A une politique de fidélisation correspond tout un imaginaire créé autour du football populaire, autour d’un public majoritairement composé, plus dans les médias et dans les représentations sociales que dans la réalité, d’ouvriers et d’employés. L’emblème du club devient la panthère, selon l’héritage du surnom donné à l’attaquant des années 1960 Salif Keita, reprise sur les nombreux gadgets produits et vendus à la boutique des Verts créée en 1976, tandis que le surnom du stade devient le « chaudron », semble-t-il après le match retour contre Split en 1974. Les grands matches sont suivis à la radio et surtout à la télévision en couleur tandis que la presse relate toute la préparation et les lendemains de matches ; les écrits journalistiques et les ouvrages se multiplient dans les années 1970. Bref, dans l’imaginaire collectif, la ville est dans le stade et se trouve assimilée au football, à la ville verte : le club de haut niveau devient un vecteur d’identité spatiale par la mobilisation qu’il suscite et par les nouveaux enjeux qu’il représente dans un contexte de médiatisation du football professionnel.

La mise en avant de cette culture footbalistique est poussée jusqu’à l’exagération par les médias locaux et nationaux. Un journaliste écrit en 1976 dans l’un des nombreux ouvrages sur l’histoire du club : « Hier cité repliée sur sa caricature ‘à la Zola’, ville-repoussoir barbouillée de rouille et prisonnière de son ennui, la dynamique suscitée par le football a ravalé l’image de marque de Saint-Etienne » (Le Scour, 1976, 367 p.). L’été 1976 voit arriver des vagues de supporters qui font du « tourisme sportif » à Saint-Etienne : certains journalistes parlent de Geoffroy Guichard comme d’un temple, lieu de pèlerinage où les supporters « ont la foi ». Le « chaudron », où le public constitue le treizième homme, fonctionne dans les représentations sociales comme un creuset (intégrant la communauté des supporters, donnant une vision socialement homogène du spectacle sportif, renforcée par les chants qui envahissent le stade et au-delà[[6]](#footnote-6)6). Cette culture dépasse le cadre du football et du sport puisque par exemple une enquête de la CCI de Saint-Etienne en 1976 montre que plus de la moitié des entreprises locales croient à une influence de l’ASSE dans les relations commerciales (qui fonctionne comme une « carte de visite »).

En outre, en parallèle de ces représentations sociales façonnées dans les années 1970, le football et l’ensemble des sports sont mis au service de la contre-image par une municipalité Durafour ambitieuse pour la ville. Celle-ci est constamment derrière le club-phare : les subventions des années 1970-1975 se comptent en centaines de milliers de francs et se maintiennent à la moitié du total annuel des subventions aux associations sportives, « laissant un gouffre » avec les autres grands clubs, même le puissant CASE (Club Athlétique de Saint-Etienne, présent au niveau national dans les autres sports collectifs : basket, volley, handball et rugby, sans oublier l’athlétisme). Par contre, l’aide aux petits clubs de football passe par d’autres vecteurs, telle la mise à disposition gratuite d’installations sportives neuves et modernes : en 1965 à l’arrivée de M. Durafour au poste de maire, Saint-Etienne compte 14 terrains de football (aucun éclairé), alors que l’on en compte 27 en 1976 (dont 10 éclairés).

Mais cette double impulsion du football local (club professionnel et municipalité), créant une émulation sans précédent autour du sport-spectacle et de la pratique sportive se trouve remise en cause dans sa stabilité et sa force, au tout début des années 1980, même s’il ne s’agit pas d’un réel renversement de situation. D’un côté, le club est secoué par la crise affairiste de 1982 mettant en cause le président Rocher[[7]](#footnote-7)7, cassant le modèle du club exemplaire dans sa réussite sportive et sa gestion. D’un autre côté, la nouvelle municipalité stéphanoise élue en 1977, dirigée par le communiste J. Sanguedolce, adopte un discours différent sur le sport professionnel et sur ses rapports avec un sport de masse amateur qu’il faut privilégier.

Pourtant, les liens entre l’ASSE et la municipalité continuent d’être forts, les acteurs politiques locaux étant conscients du poids du football dans la cité stéphanoise : le rôle de l’ASSE comme club « ambassadeur » populaire créant une émulation dans la ville fait consensus. En réponse à une demande du président Rocher, la ville étudie à partir de 1979 des possibilités d’agrandissement du stade, pour accueillir plus de 50 000 spectateurs[[8]](#footnote-8)8. Et c’est l’officialisation de la candidature à l’organisation du Championnat d’Europe 1984 qui accélère le processus[[9]](#footnote-9)9, selon un système d’acteurs plus complexe avec l’entrée des techniciens et hommes politiques au niveau national. C’est bien la fonction de vitrine du football français et du football local qui est mise en évidence (l’ASSE étant de loin le club attirant le plus de spectateurs dans les matches à l’extérieur, selon une popularité très forte). Après de longs débats techniques (mais non sans significations sur le poids du sport-spectacle), le nouveau stade est inauguré pour l’Euro 1984, comprenant près de 48 000 places dans une orientation fonctionnelle (intégrant le centre de formation, la boutique des Verts, sonorisation et éclairage puissants, etc.). La réussite sportive et symbolique de cet événement[[10]](#footnote-10)10 entre en contradiction avec le début d’une période difficile pour le club professionnel, d’abord relégué au « purgatoire », la seconde division, puis ne parvenant pas à retrouver le haut niveau, secoué entre autres par des divergences de gestion (poursuite des logiques marchandes, implication irrégulière de la famille Guichard).

C’est justement dans cet effacement sportif dans les années 1980-1990 (aucun titre et aucune participation européenne depuis 1982) donc par la mise en lumière du glorieux passé que s’affirme tout un processus de patrimonialisation. Sans revenir en détail sur cette notion qui fait du patrimoine un construit et non pas un élément *a priori*, retenons l’idée générale que c’est dans la caducité et presque dans le deuil d’une grande pratique sociale (aller au stade et vibrer avec l’équipe) que se construit son réinvestissement. D’abord l’image de marque du club et du stade (un chaudron où le public populaire constitue le « treizième homme » est prégnante, entretenue par les collectivités territoriales, les médias, les sponsors, l’opinion publique. Le stade s’affirme comme un « haut lieu » sportif, représentatif d’une identité locale, dans une dimension symbolique forte, voire dans un excès de signification, ce qu’André Micoud appelle un effet de « surlocalisation »[[11]](#footnote-11)11 .

Cette image de marque du club, du stade et même de la ville est utilisée dans un décalage progressif avec son ancrage sportif et social réel. Le sociologue Daniel Mandon a bien montré que la construction de cette imagerie autour de l’ASSE a servi dans les années 1970 et jusqu’au début des années 1980 à exorciser un passé industriel mal assumé : nous faisons l’hypothèse qu’un processus identique se joue entre ce passé sportif qui perd son caractère prestigieux et d’autres vecteurs de communication. Accompagnant la baisse du profit symbolique de la réussite, la ville montre un soutien plus distant au moins relativement face à l’entrée massive d’argent privé dans le football professionnel (les subventions municipales perdant leur caractère décisif). Pourtant, l’ASSE continue d’entretenir cette culture footbalistique : l’inertie des représentations sociales explique en partie cette constante de l’imagerie stéphanoise. Le stade Geoffroy Guichard sert encore de vitrine pour la ville – propriétaire – et l’agglomération – gestionnaire – puisque dans l’esprit des élus si le passé sportif est assumé comme moteur de la notoriété, c’est par d’autres évènements que le stade doit vivre, au-delà des seuls matches du club[[12]](#footnote-12)12. Depuis 2001 ont été organisés par impulsion de Saint-Etienne Métropole des matches de rugby (en attendant la prochaine Coupe du Monde en 2007), un match de football féminin, un concert de Johnny Hallyday, etc. En parallèle de cette marchandisation de l’équipement, diverses opérations menées en partenariat avec le club ASSE sont plus liées au patrimoine idéel du « supportérisme » : depuis 2003, sont relancées les visites du « chaudron » (dans le cadre du label « Ville d’art et d’histoire » obtenu en 2000, créant une forme de tourisme urbain comme en Angleterre), des matches de gala sont organisés en 2005-06 pour commémorer la finale européenne de 1976, un projet de musée de l’ASSE est en cours, sans oublier les initiatives plus commerciales (seconde sortie du single « Allez les Verts » et du maillot Manufrance presque trente ans après). Nous pouvons donc parler d’un marketing de la mémoire des lieux, voire d’une patrimonialisation autour du « vrai-faux »[[13]](#footnote-13)13.

Néanmoins, pour les acteurs publics, les nouveaux vecteurs de communication privilégiée par les municipalités Dubanchet et Thiollière s’expriment sur l’évènementiel sportif où le football continue de jouer un grand rôle grâce à la préparation et aux bénéfices de la Coupe du Monde 1998 (et secondairement de la Coupe des Confédérations en 2003), mais aussi sur d’autres sports assurant le renouvellement d’image autour de la ville verte.

Sur le premier point, il est indéniable que l’organisation de la Coupe du Monde de football en 1998 redynamise l’image de la ville, confirmant la représentation sociale faisant de Saint-Etienne une ville de football. Pour autant, au-delà de l’événement sportif lui-même, limité dans le temps et dans l’importance des résonances locales (« concurrence » des dix villes organisatrices, prégnance des analyses de matchs par rapport au cadre d’action), la municipalité stéphanoise et l’ensemble des acteurs locaux replacent constamment le spectacle sportif dans un cadre plus large, celui d’une opération touristique et d’aménagement urbain. En effet, après avoir placé les travaux du stade dans une vaste opération de requalification urbaine de tout le Nord-Est stéphanois (les abords immédiats du stade et l’ensemble des accès routiers et piétons ayant été repensés dans une orientation fonctionnelle)[[14]](#footnote-14)14, la ville se sert du succès de l’événement pour lancer une stratégie d’ouverture au tourisme plus offensive. Cette stratégie passe par la campagne de communication « y a pas que le foot dans la ville » lancée dès l’été 1998, puis par diverses promotions auprès des acteurs du tourisme national et européen, notamment au Royaume-Uni[[15]](#footnote-15)15. Sans entrer dans le débat sur les effets multiplicateurs d’un tel événement sportif, simple accélérateur ou moteur des mutations urbaines[[16]](#footnote-16)16, il faut associer à cette organisation la multiplication des grandes manifestations sportives dans la région stéphanoise, participant à l’effort de marketing urbain.

Sur le second point, plusieurs évènements sportifs autres que footbalistiques sont, depuis les années 1980, pris comme un prétexte à la création de nouvelles formes de culture urbaine, sportive et/ou touristique. Nous pensons à l’accueil des championnats de France d’athlétisme en 2001 et 2002 et à celui des championnats de France de natation en 2002, mais surtout au statut de ville-étape pour le Tour de France (sans oublier Paris-Nice et le Dauphiné Libéré). De manière plus générale, au-delà de l’évènementiel et des retombées ponctuelles en terme d’image, ces manifestations s’inscrivent, dans l’esprit des acteurs publics locaux, dans un triptyque « club de haut niveau – grand équipement – grande manifestation ». Le poids de sports individuels dans la ville tels que le cyclisme ou l’athlétisme ne se conçoit qu’en lien avec les grands clubs locaux (respectivement l’ECSEL et le Coquelicot) et leurs infrastructures (stade d’athlétisme Henri Lux par exemple). C’est également le cas, de manière plus particulière, pour la gymnastique, dynamisée par l’installation du Pôle France de gymnastique féminine avec la construction du complexe Séraph Berland en 1992, complété en 2002 par une seconde grande salle attenante dans une orientation structurante (sur le plan sportif avec la complémentarité compétition/entraînement, et sur un plan plus géographique avec l’accueil de clubs de quartier). C’est enfin le cas, à moindre échelle, du golf puisque l’ouverture du golf municipal, en 1989 pour la première tranche, et en 1994 pour le parcours 18 trous, permet le développement sportif d’un nouveau club résident, SEGA (Saint-Etienne Golf Association, remplaçant la petite section golf du grand club omnisports stéphanois), et surtout de l’école de golf. Néanmoins, face à cette volonté d’ouverture sociale en direction de la jeunesse locale, la justification politique du golf a plus porté sur l’investissement en terme d’imagerie urbaine et sur le potentiel d’accueil des entreprises dynamiques et des cadres que sur l’aspect strictement sportif. Elle suit en fait la mode nationale de démocratisation du golf en ce milieu des années 1980, l’originalité stéphanoise portant sur l’inscription spatiale au cœur de la ville, même si par bien des aspects l’importation de cette culture sportive peut apparaître assez artificielle.

Cette culture « exogène » du golf à Saint-Etienne, dans le sens où elle ne répond pas à une mise en place progressive et ancrée dans l’identité socio-sportive locale[[17]](#footnote-17)17, marque le début d’une valorisation d’une identité sportive autour des sports de nature, même si dans ce cas précis l’assimilation du golf à cette catégorie suscite débats et interrogations. En fait, à Saint-Etienne, la culture golfique, quoique timide encore aujourd’hui, participe du renouveau d’image autour de la ville verte, de la ville nature puisque l’aménagement urbain autour de l’équipement sportif fait partie intégrante d’une coulée verte (jouxtant un des grands espaces verts municipaux) et d’une requalification de l’Ouest minier stéphanois (par le passage d’un espace dégradé occupé par la décharge et un ancien puits de mine à un espace vert valorisé même si son accès est limité[[18]](#footnote-18)18).

Mais situé à quelques centaines de mètres du centre-ville, dans un cadre très urbain, le golf n’est que peu représentatif de cette culture des sports de nature face aux nombreuses activités physiques de pleine nature (APPN). En effet, au cours des années 1980 et surtout 1990 se sont développées diverses activités sportives dans les environs immédiats de la ville, à l’échelle d’une grande agglomération stéphanoise dont la caractéristique principale en terme d’environnement est la proximité avec de nombreux espaces ruraux et naturels de grande qualité paysagère. Toutefois, plus qu’une qualité *a priori*, l’investissement de ces espaces par les catégories supérieures puis par les couches moyennes de la société locale répond à une mise en tourisme progressive, fruit de modes individuelles et de stratégies d’acteurs collectifs (municipalités, communauté d’agglomération, parc naturel régional du Pilat (PNR), associations sportives, etc).

Cette mise en tourisme liée à une fréquentation de proximité presque annuelle, tout au moins forte aux saisons estivale et hivernale, trouve ses racines dans les premiers loisirs bourgeois du début du XXe siècle : excursions du CAF section Forez dès la fin du XIXe siècle, concours de ski et de sports d’hiver (luge, saut à ski …) dans le massif du Pilat, au Bessat et à Saint-Genest-Malifaux dès les années 1900-1910, premières baignades et yachting sur la Loire au Pertuiset, etc. Après quelques aménagements favorisant la diffusion de ces pratiques, telle la construction dans les années 1930 de téléskis par la famille Masson tenant la Jasserie du Pilat, la massification et la démocratisation de ces loisirs ne commencent réellement que dans les années 1970, dans une décennie où les citadins (re)découvrent les plaisirs de la nature. La création du Parc Naturel Régional du Pilat en 1974 n’est pas étrangère à cette tendance : des acteurs politiques et associatifs se mobilisent pour développer les APPN, notamment à partir de la grande ville Saint-Etienne. En effet, le maire Michel Durafour développe une vision métropolitaine de la cité, cherchant à l’ancrer dans son environnement naturel : après la fusion de commune avec Saint-Victore-sur-Loire en 1969, la municipalité stéphanoise aménage en 1973-74, en partenariat avec le Touring-Club de France[[19]](#footnote-19)19 et l’université, une base nautique (port de plaisance, plages, jeux extérieurs, sans oublier la politique culturelle et résidentielle dépassant le cadre du sport) qui devient selon l’expression consacrée par les acteurs du tourisme « le port de Saint-Etienne ». Dans le Pilat, le second « poumon vert » après les Gorges de la Loire, les sentiers de randonnée (à pied puis à cheval, à VTT) se multiplient, accompagnés d’un réseau d’héber-gements puis, de manière plus récente, d’un réseau de prestations plus complètes (randonnée avec portage, multiplication des circuits balisés et à thèmes, etc.). Outre une fréquentation individuelle de week-end, ces sentiers sont utilisés par de nouvelles associations sportives complétant l’offre du traditionnel Club Alpin Français (CAF) (plus tourné sur les expéditions en dehors de la région stéphanoise, dans les Alpes et les montagnes lointaines). Il en est de même pour l’offre de tourisme et de loisirs hivernaux : en dehors des ski-clubs[[20]](#footnote-20)20 privilégiant l’accès aux grandes stations de sports d’hiver des Alpes, plusieurs associations se créent dans les années 1980 autour du ski de fond pratiqué dans les massifs du Pilat (le Bessat) et des Hautes Chaumes du Forez (Saint-Anthème), voire autour du ski de piste grâce à la seule véritable station du département de la Loire, Chalmazel. Cette station connaît depuis sa création[[21]](#footnote-21)21 une évolution en dents de scie au cours des années 1980-1990, tout comme l’ensemble de l’offre de sports de nature en région stéphanoise, en dehors peut-être des structures bien soutenues par le PNR du Pilat.

L’affirmation d’une culture régionale autour des sports de nature ne date réellement que des années 2000, voire la fin des années 1990. Le système d’acteurs impulsant ce développement local, tout au moins ces activités sportives, se renforce par l’action conjointe et souvent en partenariat des collectivités locales (communes, syndicats intercommunaux, PNR) et des initiatives privées (particuliers, entreprises de prestations touristico-sportives). L’exemple de Chalmazel est justement représentatif de cette double impulsion. Reprise par le Conseil Général de la Loire en 1989 suite à l’échec d’une gestion mixte, la station fait l’objet d’un attentisme puis d’une réflexion sur sa modernisation lui assurant le statut de locomotive touristique pour l’ensemble du département. Les aménagements se multiplient dans les années 2000, largement financés grâce à des fonds européens. Pour la saison hivernale, un programme de restructuration en trois tranches est en cours : la télécabine a été remplacée en 2003 par un télésiège débrayable quatre places avec coque de protection, complété par de plus petites opérations pour la première tranche[[22]](#footnote-22)22, alors que des projets concernent le parc immobilier avec un hôtel-restaurant, un parc résidentiel de chalets et un restaurant d’altitude. Et surtout pour la saison estivale, jusque-là négligée faute de modes sportives assez fortes et d’une image de station de sports d’hiver isolée, l’offre est en cours de structuration sur les APPN[[23]](#footnote-23)23 : au printemps 2004 vient d’ouvrir un parc aventure acrobatique, ouvert tous les jours de fin juin à mi-août (proposant sur deux hectares et quatre parcours une cinquantaine d’agrès dont une tyrolienne, un saut de tarzan et une toile d’araignée), tandis que des parcours VTT sont balisés, sans oublier le VTT de descente le long des 2500 mètres du télésiège (et un système « déval’kart » avec un des téléskis). Tous ces aménagements font l’objet, été et hiver, de manifestations sportives de promotion, même si cette fréquentation touristique de proximité repose surtout sur des éléments pragmatiques comme la météorologie.

Plus proche de Saint-Etienne donc plus à même d’assurer une complémentarité entre tourisme et loisirs sportifs, le parc du Pilat bénéficie du même élan d’investissement mixte, public et privé. Selon un phénomène de concurrence entre territoires non négligeable, le PNR mise vraiment sur ce tourisme vert et sportif pour relancer le développement local et affirmer une nouvelle culture touristico-sportive. Ainsi, sur les sports d’hiver de plus en plus marqués par la culture de la glisse, les structures touristico-sportives réagissent à la dynamique lancée à Chalmazel : vingt ans après sa création, l’espace nordique du Haut-Pilat, implanté sur le site majeur du Bessat (Croix de Chaubouret à plus de 1100 mètres d’altitude) et que gère depuis 2004 la communauté de communes des Monts du Pilat, diversifie son offre sportive avec, outre le traditionnel ski de fond, l’aménagement de circuits raquette et marche à pied, voire chiens de traîneaux. Et surtout, fin 2005 ouvre un stade de glisse, sur une propriété de la communauté de communes au Bessat, centré sur le snow-tubbing (de grosses bouées tractées par fil-neige puis glissant sur des pistes d’une centaine de mètres, équipement existant déjà à Super-Besse dans le Massif Central) : trois pistes sont prévues (une enfant, une adulte et un pentagliss, fonctionnant avec dix centimètres de neige seulement), sans oublier un espace d’initiation au ski de fond. Des projets concernent l’éclairage de cette piste et des canons à neige, investissements qui restent dépendants de financements extérieurs[[24]](#footnote-24)24 : il s’agit de répondre à une demande sociale très urbaine, celle des familles stéphanoises dans l’attente de sensations fortes.

De même, pour la saison estivale et même l’ensemble de l’année, l’Est de la région stéphanoise donc surtout le massif du Pilat bénéficie de trois parcours forestiers d’aventure dits « acrobranches », ouverts entre 2000 et 2002, au cœur de la période de diffusion de ces espaces sportifs encadrés, tandis qu’une via ferrata, sport à la mode dès les années 1980 ayant inspiré les parcs d’aventure[[25]](#footnote-25), est ouverte depuis 2000 sur la commune de Planfoy, à une quinzaine de km de Saint-Etienne seulement. Ces trois parcs sont de petites structures privées indépendantes, reposant sur un investissement de 150 à 180 000 euros[[26]](#footnote-26), connaissant un succès croissant même s’il reste modeste, à l’échelle de la région stéphanoise : par exemple, le parc Robinson au col de la République, créé par un guide de haute montagne d’origine stéphanoise au cœur du Pilat, a connu 5000 entrées les trois premiers mois à l’été 2000, puis 24 000 entrées en 2001 et plus de 40 000 depuis 2003 (pour un budget de fonctionnement dépassant les 400 000 euros annuels).

Dans une orientation sportive différente, plus traditionnelle et plus centrée sur la découverte que sur les sensations fortes, la randonnée pédestre connaît un réel engouement, dans une vaste région stéphanoise comme dans l’ensemble du département. La Loire est l’un des départements les plus dynamiques avec environ 75 clubs et 3500 marcheurs affiliés à la Fédération Française de Randonnée Pédestre (FFRP), et 200 rando-campa-nardes enregistrant 120 000 inscriptions annuelles. Cet engouement traduit un besoin de contact avec la nature, d’évasion de la part des citadins et un besoin de découverte et de convivialité de la part des rurbains, et enfin pour tous un besoin de pratique sportive à la portée de tous. Outre le cadre associatif et le poids des bénévoles, l’organisation des randonnées en région stéphanoise bénéficie d’une politique assez cohérente encadrée par le Comité Départemental du Tourisme (homogénéisation, inventaire et promotion des sentiers balisés, là encore selon un tourisme de proximité ne privilégiant pas l’enjeu des hébergements[[27]](#footnote-27) ou alors pour des randonnées « clé en main » à orientation thématique, patrimoine…).

Entre ces deux pôles d’activités physiques de pleine nature, le goût de l’aventure (très encadré) des parcs acrobatiques et la tranquillité des randonnées pédestres, il existe une culture sportive au sens de l’effort physique, de la compétition, parfois tournée vers le haut niveau comme en course d’orientation. En effet, avec le club NOSE (Nature Orientation Saint-Etienne), Saint-Etienne devient de fait un pôle formateur en course d’orientation, autour du chef de file champion du monde Thierry Gueorgiou. Et Saint-Etienne vient d’accueillir en août 2005 les championnats de France, avec des épreuves dans le Pilat et les Gorges de la Loire. Notons dans une culture sportive proche, peut-être moins attachée à la pratique de club, les randonnées équestres et à VTT, l’escalade et la via ferrata dans le Pilat : le succès de la via ferrata de Planfoy, toute proche de la grande ville, fait naître des projets (par exemple une via ferreta pour enfants prévue à proximité de la première pour 2006). Enfin, dans une visée touristique globale, associant sport et culture, des projets se montent en région stéphanoise sur divers loisirs de pleine nature : une voie verte de 45 km dans le Pilat pour marcheurs et vététistes à la place d’une ancienne voie ferrée, une base nautique à Chambéon dans la Plaine du Forez, à proximité de l’Ecopole, etc.

Bref, peut-être plus dans l’esprit et la volonté des acteurs publics, la région stéphanoise est passée d’une valorisation de la culture footbalistique à la promotion d’une culture régionale autour des sports de nature, alors que l’inertie des représentations sociales et les mesures largement privées de patrimonialisation autour de l’ASSE et du stade G. Guichard contribuent à pérenniser la première culture. Mais comme par ailleurs l’essor des loisirs individuels de pleine nature répond d’une mode nationale que l’environnement régional permet de mettre en évidence (massif du Pilat et Gorges de la Loire), ces deux cultures sportives apparaissent plus complémentaires que concurrentes, sans pouvoir toutefois susciter une réelle dynamique touristique.

Augustin J-P. (coord.), 2002, Territoires et pratiques sportives, *Sud-Ouest européen*, n° 13, 144 p.

Benmalek Yohann, 2002, *L’évolution du tourisme et des loisirs en altitude dans le département de la Loire*, mémoire de maîtrise de géographie, Université de Saint-Etienne, 202 p.

Bessy O. et Hillairet D., 2001, *L’innovation dans les équipements sportifs : nouvelles pratiques, nouveaux territoires*, 2 volumes, Voiron, PUS, 344 p. et 288 p.

Charroin P., 1994, *Allez les Verts ! De l’épopée au mythe : la mobilisation du public de l’ASSE*, Thèse de doctorat de sociologie, université de Lyon I, 394 p.

Chesnel Marc, 2001, *Le tourisme culturel de type urbain : aménagements et stratégies de mise en valeur*, l’Harmattan, Paris, Villes et entreprises, 137 p.

Collectif, 2001, Territoires : les défis du sport, *Pouvoirs locaux*, n° 49, pp. 30-81.

Gay B., 2002, *Evolution de l’image de Saint-Etienne dans le discours municipal : étude géographique d’un rapport d’acteurs*, Mémoire de DEA, Université de Saint-Etienne, 150 p.

Grange et Poulot, 1997, *L’esprit des lieux, le patrimoine et la cité*, Grenoble, PUG, 476 p.

Loret A., 1995, *Génération glisse, dans l’eau, l’air, la neige… la révolution du sport des « années fun »*, Autrement, Paris, Mutations, 335 p.

Merle S., 2001, *Etude comparative de l’inscription géographique de deux systèmes de sports-loisirs à Saint-Etienne : golf et boules*, mémoire de DEA, Université de Saint-Etienne, 244 p.

Pichot L., 1999, Le sport comme ressource de communication stratégique des villes, *Revue européenne de management du sport*, n° 1, PU du Sport, pp. 65-93.

Pociello C., 1999, *Les cultures sportives : pratiques, représentations et mythes sportifs*, 1°éd 1995, PUF, Paris, Pratiques corporelles, 287 p.

Rosemberg M., 1997, *Le marketing urbain en question, production d’espace et de discours dans quatre projets de villes*, Economica, Paris, 184 p.

Vant A., 1981, *Imagerie et urbanisation, recherches sur l’exemple stéphanois*, Centre d’Etudes Foréziennes, Saint-Etienne, 661 p.

1. [↑](#footnote-ref-1)
2. [↑](#footnote-ref-2)
3. [↑](#footnote-ref-3)
4. [↑](#footnote-ref-4)
5. [↑](#footnote-ref-5)
6. [↑](#footnote-ref-6)
7. [↑](#footnote-ref-7)
8. [↑](#footnote-ref-8)
9. [↑](#footnote-ref-9)
10. [↑](#footnote-ref-10)
11. [↑](#footnote-ref-11)
12. [↑](#footnote-ref-12)
13. [↑](#footnote-ref-13)
14. [↑](#footnote-ref-14)
15. [↑](#footnote-ref-15)
16. [↑](#footnote-ref-16)
17. [↑](#footnote-ref-17)
18. [↑](#footnote-ref-18)
19. [↑](#footnote-ref-19)
20. [↑](#footnote-ref-20)
21. [↑](#footnote-ref-21)
22. [↑](#footnote-ref-22)
23. [↑](#footnote-ref-23)
24. [↑](#footnote-ref-24)
25. [↑](#footnote-ref-25)
26. [↑](#footnote-ref-26)
27. [↑](#footnote-ref-27)