

**Faculté des sciences économiques,
sociales, politiques et de communication**

Les rapports entre journalistes régionaux et footballeurs : l'exemple du Havre Athletic Club.

Analyse d'entretiens et étude comparative du
traitement médiatique du club à l'échelle régionale
et nationale

Auteur : Saunier Chloé
Promoteur : Derèze Gérard

Année académique 2018-2019
Master [120] en journalisme

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier la Belgique et plus particulièrement l'Ecole de journalisme de Louvain-la-Neuve, de m'avoir accueillie et de m'avoir permis de réaliser mon rêve, celui de devenir journaliste.

Je souhaite également remercier mon promoteur pour l'aide apportée durant la réalisation de ce mémoire et pour m'avoir guidée.

Je remercie également toutes les personnes rencontrées durant ce mémoire, la grande famille du HAC, journalistes, supporters, footballeurs et membres du club de m'avoir accordé un peu de leur temps.

Enfin, je tiens à remercier toutes les personnes qui m'ont aidé, conseillé et relu lors de la rédaction de ce mémoire : Annabelle, Corinne, Isabelle, Léa, Marine et Sofia.

Table des matières

I. INTRODUCTION	4
<i>Justification et choix de la problématique.....</i>	<i>6</i>
II. HISTORIQUE	8
1. <u>Le paysage médiatique sportif français :</u>	8
2. <u>La presse régionale française :</u>	10
III. CONTEXTUALISATION	11
1. <u>Le Havre Athletic Club :</u>	11
2. <u>L'affaire Ajaccio – Le Havre :</u>	14
3. <u>Les quotidiens analysés :</u>	15
<input type="checkbox"/> <u>Quotidien régional généraliste : Paris Normandie</u>	15
<input type="checkbox"/> <u>Quotidien régional généraliste : Corse-Matin</u>	16
<input type="checkbox"/> <u>Quotidien sportif national : L'Equipe</u>	17
IV. METHODOLOGIE	18
1. <u>Contextualisation de l'analyse de contenu</u>	18
2. <u>Méthodologie de la couverture médiatique du Havre Athletic Club</u>	20
2.1. <u>Périodes analysées</u>	20
2.2. <u>Développement de la méthodologie utilisée pour l'analyse de la</u> <u>couverture médiatique du HAC dans Paris Normandie</u>	21
<u>Grille d'analyse de données</u>	22
<u>Grille d'analyse de volume:</u>	23
<u>Grille d'analyse de contenu:</u>	24
3. <u>Méthodologie de l'étude comparative de l'affaire Ajaccio-Le Havre</u>	24
3.1. <u>Période analysée</u>	24
3.2. <u>Développement de la méthodologie utilisée pour l'étude comparative de</u> <u>la couverture de l'affaire Ajaccio-Le Havre</u>	25
<u>Grille d'analyse de données</u>	26
<u>Grille d'analyse de volume:</u>	26
<u>Grille d'analyse de contenu:</u>	27
4. <u>Contextualisation de l'analyse de contenu des entretiens</u>	28
5. <u>Méthodologie de l'analyse des entretiens</u>	30
5.1. <u>Elaboration du questionnaire</u>	30
5.2. <u>Choix et caractéristiques de l'échantillon</u>	31
5.3. <u>Déroulement des entretiens</u>	32
5.4. <u>L'analyse des entretiens</u>	33
V. ANALYSE DE CONTENU	34
1. <u>Analyse de contenu de la couverture du HAC dans Paris Normandie</u>	34
2. <u>Analyse de contenu de l'affaire Ajaccio - Le Havre</u>	42
VI. ANALYSE DES ENTRETIENS	54
1. <u>Rapports entre journalistes sportifs régionaux et footballeurs du HAC</u>	54
2. <u>Le HAC dans les médias régionaux</u>	57
3. <u>Rapports entre journalistes nationaux et footballeurs du HAC</u>	58
4. <u>Le HAC dans les médias nationaux</u>	59
5. <u>La communication du HAC</u>	60
6. <u>Les footballeurs, champions du discours stéréotypé</u>	62
7. <u>Les réseaux sociaux au service du football</u>	63
VII. INTERPRETATION DES RESULTATS.....	65
1. <u>La couverture du HAC dans Paris Normandie</u>	65

2. <i>La couverture de l'affaire Ajaccio-Le Havre dans Paris Normandie, Corse-Matin et L'Equipe</i>	67
3. <i>Les relations entre journalistes sportifs et footballeurs du HAC et la couverture du club dans les médias</i>	71
4. <i>La communication du club et des joueurs</i>	72
VIII. CONCLUSION	73
BIBLIOGRAPHIE	75
ANNEXES	79

I. Introduction

« *Je ne vous comprends pas, vous, les journalistes. Vous nous faites chier à longueur de journée, mais si un jour on refuse de vous parler, vous ferez quoi ? Sans nous, vous n'êtes rien, c'est grâce à nous que vous bouffez, ne l'oubliez pas !* »

Cette déclaration un brin provocatrice du joueur de football Français Jérôme Rothen en 2005, illustre toute la complexité de la nature des relations qui peut exister entre les footballeurs et les journalistes. De manière générale, les liens qu'entretiennent les médias avec le monde du sport sont ambigus.¹

Il appert qu'aujourd'hui, le sport est omniprésent dans les médias et que l'influence de ces derniers, n'a cessé d'augmenter ces trois dernières décennies. Considérés comme un véritable pouvoir, les médias occupent une place majeure dans notre société.² Avec l'apparition de nouveaux appareils de communication, les consommateurs se font de plus en plus nombreux. Au travers de la télévision, la radio, la presse écrite et désormais via internet, la diffusion de l'information se trouve facilitée, libérant ainsi davantage la parole des journalistes. Si, la majorité du temps, ces informations sont sans grandes conséquences, parfois elles peuvent engendrer de vives polémiques.

Politique, économique, culturel, sport... le pouvoir des mots et la puissance des images atteignent l'ensemble des champs.³

L'objectif premier des journalistes sportifs est de transmettre l'actualité sportive. Ces derniers sont avant tout des hommes et des femmes, passionnés par leur domaine, dotés d'un sens critique et d'une excellente connaissance du sport.⁴ Rendre compte d'un événement avec émotion, amener le spectacle jusqu'aux consommateurs sont leurs principales missions.¹

Comme tout autre journaliste, le journaliste sportif tente de rapporter l'information de la manière la plus réaliste possible. Cependant, les relations qu'il entretient à sa source peuvent parfois mettre à mal ce principe de neutralité. À savoir qui profite

¹ - Riolo Daniel, « Football et médias : un heureux mariage de raison », *Géoéconomie*, 2010/3 (n° 54), p. 91-103. DOI : 10.3917/geoec.054.0091. URL : <https://www.cairn.info/revue-geoeconomie-2010-3-page-91.htm>

² - Kessler David, « Les médias sont-ils un pouvoir ? », *Pouvoirs*, 2012/4 (n° 143), p. 105-112. DOI : 10.3917/pouv.143.0105. URL : <https://www.cairn.info/revue-pouvoirs-2012-4-page-105.htm>

³ - Grégory DERVILLE (2017), *Le pouvoir des médias*, 4^e édition, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, Coll. « Politique en plus »

⁴ - Marchand, Jacques, « Journalisme de sport : conception (ou exception) française... », *Les cahiers du journalisme*, décembre 2002.

de l'autre ? Trouver le juste milieu, là est toute la complexité des rapports entre ces deux mondes, de l'informateur à sa source, du journaliste sportif au footballeur.

Si cette question se pose à l'échelle nationale, elle se pose également à l'échelle régionale.

Par leur statut, les journalistes sportifs régionaux sont d'autant plus proches des clubs de leurs régions. Cela entache-t-il la production de l'information sportive dans les médias régionaux ? Les journalistes sportifs régionaux sont-ils sous l'influence des clubs de football de leurs régions ? Quelle place occupe l'information sportive dans les médias régionaux et quelle est la différence avec la presse nationale ?

Afin de répondre à ces questions, nous avons élaboré la problématique suivante : « Les rapports entre journalistes régionaux et footballeurs : l'exemple du Havre Athletic Club. Analyse d'entretiens et étude comparative du traitement médiatique du club à l'échelle régionale et nationale. »

Nous tenterons de traiter cette problématique en analysant des articles de presse et des entretiens au moyen de l'analyse de contenu.

Nous avons fait le choix de centrer notre recherche sur le Havre Athletic Club afin de pouvoir considérer la dimension régionale qui lui est attachée. Ce travail peut également être appliqué à d'autres clubs sportifs et médias.

Les rapports journalistes/footballeurs et la couverture médiatique du Havre Athletic Club constituent le sujet d'étude de notre travail, ce dernier se fera par le biais de trois entrées.

Dans un premier temps, nous analyserons la couverture médiatique du Havre Athletic Club dans la presse quotidienne régionale. Dans un second temps, nous étudierons la différence de la place qu'occupe le club du HAC dans la presse nationale et régionale au travers de l'exceptionnalité de l'événement Ajaccio-Le Havre. La rencontre qui devait se dérouler le vendredi 18 mai a été reportée à la suite d'incidents.

Enfin, nous nous centrerons sur la nature des relations entre les journalistes et les footballeurs ainsi que sur la communication du club et des joueurs à travers l'analyse d'entretiens.

Justification et choix de la problématique

Avant d'évoquer les méthodes employées, il est essentiel d'explicitier notre problématique ainsi que les termes spécifiques qui lui sont rattachés.

Adulé par les uns, détesté par les autres, le football est un phénomène culturel et social qui fait beaucoup parler, bien au-delà des stades et des milieux populaires, comme de nombreuses personnes l'ont longtemps pensé. Bien qu'il divise et suscite de nombreux débats, le football est aujourd'hui le sport le plus populaire dans le monde, ce qui explique son omniprésence dans les médias.⁵

De manière générale, les liens qu'entretiennent le monde sportif et le monde médiatique sont ambigus. De nombreux exemples, peuvent prouver la complexité de ces rapports. L'un des plus connus est l'affaire Knysna lors de la Coupe du Monde 2010. Les propos d'une violente altercation dans les vestiaires, à la mi-temps du match France-Mexique, entre Raymond Domenech, sélectionneur de l'équipe de France et le joueur Nicolas Anelka font la Une du quotidien sportif *l'Equipe*. Afin d'obtenir ces informations, le journaliste avait une source interne au groupe de l'équipe de France.

Cette affaire a connu un élan médiatique inégalé et a rapidement pris des proportions démesurées, engendrant à la fois une remise en cause du joueur Nicolas Anelka, de l'Equipe de France en général mais également des pratiques journalistiques sportives. Si la critique du métier de journaliste est fréquente, on compte peu d'évènements à ce jour, qui ont poussé les médias à se remettre en question dans leur fondement.⁶

Historiquement, le sport a donc toujours entretenu des liens très étroits avec les médias, une proximité qui s'est construite à la fin du XXème siècle.

À ce jour, il existe plusieurs recherches sur les différents rapports entre l'univers du sport et les médias. La majorité de ces travaux portent sur l'aspect économique de ces relations, notamment sur la dépendance entre télévision et clubs sportifs.

⁵ - Gastaut Yvan, Mourlane Stéphane, « Introduction », dans : Yvan Gastaut éd., *Le football dans nos sociétés. Une culture populaire 1914-1998*. Paris, Autrement, « Mémoires/Histoire », 2006, p. 5-14. URL : <https://www.cairn.info/le-football-dans-nos-societes--9782746707894-page-5.htm>

⁶ - Kaciaf Nicolas, Lagneau Éric, « Du vestiaire à la Une, de la Une au vestiaire. Sociologie de la mise en visibilité médiatique de l'« affaire Anelka » », *Politiques de communication*, 2013/1 (N° 1), p. 209-240. URL : <https://www.cairn.info/revue-politiques-de-communication-2013-1-page-209.htm>

Pour notre part, nous avons voulu en apprendre davantage sur l'aspect relationnel qu'il peut y avoir entre journalistes sportifs et footballeurs professionnels, et étudier ce point à l'échelle régionale.

Afin de réaliser cette recherche, nous avons travaillé à l'aide de différentes méthodes.

La première partie de notre travail est consacrée à la couverture médiatique du HAC (Havre Athletic Club) par la presse régionale. Nous avons travaillé sur un corpus composé d'articles provenant d'un quotidien généraliste régional havrais et nous avons employé la méthode de l'analyse de contenu selon Laurence Bardin.

La seconde partie de notre travail est une étude comparative de la couverture médiatique de l'affaire Ajaccio – Le Havre. Une rencontre marquée par les incidents et qui a suscité la polémique. Nous avons travaillé sur un corpus composé d'articles provenant de trois quotidiens, deux quotidiens généralistes régionaux de la région Corse et Normandie et un quotidien sportif national. Afin de procéder à cette étude, nous avons également employé la méthode de l'analyse de contenu selon Laurence Bardin.

La troisième et dernière partie de notre recherche évoque la nature des relations entre les journalistes et les footballeurs. Nous traitons également la communication du club et celle des joueurs. Pour se faire, nous avons effectué divers entretiens auprès de plusieurs journalistes régionaux, footballeurs du HAC, membres de la direction du club mais aussi de supporters. Pour mener à bien notre analyse, nous avons employé la méthode d'analyse d'entretien de Claude Dubar et Didier Demazière.

Bien qu'il existe d'autres canaux d'informations (Radio, TV et internet). Nous avons fait le choix, pour notre première partie, de nous concentrer uniquement sur la presse écrite. Il nous a semblé que c'était le média le plus pertinent pour ce sujet. En effet, concernant la couverture du club du Havre, la radio et la télévision offrent une périodicité moins régulière. Seule, la presse écrite couvre quotidiennement le HAC. En choisissant d'étudier la presse écrite quotidienne, nous avons pu étudier un ensemble d'articles produits et diffusés régulièrement sur une période bien définie. Il aurait été différent de s'intéresser à des productions dispersées dans le temps.

Nous avons procédé de la même manière pour notre deuxième partie. Nous avons décidé de traiter uniquement la presse écrite en ce qui concerne l'étude comparative de l'affaire Ajaccio – Le Havre. Cette fois-ci pour d'autres raisons. La première, nous avons voulu établir une continuité avec le corpus précédent, en

analysant le même quotidien régional havrais et de ce fait réaliser le même type d'analyse pour le quotidien régional corse et le quotidien sportif national.

Ensuite, en prenant connaissance de l'ampleur qu'avait pris cette affaire, nous avons décidé d'omettre tous les autres médias. L'affaire a été relayée par un bon nombre de médias, sportifs et généralistes, ce qui aurait été difficilement traitable par manque de moyen et de temps.

II. Historique

1. Le paysage médiatique sportif français :

Les prémices du sport dans les titres de presse française remontent à la fin du XIX^{ème} siècle. Le premier journal sportif intitulé *Le Sport* apparaît à Paris en 1854, il est créé par l'arbitre Eugène Chapuis. Ce titre était dédié au sport de la haute-société, les courses hippiques, l'escrime ou encore le yatching. À partir de ce moment, les grands quotidiens généralistes, à l'instar du Figaro vont se munir de pages et de rubriques sportives où ils diffusent les résultats des différentes compétitions.

Durant cette période, on assiste au développement de la presse spécialisée dans le sport en France. De nombreux titres ont vu le jour et se sont succédés dans les kiosques : *La Revue des sports* en 1876, *Le Sport vélocipédique* en 1880, *Le Vélosman* en 1886 et *le Monde cycliste* en 1887. La plupart des titres sportifs de l'époque étaient consacrés au cyclisme, sport phare de la fin du XIX^e siècle. L'objectif des journaux était d'intéresser le plus de monde possible, ainsi que de toucher les classes moyennes et populaires. Ils ont donc choisi d'élargir leur contenu en proposant de nouveaux sujets, autres que les sports bourgeois.

Peu à peu, la presse laissera entrer d'autres sports que le vélo dans ses colonnes, en 1888 est apparu *La Gazette des sports*, puis *La Dépêche des sports* et *l'Echo des sports* en 1890.⁷

Rapidement des liens étroits vont unir le sport et la presse, Pierre Giffard l'un des précurseurs du journalisme sportif va organiser en 1891 la première grande compétition de cyclisme le « Paris-Brest ». L'année suivante il fonde *Le Vélo*,

⁷ - Perraki Vivi. Entrée du sport dans les titres de presse. In: *Mots*, n°29, décembre 1991. Politique et sport. Retours de Chine, sous la direction de Simone Bonnafous . pp. 93-98.

premier quotidien sportif français.

La loi sur la liberté d'association de 1901 va engendrer la création de nombreux clubs sportifs et de ce fait, favoriser l'engouement de la population autour du sport. La création des journaux sportifs va donc augmenter. Au début des années 1900 on compte environ quinze titres. L'automobile et le vélo rencontrent un véritable succès. *L'Auto-Vélo*, quotidien lancé par Henri Desgrange et le comte de Dion en 1900, vient directement faire concurrence au titre de Pierre Giffard. Afin d'établir son autorité sur le territoire français, le journal *L'Auto*, comme il est désormais appelé, va également être à l'origine d'une grande course cycliste : le Tour de France. On voit par la création de cette deuxième compétition, les liens qui unissent petit à petit, la presse et le sport.⁸ Avec le Tour de France, la presse sportive entrera dans une toute autre dimension. Va alors apparaître la notion de feuilleton. Etapes après étapes, le journal organise ses articles en y incluant un suspense à la fin de chaque numéro, ainsi il crée le sentiment de dépendance, et le désir d'acheter le prochain numéro. C'est un véritable succès. Le Tour permet au journal de s'imposer comme « le » quotidien sportif avec un tirage qui est de 120 000 chaque jour et qui peut atteindre 360 000 lors des compétitions.

Entre les deux guerres, l'intérêt de la population pour le sport s'accroît, il apparaît comme un phénomène de société et sa médiatisation devient systématique. Outre le cyclisme, d'autres sports, plus particulièrement le football, vont connaître une importante popularité. Le football suscite l'intérêt des milliers de Français, certains événements, à l'instar de la Coupe du Monde de 1938 vont faire la une de la presse. Certains journaux vont investir dans la construction de stade. Le Vél' d'hiv et le Parc des Princes sont la propriété du journal *L'Auto*. Durant cette période, l'ensemble des quotidiens français possède des rubriques sportives. C'est à ce moment qu'apparaît le métier de journalisme sportif au sens propre, l'organisation de la production de l'information va engendrer le journalisme spécialisé.⁹

Le sport va renforcer son ancrage médiatique avec l'arrivée d'un nouveau médium dans les années 1920, la radio. Les radios généralistes vont diffuser des informations sportives et accentuer la popularité du sport. Un effet qui va encore

⁸ - Dauncey Hugh, « Entre presse et spectacle sportif, l'itinéraire pionnier de Pierre Giffard (1853-1922) », *Le Temps des médias*, 2007/2 (n° 9), p. 35-46. DOI : 10.3917/tdm.009.0035. URL : <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2007-2-page-35.htm>

⁹ - Joffredo, Loïc. 2012. « Le sport dans la presse ». Dans *La Presse à la Une*, sous la direction de Mezzasalma Philippe, Prémel Benjamin, Versavel Dominique. Catalogue d'exposition (BnF, 2012). Paris.

s'amplifier avec l'apparition du direct.¹⁰ Entre 1923 et 1929, les plus grandes compétitions sportives vont être commentées en instantané. Le système du direct va rapidement plaire à la population française, il permet d'instaurer une certaine proximité entre l'événement et l'auditeur. Désormais le sport entre dans la sphère privée. On assiste avec la radio, à la naissance de la consommation sportive de masse.¹¹ Mais c'est la télévision qui fera définitivement entrer le sport dans une nouvelle ère. Dès les années 50, le sport va s'immiscer dans les journaux télévisés avant d'occuper entièrement certains rendez-vous, quelques années plus tard. Encore plus que la radio, la diffusion des événements sportifs en direct à la télévision va faire pénétrer l'émotion sportive au coeur des foyers.¹²

2. La presse régionale française :

La presse régionale française est née à l'avènement de la troisième république en 1870. Son éveil est directement lié à l'établissement de la démocratie, régime favorable à la presse. À ses prémices au XVIIIe siècle, les « journaux » régionaux étaient appelés « feuilles d'annonces », elles comptaient trois ou quatre pages diffusées dans une trentaine de villes en France. Destinées à la population aisée, ces feuilles étaient diffusées généralement une fois par semaine et n'atteignaient pas plus de 1000 exemplaires.

Durant la IIIe république, le tirage de la presse provinciale est estimé à 300 000 exemplaires. Le tirage des journaux parisiens quant à lui est estimé à plus d'un million. La loi sur la liberté de la presse va favoriser l'essor de la presse quotidienne régionale, à la suite de cela, on assistera à la multiplication des titres et à une augmentation des tirages. D'autres améliorations sont apparues avec cette liberté acquise telles que la présentation des journaux, la pagination, et la baisse du prix d'achat.

Au cours du XIXe siècle, il existe jusqu'à 1300 titres de presse hebdomadaire régionaux. De nombreux quotidiens régionaux sont apparus à la fin de la Seconde Guerre Mondiale. Malgré l'emprise de la presse parisienne dont la diffusion est

¹⁰ - Meadel, Cécile, « Du local à l'universel. Les programmes de la radio dans les années trente », in Delporte, Christine (dir.), *Médias et Villes (XVIIIe-XXe siècle)*, Tours : Presses universitaires François Rabelais, 1999, p.88

¹¹ - Rioux, Jean Pierre, « Les usages du temps libre », in RIOUX, Jean-Pierre et SIRINELLI, Jean-François (dir), *La culture de masse en France : de la Belle Epoque à aujourd'hui*, Paris : Fayard, 2002, p.368

¹² - Merryll Moneghetti, Philippe Tétart, Fabien Wille, "De la plume à l'écran. Sport et médias, 1945-2005", in *Histoire du sport en France Tome 2*, Paris: Vuibert, 2007, pp. 197-228

nationale, la presse quotidienne régionale est bien implantée en province.^{13 14}

En 2018, la presse quotidienne régionale était diffusée à hauteur d'environ 6 millions d'exemplaires en France. Il existe 65 quotidiens titres régionaux. En terme de diffusion, *Ouest-France* est le premier quotidien français, avec environ 648 485 exemplaires diffusés chaque jour. Avec l'arrivée du web et la révolution numérique, la presse quotidienne régionale a dû s'adapter sans oublier ses spécificités.

Tableau n°1 : Classement diffusion des quotidiens régionaux français en 2018.¹⁵

Rang	Titre	Diffusion (en milliers)
1	<i>Ouest-France</i>	648 485
2	<i>Sud Ouest</i>	230 160
3	<i>La Voix du Nord</i>	200 987
4	<i>Le Parisien</i>	193 428
5	<i>Le Dauphiné Libéré</i>	189 756
23	<i>Paris Normandie</i>	44 340
29	<i>Corse-Matin</i>	30 350

Note : reproduit à partir de « Classement diffusion presse quotidienne régionale 2018 », par ACPM. Consulté sur <https://www.acpm.fr/Les-chiffres/Diffusion-presse/Presse-Payante/Presse-Quotidienne-Regionale>

III. Contextualisation

1. Le Havre Athletic Club :

Né en Angleterre dans les années soixante, le football est arrivé en France en 1872. Le Havre Athletic Club est fondé la même année, ce qui fait de lui le club doyen de France. La presse locale évoque dès 1873, le club du Havre. La Normandie est la terre pionnière du football français, un fait qui peut s'expliquer par sa proximité avec l'Angleterre. En effet, si les racines du football remontent au Moyen-Age, la mise en place du jeu s'est faite en Grande-Bretagne, au milieu du XIXe siècle, dans la cour de l'université de Cambridge. Quelques années plus tard, de

¹³ - Mathien, Michel, La presse quotidienne régionale, PUF, « Que sait-je? », 1993, 128p.

¹⁴ - Guéry, Louis, La presse quotidienne régionale et locale, Victoires Eds, « Connaissance Des Médias », 1995, 128p.

¹⁵ - Voir annexe 1 pour le classement complet

nombreux étudiants anglais se sont exilés Outre-Manche pour travailler dans les usines normandes. Les ouvriers anglais profitaient de leurs pauses le temps du midi, pour jouer au football et l'on ainsi intégré à la culture havraise. Au fil du temps, une mixité s'est formée entre les anglais et les havrais, les premiers membres de l'équipe du HAC étaient composés d'anglais dans sa majorité. Ces ouvriers pour la plupart étaient d'anciens étudiants d'Oxford et Cambridge. Pour jouer, ils ont décidé de porter des maillots ciel et marine en hommage à la couleur de leurs universités respectives. Des couleurs qui se sont inscrites dans le temps et sont encore aujourd'hui, celles du club.¹⁶

L'instauration du professionnalisme du football arrive en France en 1932 et le HAC obtient le statut de club professionnel l'année suivante, ce qui lui octroie le droit de jouer en deuxième division. Le club réussit son ancrage dans le football professionnel puisqu'il remporte le championnat en 1938 et évoluera en première division de 1938 à 1947. Bien que les compétitions soient arrêtées en 1939 à cause de la Seconde Guerre Mondiale, le HAC retrouvera le chemin des terrains, comme l'ensemble des clubs français, en 1945. Le club connaît son heure de gloire en 1959, alors qu'il évolue en deuxième division. Le Havre remporte le championnat et la coupe de France. C'est une première dans l'histoire du football français, le HAC restera le seul club de Ligue 2 à remporter la Coupe de France, jusqu'à la victoire de l'En avant de Guingamp lors de la saison 2008/2009. Mais ce succès sera de courte durée. Le HAC va connaître une période sombre. Des années 1964 à 1978, il évoluera en troisième division. Le club va ensuite alterner les montées et les descentes entre la première et la deuxième division. En 1985, le HAC retrouve la Ligue 1 et la quitte en 1988, pour la retrouver en 1991 et la laisser de nouveau 9 ans plus tard. Même schéma en 2008, où le club havrais ne figure qu'une seule année en première division.¹⁷

Aujourd'hui, en 2019, le HAC est toujours en Ligue 2 et n'a pas goûté à l'élite du football français depuis dix ans, ce qui désespère un bon nombre de supporters. Ces derniers sont de moins en moins nombreux à venir assister aux matchs, malgré la construction d'une nouvelle enceinte en 2012. Les fans ont donc abandonné le stade mythique de Jules Deschaseaux inauguré en 1931, pour le Stade Océane, flambant neuf pouvant accueillir jusque 25 000 spectateurs. Pourtant, le stade sonne très souvent creux car très peu de supporters havrais font le déplacement

¹⁶ - Huet, Philippe, 2010. Dribbling. Rivages, 222p.

¹⁷ - Bruno Mercier, Havre Athletic Club, Edition Alan Sutton, coll. « Mémoire du football », 2002, 160p.

pour soutenir leur équipe. Ils sont en moyenne 5000. Ce chiffre peut atteindre 7000 tout au plus, lors des meilleures affiches. Celles qui représentent un enjeu particulier, comme un match de barrage¹⁸ pour la montée en Ligue 1 ou un match contre les rivaux de l'AC Ajaccio par exemple. Bien qu'ils soient peu nombreux, les supporters du Havre entretiennent une relation forte avec le club et les joueurs. Il est l'un des seuls clubs de football professionnel en France qui a organisé son propre mouvement de supporters autour d'une fédération. La « Fédération des Supporters » du HAC a vu le jour en 1991, sa principale mission est de rassembler au sein d'une même structure l'ensemble des associations des supporters du club. Il compte deux associations : Le Kop Ciel et Marine qui a été créée en 1984 et les Barbarians Havrais, nés en 1993. La « Fédération des Supporters » est agréée par la Direction Département de la cohésion sociale. Il existe d'ailleurs une convention signée chaque année entre la fédération des supporters et les dirigeants du club, un fait unique en France. Une convention mise en place dans le but de faciliter le dialogue entre les deux parties, chacun s'y voit fixer des droits et des devoirs. Quand cela est nécessaire, des concertations sont organisées pour discuter, améliorer, entretenir les rapports, ou encore régler les divergences. Les supporters peuvent demander à rencontrer les dirigeants mais également les joueurs afin d'échanger sur un sujet souhaité.¹⁹

Malgré ces innombrables années passées en Ligue 2, les Havrais conservent tout de même une certaine fierté vis-à-vis de leur club et ce grâce à l'une de ses particularités qui constitue en partie son image, la renommée du centre de formation. En effet, la formation des joueurs est l'une des marques de fabrique du HAC. Le centre se classe neuvième sur les 36 clubs professionnels de France, d'après le classement 2017-2018, dévoilé par la Fédération Française de Football. Celui-ci a vu sortir de ses rangs des joueurs de classe mondiale. Parmi les plus connus, Paul Pogba. Le Français a intégré le centre de formation du Havre en 2007, où il a passé deux années. Il n'est pas le seul champion du monde à être passé par les rangs du HAC, Benjamin Mendy, actuel latéral gauche de Manchester City faisait lui aussi partie de l'équipe des moins de 16 ans, en 2011. Riyad Mahrez, autre joueur de Manchester City avait lui aussi été recruté et formé

¹⁸ - Un barrage est un type de compétition sportive. Il s'agit d'une série de matchs éliminatoire ou des équipes s'affrontent après une saison régulière (*l'Internaute*). Le 5ème 4ème et 3ème de Ligue 2 participent à des playoffs en matchs unique dont le vainqueur affronte le 18e de la Ligue 1 dans le cadre d'un match de barrage aller-retour afin d'obtenir une place dans la première division la saison suivante.

¹⁹ - Hac-foot.com. (2019). [online] Available at: <http://www.hac-foot.com/news/les-supporters-du-hac.html> [Accessed 6 May 2019].

par le club du Havre en 2010. Dimitri Payet, joueur de l'Equipe de France et de l'Olympique de Marseille a passé lui quatre années au Havre pour faire sa formation. De nombreux autres joueurs ayant porté les couleurs nationales ont été formés au HAC, le gardien de but Steve Mandanda, Lassana Diarra ou encore Vikash Dhorasoo.

2. L'affaire Ajaccio – Le Havre :

Certains évènements peuvent amener les médias nationaux à parler du HAC et le club fait parfois les gros titres. Cela a été le cas la saison passée lors du match de barrage contre Ajaccio. Un simple match qui s'est transformé en véritable mascarade. L'affaire a connu plusieurs rebondissements dont voici un bref résumé : le vendredi 18 mai 2018, devait se dérouler le match de barrage de promotion de Ligue 2 entre l'AC Ajaccio et le Havre AC. Le vainqueur obtenait le droit de jouer le prochain match, qui définira le club qui accèdera à la Ligue 1. Le match a finalement été reporté car quelques heures avant le match, le bus des joueurs havrais avait été pris pour cible et caillassé par divers objets (fumigènes, pierres, projectiles en tout genre) lancés par des supporters ajacciens. Et ce, sur le parking, à quelques mètres seulement de l'entrée du stade. Pendant des heures durant, le staff, la direction et les joueurs du Havre sont restés « coincés » dans le bus. Ce dernier, ayant reçu un fumigène, est tombé en panne et ne pouvait plus progresser. Pour une question de sécurité, les autorités avaient formellement interdit aux membres du HAC de descendre du bus. Durant cette attente, les joueurs ajacciens sont allés jusqu'au bus des Havrais pour tenter de les convaincre de descendre, malgré l'interdiction des autorités, en vain. Par décision de la Ligue, le match est finalement reporté deux jours plus tard le dimanche 20 mai 2018. L'équipe du Havre est donc rentrée en Normandie et a demandé à ce que le match soit joué dans de bonnes conditions, c'est à dire sur terrain neutre. Une demande contestée par le club corse. Ces derniers ont eu gain de cause puisque finalement, il a été décidé de rejouer le match dans le stade François-Coty à Ajaccio où s'étaient déroulés les événements deux jours auparavant. Un deuxième match qui s'est effectué sous haute tension, avec un nombre important de service d'ordre. Sportivement parlant, le match a été un fiasco : Insultes, bagarres et quatre expulsions. Dans les tribunes, le spectacle est le même, les supporters ont envahi le terrain et le président du Havre, Vincent Volpe a été agressé, selon ses dires. Le match a finalement été remporté aux tirs au but par l'AC Ajaccio.

L'histoire ne s'arrête pas là. Dès le lendemain, Le HAC saisit la Ligue afin de contester certains faits qui se sont déroulés durant le match et demande à rejouer le match, voire à obtenir la victoire de celui-ci. Durant plusieurs jours, les deux clubs vont s'affronter à coup d'appels, de recours et de plaintes. Une histoire qui s'est finalement soldée par une victoire définitive du club corse.

Très vite les médias se sont emparés de l'affaire. Les médias régionaux mais également nationaux. Le traitement médiatique de cette affaire est exceptionnel et fera donc l'objet de notre seconde analyse.

3. Les quotidiens analysés :

Pour la première partie de notre travail, nous effectuerons une analyse médiatique de la couverture du HAC dans la presse quotidienne régionale normande.

- **Quotidien régional généraliste : *Paris Normandie***

Le journal *Paris Normandie - Le Havre*, anciennement *Le Havre Libre*, est un journal régional de la presse écrite française fondé à la Libération en 1944 à Rouen (France). En 2012, suite à des problèmes économiques majeurs, le journal est placé en liquidation judiciaire avant d'être racheté par les journalistes Xavier Ellie et Denis Huertas.²⁰ *Paris Normandie* couvre les départements de la Haute-Normandie, de la Seine-Maritime et de l'Eure. En 2016, l'entreprise connaît de nouveau des difficultés économiques avec une nouvelle baisse des ventes et de ses recettes publicitaires. Le journal est placé en redressement judiciaire pour dix mois. En mars 2017, le tribunal de Rouen accepte l'offre de continuité de l'actuel PDG Xavier Ellie, préférée à l'offre du groupe belge Rossel.²¹ Entre temps, *Paris Normandie* a absorbé le quotidien local *Le Havre Libre* qui devient *Paris Normandie - Le Havre*. Le journal est la principale source d'information de la ville du Havre et de ses environs. Il est diffusé à hauteur de 44 340 exemplaires chaque jour en 2018.²² *Paris Normandie* possède également son site web qui est payant <https://www.paris-normandie.fr>. De nombreux articles sportifs y sont postés chaque jour dont ceux sur le HAC écrits par le journaliste Benoit Donckele,

²⁰ - « Paris Normandie : deux journalistes désignés comme repreneurs », *Le Monde*, 24 juillet 2012

²¹ - « Paris-Normandie : le tribunal de commerce choisit la continuité contre Rossel », *AFP*, 15 mars 2017.

²² - Bundle, e. (2019). *Presse Quotidienne Régionale*. [online] Acpm.fr. Available at: <https://www.acpm.fr/Les-chiffres/Diffusion-presse/Presse-Payante/Presse-Quotidienne-Regionale> [Accessed 6 May 2019].

également rédacteur des articles de presse au sujet de l'équipe professionnelle du Havre. David Poisnel et Luc Gallais écrivent aussi occasionnellement des articles sur le club.

Concernant la structure du journal, ce dernier est organisé selon une hiérarchie de proximité. Les premières pages sont destinées aux informations générales de la ville du Havre. Les pages suivantes, quant à elles sont dédiées aux informations générales des villes situées à la périphérie du Havre. Ensuite, nous trouvons les informations générales sur les agglomérations qui se trouvent dans le département de la Seine-Maritime et enfin les informations générales de la région normande entière. En deuxième partie, nous trouvons les pages consacrées aux faits-divers et l'économie de la région. Viennent ensuite les pages dédiées aux informations françaises et mondiales. Les pages des sports régionaux puis nationaux arrivent après, puis viennent les pages destinées aux annonces et à la nécrologie. Les dernières pages sont consacrées à la culture et au programme TV.

Pour la seconde partie de ce travail, nous tenterons d'effectuer une analyse comparative de la couverture médiatique de l'affaire Ajaccio - Le Havre. Pour cela, nous allons analyser trois quotidiens : Le quotidien régional généraliste *Paris Normandie*, détaillé ci-dessus. Le quotidien régional généraliste *Corse-Matin* ainsi que le quotidien sportif *L'Equipe*.

- **Quotidien régional généraliste : *Corse-Matin***

Corse-Matin est l'unique quotidien insulaire. Il est diffusé dans les départements de la Corse du sud et de la Haute-Corse. Créé après la guerre, le journal fait partie du groupe *Nice-Matin*. Ayant connu d'importantes difficultés financières, le groupe est devenu en 2014 une filiale à 100% du quotidien marseillais, *La Provence* appartenant à Bernard Tapie. Le groupe belge Nethys est entré, via sa filiale Avenir Développement, à hauteur de 11% dans le groupe *La Provence*.²³ Après les élections territoriales de 2017 et la victoire des nationalistes, Bernard Tapie cède un tiers des parts à une holding CM Holding, constituée à 100% d'entrepreneurs corses.²⁴ Le journal est diffusé à hauteur de 30 350 exemplaires

²³ - « Médias français : qui possède quoi », *Le Monde diplomatique*, décembre 2018 (lire en ligne [archive], consulté le 6 mai 2018)

²⁴ - « « Corse-Matin » change de mains », sur *LeMonde.fr* (consulté le 6 mai 2019)

chaque jour en 2018.²⁵ *Corse-Matin* possède également son site web qui est gratuit <https://www.corsematin.com>. De nombreux articles sportifs y sont postés chaque jour. Les articles de presse au sujet de l'Athletic club Ajaccien sont écrits par Patrick Secchi et Dominique Cotoni.

Concernant la structure du journal, ce dernier répond lui aussi à une logique de proximité géographique. Les premières pages sont destinées aux informations générales de l'ensemble de l'île. Nous trouvons ensuite la nécrologie, puis les petites annonces. Les pages suivantes, quant à elles sont dédiées aux informations générales pour les plus grandes villes de Corse. Viennent ensuite, les pages dédiées aux informations françaises et mondiales. Les pages des sports régionaux et nationaux arrivent après, puis viennent les pages destinées aux annonces et à la nécrologie. Les dernières pages sont consacrées au programme TV.

- **Quotidien sportif national : L'Equipe**

Aujourd'hui, pour lire des informations sportives dans la presse quotidienne nationale, les Français n'ont pas d'autre choix que d'acheter *l'Equipe*. En effet, les quotidiens nationaux généralistes tels que *Le Figaro* ou bien *Libération* font l'impasse sur le sport, ou presque. Ils couvrent les grands événements sportifs tels que la Coupe du monde de football et les Jeux Olympiques mais rien de plus. Pour obtenir une information sportive complète, les Français doivent lire *l'Equipe*.

Le journal *l'Equipe* est créé en 1946, par le journaliste et sportif Jacques Goddet. Il succède au journal *l'Auto*. Dans un premier temps, il paraît trois fois par semaine. Au fil du temps, le journal va absorber ou racheter ces principaux titres concurrents. Et en 1948, il va profiter de la disparition du quotidien sportif *Sport* pour se transformer en quotidien et devenir le journal de référence en France. Il couvre l'ensemble des sports, des plus populaires aux moins visibles. Football, basket, le surf, le hockey sur gazon ou encore l'escalade.²⁶ Depuis 1968, le journal est détenu par le groupe Amaury, son directeur est Jean-Louis Pelé. Des lors, *L'Equipe* détient le monopole de la presse sportive.²⁷ C'est est le seul à accompagner les français chaque jour, cependant il existe d'autres titres sportifs,

²⁵ - Bundle, e. (2019). *Presse Quotidienne Régionale*. [online] Acpm.fr. Available at: <https://www.acpm.fr/Les-chiffres/Diffusion-presse/Presse-Payante/Presse-Quotidienne-Regionale> [Accessed 6 May 2019].

²⁶ - Perraki Vivi. Entrée du sport dans les titres de presse. In: *Mots*, n°29, décembre 1991. Politique et sport. Retours de Chine, sous la direction de Simone Bonnaïfous . pp. 93-98.

²⁷ - R. pariente (dir), *L'Équipe - 50 ans de sport - 1946-1995*, Paris, Diffusion Calmann-Lévy, 2 volumes, 1995.

hebdomadaires ou mensuels et spécifiques à un sport en particulier. Il possède également son site web qui est gratuit <https://www.lequipe.fr>. Les articles concernant la Ligue 2 sont rédigés par Laurent Grandcolas.

Concernant le chemin de fer du journal, ce dernier répond à une toute autre logique, celle de la popularité des sports et de l'importance des événements. Généralement, c'est le football qui occupe la majorité de la place. De nombreuses pages sont consacrées à la Ligue 1, certaines équipes sont davantage traitées que d'autres, c'est le cas du Paris-Saint-Germain mais aussi des clubs tels que l'Olympique Lyonnais, l'Association Sportive de Monaco ou encore l'Olympique de Marseille. Les pages destinées à la Ligue 2 sont peu nombreuses. Nous pouvons retrouver ensuite des sports moyennement développés : le tennis, le handball, le cyclisme, le sport auto, le basketball puis d'autres sports qui sont traités partiellement, à l'instar du Hockey sur glace, de la natation mais aussi de l'escrime. Cependant, cet ordre est susceptible de changer en fonction des événements. Le cyclisme, devient le sport numéro un lors du Tour de France par exemple, de même que le tennis pour le tournoi de Roland-Garros ou encore la natation pendant les Jeux Olympiques.

IV. Méthodologie

1. Contextualisation de l'analyse de contenu

Laurence Bardin tente de définir l'analyse de contenu de la manière suivante : « *L'analyse de contenu est un ensemble de technique d'analyses des communications. Il ne s'agit pas d'un instrument mais d'un éventail d'outils ; ou plus précisément d'un même outil mais marqué par une grande disparité dans les formes et adaptable à un champ d'application très étendu : les communications* ». En effet, l'analyse de contenu permet de mettre à jour des éléments cachés, de faire ressortir des aspects, jusque-là ignorés.²⁸

De nombreux autres scientifiques ont tenté de définir l'analyse de contenu. Le premier à aborder cette notion en 1948 est le sociologue Américain Bernard Berelson, spécialiste de l'analyse des phénomènes de communication et d'opinion

²⁸ - Bardin Laurence, « *L'analyse de contenu* », Vendôme, 2003

en science politique²⁹, « *L'analyse de contenu est une technique de recherche servant à la description objective, systématique et quantitative du contenu manifeste des communications* ». En d'autres termes, ce procédé a pour objectif de quantifier, d'évaluer les messages qui sont présents dans un corpus.³⁰

Si l'analyse de contenu a été mise en place il y a plusieurs dizaines d'années pour l'étude des faits dans le domaine de la communication, les chercheurs se disputent encore sa définition. A contrario de celle de Berelson qui a suscité un bon nombre de critiques, Jean de Bonville estime que « *L'analyse de contenu est une famille de procédés spécialisés servant à la collecte, à la description et au traitement des données.* » Si Berelson pensait l'analyse comme un procédé unique, pour de Bonville « *l'analyse de contenu n'est pas une technique unique mais plutôt un amalgame de techniques s'apparentant les unes aux autres* ». ³¹

Ce mémoire est donc construit à partir de ce cadre théorique. Il combinera à la fois l'aspect quantitatif et l'aspect qualitatif. Pour nos deux analyses, celle de la couverture médiatique du HAC et celle de l'étude comparative de l'affaire Ajaccio - Le Havre, nous avons dans un premier temps, employé la méthode de l'analyse quantitative afin de mettre en évidence des fréquences de parution et dans un second temps, nous avons utilisé la méthode de l'analyse qualitative afin de faire ressortir les choix décidés par les auteurs et les rédactions.

Dans notre étude sur l'analyse de la couverture médiatique du HAC dans le quotidien *Paris Normandie*, sont quantifiés les articles sur l'équipe professionnelle pour les quatre périodes analysées, par taille et par types d'articles. Le nombre de Unes est également quantifié pour les différentes périodes. L'ensemble des données qui a été obtenue est regroupé sous forme de tableaux et de graphiques. Cette analyse a pour but de rendre compte du regard et de l'importance donnée par la presse régionale au club, pour la saison 2018-2019.

La seconde partie reprend l'analyse qualitative. L'objectif est de qualifier la manière dont l'équipe du Havre est mentionnée dans la presse sur l'ensemble de l'année 2018-2019. Cette analyse permet de faire ressortir des informations sur le traitement journalistique régional réservé au club.

²⁹ - Définition disponible sur <http://www.larousse.fr/encyclopedie/personnage/Berelson/108436>

³⁰ - Bernard Berelson, *Content Analysis in Communication Research*, New York, Hafner Publ., 1971. Cité par Jean de Bonville, *L'analyse de contenu des médias*, Bruxelles, De Boeck, 2000

³¹ - De Bonville Jean, « *L'analyse de contenu des médias* », Bruxelles, 2006,

Dans notre seconde étude qui porte sur la couverture de l'affaire Ajaccio - Le Havre dans les quotidiens *Paris Normandie*, *Corse-Matin* et *L'Equipe*, sont quantifiés les articles sur l'événement, par journaux, par jour, par rubriques et par types d'articles. Le nombre de Unes est également quantifié en fonction des journaux et des jours. Les données obtenues ont été regroupées sous forme de tableaux et de graphiques. Cette analyse permet d'apporter des éléments sur l'importance de l'affaire dans la presse régionale et nationale.

Pour ce qui est de l'analyse qualitative, l'objectif est de qualifier la façon dont les événements ont été traités par les trois quotidiens. Nous nous sommes concentrés sur les thèmes abordés, les photographies utilisées, les intervenants mentionnés ainsi que sur les éléments textuels concernant les incidents et les informations relatives à la LFP.

2. Méthodologie de la couverture médiatique du Havre Athletic Club

2.1. Périodes analysées

Après avoir sélectionné le quotidien *Paris Normandie* sur lequel nous allons effectuer les analyses d'articles de notre première partie, il est essentiel de délimiter une période d'étude précise. Une étude systématique d'une saison de football complète aurait été plus pertinente mais cela aurait été difficile à réaliser en vu du temps que nous disposions. C'est pourquoi, nous avons fait le choix de sélectionner des périodes bien définies, dispersées dans le temps. Afin de rendre compte de la réalité du regard régional sur la diffusion de l'information concernant le club du HAC et éviter toute spécificité, anomalie, particularité ou exceptionnalité d'une période ou d'un événement qui pourrait en bouleverser son traitement, nous avons fait le choix de sélectionner, de manière non aléatoire, quatre semaines de parution du journal *Paris Normandie*. Nous avons souhaité analyser des articles de la saison 2018-2019, une saison ordinaire pour le club sans événement particulier. Le club n'a pas connu de succession de défaites ou d'enchaînement de victoires. En avril, le HAC a entretenu un léger espoir d'atteindre la cinquième place et de ce fait, d'effectuer les barrages de promotion. Un suspens de courte durée, puisqu'en mai, le sort du club est définitivement scellé, les Havrais n'accéderont pas à la Ligue 1. Ainsi, la saison 2018-2019 se prêtait tout particulièrement à notre analyse. Nous avons découpé la saison du HAC en quatre périodes de huit jours de parution qui correspondent à des

moments clefs de la saison : le début de championnat, l'avant trêve hivernale, le milieu de la saison et la fin du championnat. Notre analyse a de ce fait suivi la progression du club durant la saison.

- La première semaine choisie est celle du vendredi 28 juillet 2018 au vendredi 4 août 2018. Elle correspond à la semaine suivant la première journée du championnat de Ligue 2.
- La seconde correspond à la semaine suivant la 17^{ème} journée de championnat, Le HAC - Châteauroux, du lundi 4 décembre au lundi 11 décembre. Période qui correspond à la fin de la première partie de saison pour le club.
- La troisième période choisie est celle du jeudi 15 février au jeudi 22 février, semaine qui suit le match Le Havre - Nancy de la 25^{ème} journée de championnat de Ligue 2.
- La dernière semaine analysée est celle du jeudi 25 avril au 2 mai, semaine qui succède au match Châteauroux - Le Havre, 35^{ème} journée du championnat de Ligue 2.

2.2. Développement de la méthodologie utilisée pour l'analyse de la couverture médiatique du HAC dans *Paris Normandie*

Dans son entièreté, le premier corpus est constitué de 28 numéros à analyser. Toute cette documentation est disponible par différents biais. Le premier, les archives municipales du Havre qui se situent au Fort de Tourneville. L'ensemble des numéros papiers du quotidien *Paris Normandie* est archivé depuis sa parution en 1945. D'autres moyens nous ont permis de travailler plus facilement. Afin d'obtenir des versions numériques et imprimables des numéros, nous sommes entrés en contact avec Christophe Houel, passionné du HAC, qui possède une collection très importante d'archives sur le sujet. Ce dernier nous a envoyé de nombreux articles dont nous avons besoin. Enfin, nous avons acquis les numéros manquants à l'aide du site internet e-presse.fr.

Afin de réaliser notre analyse, nous avons utilisé la méthode de l'analyse de contenu et procédé à une catégorisation. D'après la définition de Laurence Bardin, la catégorisation est une opération qui vise à établir des « *catégories qui rassemblent un groupe d'éléments partageant des caractères communs, selon des critères préalablement définis* ». Sur cette base, nous avons mis en place des catégories, après avoir étudié nos corpus. Ces différentes catégories vont être rangées dans une grille d'analyse, elle aussi construite par nos soins. Ces grilles

d'analyse sont détaillées dans la suite de notre travail. Dans ces catégories, nous répartissons les éléments que nous rencontrons dans les articles, selon la démarche suivante :

- Rechercher dans chaque numéro du quotidien choisi tous les articles qui traitent de l'équipe professionnelle du Havre.
- Compléter les grilles de volume et de contenu préconçues avec les données relatives à l'article.
- Afin d'éviter les doublons et de fausser les résultats lors du codage des catégories, un « / » a été mentionné dans les catégories remplies préalablement.

Grille d'analyse de données

Nous avons choisi d'analyser nos données à l'aide du logiciel Excel. Ce dernier est souvent utilisé par les chercheurs, il est facile à manipuler, et il est possible de réaliser de manière simple des tableaux croisés. Ainsi, il convient parfaitement pour notre travail, étant donné que nous sommes en présence de plusieurs dizaines d'articles. Nous avons nos deux grilles d'analyse sur deux feuilles avec le programme Excel. La première est la grille d'analyse de volume des articles, la deuxième est dédiée à l'analyse de contenu des articles³².

L'ensemble des données est collecté, puis réparti dans les différentes catégories mises en place préalablement dans notre grille d'analyse. Sur la base de la méthode de Laurence Bardin, les cases sont à remplir à l'aide d'unités d'enregistrement « *C'est l'unité de signification à coder. Elle correspond au segment de contenu à considérer comme unité de base en vue de la catégorisation (...) L'unité d'enregistrement peut être de nature et de taille très variables* » ainsi qu'à l'aide d'unité de contexte « *unité de compréhension pour coder l'unité d'enregistrement. Elle correspond au segment du message de taille (supérieure à l'unité d'enregistrement)* »

Dans notre travail, l'unité d'enregistrement équivaut à l'article analysé. Par article, nous entendons articles connexes, c'est à dire qu'il peut arriver que les articles soient regroupés sous un même dossier et forment un ensemble. Nous avons donc décomposé ces ensembles afin d'étudier chaque article de manière disparate. L'unité de contexte, correspond au numéro de journal. L'objectif ici, n'est pas d'appliquer à la lettre les méthodes employées et établies par d'autres chercheurs. Comme l'a expliqué Laurence Bardin « *Il n'y a pas de prêt-à-porter en analyse*

³² - Voir annexes 2 et 3

de contenu »³³, nous allons nous appuyer sur diverses méthodes et nous les approprier.

Grille d'analyse de volume:

- **L'unité d'enregistrement** : À chaque article est défini un code (U1;U2..)
- **Journal** : Le nom du journal étudié (*Paris Normandie* dans notre cas)
- **Jour** : il s'agit ici de mentionner le jour, cela permettra de réaliser des statistiques comparatives en fonction du jour de parution et de savoir si les articles sont plus nombreux la semaine ou le week-end.
- **Période** : Les quotidiens paraissent chaque jour. On trouve systématiquement sur le bandeau en Une du journal la date du jour. Dans notre cas, nous avons choisi de regrouper les dates en quatre périodes. La première semaine choisie est celle du 28 juillet 2018 au 4 août 2018. La seconde période est celle du 4 décembre 2018 au 11 décembre 2018. La troisième semaine choisie est celle du 15 février 2019 au 22 février 2019 et la dernière semaine analysée est celle du 25 avril 2019 au 2 mai 2019.
- **Auteur** : Le nom du journaliste qui a écrit l'article.
- **Une** : Cette catégorie permet de mentionner si le sujet a fait la Une du journal. Si c'est le cas, l'emplacement de l'information sur la Une sera mentionné. Bandeau, ventre, oreillette, tribune, sous-tribune, manchette, ou encore pied de page.
- **Type d'article** : Cette catégorie reprend les différents genres journalistiques qui sont présents dans l'ensemble des numéros étudiés. Cela permettra de savoir quel genre revient le plus souvent, et quels sont les types d'articles proposés aux lecteurs. Nous recensons 8 types d'articles : les brèves, les filets, les interviews, les analyses, les portraits, les présentations d'avant-matches, les comptes rendus, et les suivis.
- **Taille** : Cette catégorie permet de déterminer la taille de l'article. Elle est à mettre en corrélation avec la catégorie précédente. On considère qu'un article court équivaut à moins de la moitié d'une page, cela correspond souvent aux brèves et filets. Les articles moyens équivalent à une demie-page et qu'un article long équivaut à une page ou plus. De cette façon, nous pouvons analyser concrètement la place accordée au sujet dans le journal.

³³ - Bardin Laurence, « *L'analyse de contenu* », Vendôme, 2003

Grille d'analyse de contenu:

- **L'unité d'enregistrement** : À chaque article est défini un code (U1;U2..).
- **Journal** : Le nom du journal étudié.
- **Période** : Idem à la première grille.
- **Date** : Cette catégorie correspond à la date de parution du numéro.
- **Sujet** : Il s'agit ici de mentionner le thème général de l'article. Les thèmes ont été eux aussi établis par nos soins après étude du corpus. Il nous permettra de connaître les tendances qui paraissent le plus. Au nombre de 6, nous trouvons les thèmes suivants : Championnat, Coupe de France, Le HAC en général, Focus joueur, Mercato et Supporteurs.
- **Intervenant** : Par intervenant nous entendons toute personne qui s'exprime dans les articles recensés, interviews, déclarations et citations. Comme pour les deux catégories précédentes, des groupes d'intervenants ont été créés afin de pouvoir les classer précisément. Nous en recensons 6 : Joueurs, Coach, Staff, Direction, Equipe adverse, et une catégorie « Autres » a été créée afin d'y mettre toutes les intervenants qui apparaissent une seule fois.
- **Ton** : Il s'agit ici de rendre compte de l'investissement du journaliste et du ton qu'il donne à l'article de manière générale. Nous nous sommes basés sur les méthodes d'analyse qualificatives de Jules Gritti détaillées dans son ouvrage *Sport à la Une*. L'auteur répertorie les termes qualificatifs (adjectifs, adverbes, nominalisation) qu'il classe selon trois registres : positif, négatif ou neutre. Nous allons donc appliquer cette méthode et recenser l'ensemble des termes, les étudier puis les classer avant d'en dégager le ton. En regard de notre problématique, cette catégorie est importante puisqu'elle nous permettra de savoir à quel point et de quelle façon le journaliste peut être impliqué.

3. Méthodologie de l'étude comparative de l'affaire Ajaccio-Le Havre

3.1. Période analysée

Pour analyser la couverture de cette affaire, nous avons fait le choix de travailler sur la période d'une semaine. En nous basant sur la méthode utilisée pour l'analyse précédente de la couverture médiatique du HAC dans la presse quotidienne régionale, à savoir, débiter par l'analyse des articles publiés la veille

de la rencontre entre Ajaccio et Le Havre, soit le jeudi 17 mai 2018 et la terminer le jeudi 24 mai 2018, huit jours complets. De cette manière, nous pourrions constater l'évolution et les disparités de traitement de l'affaire par les trois quotidiens : *Paris Normandie*, *Corse-Matin* et *L'Equipe*.

3.2. Développement de la méthodologie utilisée pour l'étude comparative de la couverture de l'affaire Ajaccio-Le Havre

Notre deuxième corpus est basé sur 24 numéros à analyser. Comme détaillé plus haut, nous nous sommes procuré les numéros du journal *Paris Normandie* par différents moyens : les archives municipales de la ville du Havre pour la version papier, à l'aide de Houel Christophe archiviste amateur et sur le site e-presse.fr pour les versions numériques. Les numéros du quotidien *Corse-Matin* étaient quant à eux disponibles sur le site des archives du journal <http://corsematin.pressedd.com/> ainsi que celui de e-presse.fr. Il était impossible de se procurer les versions papiers, de ce fait les versions numériques ont été imprimées. Enfin, le journal *L'Equipe* est disponible en version numérique sur la base de donnée d'information europresse.com.

Au niveau régional, le choix des quotidiens *Paris Normandie* et *Corse-Matin* ont été une évidence, puisqu'il s'agit des principaux quotidiens de la région Normandie et de la région Corse. Au niveau national, nous avons fait le choix d'analyser uniquement le journal *L'Equipe* puisqu'il est le seul quotidien sportif français et qu'il est, en matière de sport, une référence.

Pour réaliser notre analyse, nous nous sommes basé sur la même méthode que pour le premier corpus. À savoir, l'analyse de contenu et le processus de catégorisation. Dans la même optique que la précédente analyse, nous avons construit plusieurs catégories. Celles-ci sont ensuite réparties dans des grilles d'analyse, que nous avons mis en place. Nous les détaillons plus loin.

Dans ces catégories, nous répartissons les éléments que nous trouvons dans les articles selon la démarche suivante :

- Rechercher dans chaque numéro des quotidiens choisis, tous les articles qui traitent de l'affaire Ajaccio - Le Havre
- Compléter les grilles d'analyse de volume et de contenu préconçues avec les données relatives au numéro et à l'article
- Afin d'éviter les doublons et de fausser les résultats lors du codage des

catégories, un « / » a été mentionné dans les catégories remplies auparavant.

Grille d'analyse de données

Nous avons là aussi choisi d'utiliser le logiciel Excel pour analyser nos données, pour les mêmes raisons qui ont été évoquées précédemment. Nous avons nos deux grilles d'analyse sur deux feuilles. La première est la grille d'analyse de volume des articles, la seconde est pour l'analyse de contenu.³⁴

Les grilles d'analyse sont construites dans le but de rendre compte de l'importance accordée à l'affaire Ajaccio - Le Havre et la manière dont cette dernière a été traitée dans les quotidiens régionaux *Paris Normandie* et *Corse-Matin* ainsi que dans le quotidien national sportif *L'Equipe*.

Comme pour la première analyse, l'ensemble des données est collecté au moyen d'un processus de catégorisation. Sur la base de la méthode de Laurence Bardin, les cases sont à remplir à l'aide d'unités d'enregistrement et de l'unité de contexte. Eléments qui ont été définis précédemment. L'unité d'enregistrement équivaut à l'article analysé. Par articles, nous entendons articles connexes, ceci a déjà été explicité plus haut dans notre travail. L'unité de contexte correspond au numéro de journal.

Grille d'analyse de volume:

- **L'unité d'enregistrement** : À chaque article est défini un code (U1; U2..)
- **Journal** : Le nom des journaux étudiés (*Paris Normandie*, *Corse-Matin* et *L'Equipe*)
- **Date** : Cette catégorie correspond à la date de parution du numéro.
- **Auteur** : Le nom du journaliste qui a écrit l'article.
- **Une** : Cette catégorie permet de mentionner si le sujet a fait la Une du journal. Si c'est le cas, l'emplacement de l'information sur la Une sera mentionné. Bandeau, ventre, oreillette, tribune, sous-tribune, manchette, ou encore pied de page.
- **Type d'article** : Cette catégorie reprend les différents genres journalistiques qui sont présents dans l'ensemble des numéros étudiés. Cela permettra de savoir quel genre revient le plus souvent, et quels sont les types d'articles proposés aux lecteurs. Nous recensons 8 types d'articles : les Brèves, les filets, les interviews, les analyses, les portraits, les présentations d'avant-matches, les comptes rendus, et les suivis.

³⁴ - Voir annexes 4 et 5

- **Rubrique et page** : Il s'agit de savoir où est située l'information de l'objet étudié dans le journal. Les trois journaux ont un chemin de fer bien particulier. Les deux quotidiens régionaux sont sensiblement constitués de la même façon mais sont très différents du quotidien sportif *l'Equipe*. De ce fait, nous avons donc fait le choix pour les deux quotidiens régionaux de classer les articles dans deux catégories : les informations générales (corses ou normandes) et les pages sports. Concernant le journal *l'Equipe*, le découpage a été plus compliqué. Comme nous l'avons expliqué dans la partie contextualisation, il s'organise en fonction de la popularité des sports et de l'importance des événements. Il n'y a pas de rubrique et l'ordre est susceptible de changer. De ce fait nous avons décidé de découper le journal en trois parties. Il compte environ 30 pages, les pages 0 à 10 correspondent au début du journal, les pages 11 à 20, au milieu du journal et les pages 21 à 30, à la fin du journal.
- **Taille** : Cette catégorie permet de déterminer la taille de l'article. Elle est à mettre en corrélation avec la catégorie précédente. On considère qu'un article court équivaut à moins de la moitié d'une page, cela correspond souvent aux brèves et filets. Les articles moyens équivalent à une demi-page et un article long équivaut à une page ou plus. De cette façon, nous pouvons analyser concrètement la place accordée au sujet dans le journal.

Grille d'analyse de contenu:

- **L'unité d'enregistrement** : À chaque article est défini un code (U1; U2..).
- **Journal** : Le nom des journaux étudiés. Idem à la première grille.
- **Date** : Cette catégorie correspond à la date de parution du numéro.
- **Sujet** : Il s'agit ici de mentionner le sujet général de l'article. Les sujets ont été eux aussi établis par nos soins après études du corps. Au nombre de 9, nous trouvons : Première rencontre, Décision LFP, Enquête LFP, Incidents, L'ACA en général, L'affaire en générale, Le HAC en général, Rencontre reportée, Stade et supporters. Il nous a permis de classer l'article selon un thème bien précis. Il nous permettra de connaître les tendances qui paraissent le plus.
- **Photographie** : Cette catégorie nous permet de classer ce qui apparaît sur les photos. Différents types de photographies ont été recensés, permettant ainsi de classer les photos qui paraissent avec les articles. Nous avons

regroupé 13 types de photos : Bagarre joueurs, Car havrais, Direction d'Ajaccio, Direction du HAC, Direction des clubs, Joueurs, Joueurs ajacciens, Joueurs havrais, Membres organismes du football, Personnalité(s) Politique(s) havraise(s), Staff ajaccien, Staff havrais, Supporteurs, une catégorie « Autres » a été créée afin d'y mettre toutes les personnes qui apparaissent une seule fois sur les photographies.

- **Intervenant** : Par intervenant nous entendons toute personne qui s'est exprimée aux quotidiens, interviews, déclarations et citations. Comme pour les deux catégories précédentes, des groupes d'intervenants ont été créés afin de pouvoir les classer précisément. Nous en recensons 11 : Dirigeant(s) ajaccien(s), Dirigeant(s) havrais, Joueur(s) ajaccien(s), Joueur(s) havrais, la LFP, Personnalité(s) politique(s) corse(s), Personnalité(s) politique(s) havraise(s), Personnalité(s) juridique(s), Staff ajaccien, Staff havrais, et une catégorie « Autres » a été créée afin d'y mettre toutes les intervenants qui apparaissent une seule fois.

4. Contextualisation de l'analyse de contenu des entretiens

Après avoir effectué nos analyses de contenu sur les articles de journaux, nous avons fait le choix d'utiliser d'une autre méthode afin d'étudier les rapports entre journalistes et footballeurs et la communication du club et des joueurs, celle de l'entretien.

« Les enquêtes qualitatives consistent à interroger un petit nombre de personnes, qui s'expriment longuement, par entretien (...) A partir des paroles recueillies, on peut élaborer des conclusions sur les modes de raisonnement et les logiques à l'oeuvre dans différentes catégories de population. »³⁵

Durant les années 70, l'usage de l'entretien dans le domaine des sciences sociales s'est généralisé, peu d'ouvrages à cette époque traitaient d'une réflexion méthodologique sur le sujet.

En 1974, dans *L'analyse de Contenu des Documents et Communications*, Roger Mucchielli présente les méthodes de recherche d'informations dans un texte. Le chercheur évoque les outils qui permettent de résister aux risques de subjectivité et d'interprétations. Une place importante est accordée aux conditions à respecter pour réussir une analyse de contenu, à savoir : l'objectivité, l'exhaustivité, la

³⁵ - Pierre Bréchon (dir.), *Enquêtes qualitatives, enquêtes quantitatives*, PUG, 2011

méthode et la mesure.³⁶ Quelques années plus tard, Alain Blanchet et un collectif de chercheurs parisiens signent en 1985 « *L'entretien dans les sciences sociales* ». L'ouvrage porte sur l'entretien non-directif de recherche et met l'accent sur les effets de l'interaction qui se mettent en place entre l'intervieweur et l'interviewé.³⁷ En 1993, Madeleine Grawitz publie « *Méthode des sciences sociales* ». Son ouvrage aborde les différentes méthodes proposées pour l'étude des faits et évoque les instruments techniques (vivants et documentaires) à la disposition des chercheurs dont l'analyse de contenu. Une large partie de son manuel est dédiée aux types d'enquêtes ainsi qu'aux précautions à prendre lors de la réalisation de celles-ci.³⁸

Il existe de nombreux ouvrages qui traitent de la méthodologie de l'analyse de contenu des entretiens. Cependant, selon les chercheurs Didier Demazière et Claude Dubar ces recherches n'évoquent pas de méthodologies approfondies. Dans leur manuel, *Analyser les entretiens biographiques*, ces derniers proposent une démarche nouvelle, ils y détaillent l'ensemble des étapes du traitement. Ils remettent notamment en question la posture illustrative. Selon les deux chercheurs, celle-ci, présente dans de nombreux travaux, consiste à réaliser un usage sélectif des dires des personnes interviewées et conduit souvent les chercheurs à paraphraser. Didier Demazière et Claude Dubar remettent également en question la posture restitutive. A l'opposé de la précédente, cette démarche a pour but de restituer l'intégralité de l'entretien au lecteur. Pour les deux chercheurs, l'aspect analytique de cette posture est faible. Didier Demazière et Claude Dubar proposent donc une tout autre démarche analytique, ils accordent davantage d'importance à la parole et aux données de terrain. Ils s'intéressent aux structures du langage dont il donne la définition suivante « *Un processus par lequel le réel se constitue pour nous comme « milieu » dans l'unité et la pluralité de son activité signifiante.* ». Ils ont mis en place une méthode d'analyse d'entretiens biographiques. Selon les auteurs, il est nécessaire d'effectuer une retranscription intégrale des entretiens et d'ensuite prendre en considération trois niveaux d'analyse du récit : Le niveau des fonctions : Les séquences. Le niveau des actions : Les actants (Les personnages mis en scène dans le récit) ainsi que le

³⁶ - Mucchielli, Roger. – *L'analyse de contenu des documents et des communications*. – Paris : E.S.F., 1974.

³⁷ - Mayer Nonna. Blanchet Alain et alii, *L'entretien dans les sciences sociales*. In: *Revue française de sociologie*, 1987, 28-1. pp. 160-164.

³⁸ - *Méthodes des sciences sociales* Madeleine Grawitz, 1993 (9^e éd.). In: *Droit et société*, n°25, 1993. Les produits juridiques de l'appareil judiciaire comme objet sociologique. p. 588.

niveau de la narration : Les propositions argumentaires (destinées à convaincre l'interlocuteur).

5. Méthodologie de l'analyse des entretiens

5.1. **Elaboration du questionnaire**

La méthodologie utilisée pour la dernière partie de ce mémoire est donc celle de l'enquête qualitative, réalisée à l'aide de guides d'entretien. D'après Jones, le guide d'entretien reste le moyen le plus efficace d'obtenir des informations, « *Pour recueillir des informations, l'un des moyens les plus commodes consiste simplement à interroger quelqu'un qui sait ce que vous avez envie de savoir* »³⁹.

L'ensemble des interviews suit la logique de l'entretien semi-directif. « *Un entretien semi-dirigé est identifié par la présence de deux caractéristiques : il produit de la part de l'interviewé un discours qui n'est pas linéaire, ce qui signifie que l'intervieweur réoriente l'entretien à certains moments ; les interventions de l'intervieweur ne sont pas toutes prévues à l'avance. Tout au plus, celui-ci prévoit il quelques questions importantes, ou quelques points de repère. L'entretien semi-dirigé est en partie directif (au niveau des thèmes, des objets sur lesquels on veut recueillir des informations), et en partie non directif (à l'intérieur des thèmes)* »⁴⁰

Notre volonté, durant les entretiens, était de laisser les interviewés s'exprimer, sans les restreindre tout en les guidant et en les recadrant si nécessaire. Le but était de laisser au maximum la parole au sujet.

Pour réaliser nos guides d'entretiens, nous avons déterminé un ensemble de thèmes à aborder : les rapports footballeurs journalistes, la couverture du HAC, la communication du club, les joueurs sur les réseaux sociaux. Une fois les thèmes définis, nous avons formulé un ensemble de questions et de sous-questions. En fonction des réponses recueillies, d'autres questions sont construites spontanément. Ces dernières étaient ouvertes et classées par thèmes mais sans ordre prédéfini. Les guides d'entretiens et les thèmes évoluent en fonction du statut des personnes interrogées. Cette démarche a finalement donné lieu à six guides d'entretiens.⁴¹

³⁹ - Jones Russel A, Burnay Nathalie, Servais Olivier, « Chapitre 5. L'entretien », dans : , *Méthodes de recherche en sciences humaines*. sous la direction de Jones Russel A. Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, « Méthodes en sciences humaines », 2000, p. 137-167. URL : <https://www.cairn.info/methodes-de-recherche-en-sciences-humaines--9782804128005-page-137.htm>

⁴⁰ - De Ketele Jean-Marie et Roegiers Xavier, *Méthodologie du recueil d'informations*, Ed. Expérimentale, De Boeck-Bruxelles, 1991

⁴¹ - Voir annexe 6 à 11

5.2. Choix et caractéristiques de l'échantillon

Après avoir posé nos différents choix méthodologiques, il nous restait à trouver des individus prêts à répondre à nos questions et à partager leur récit. Au vu des sujets que nous souhaitons analyser, les rapports entre footballeurs et journalistes et la communication du club et des footballeurs, nous devons trouver des aspirants journalistes sportifs régionaux, footballeurs professionnels du HAC, membres du club, supporters havrais et des acteurs du monde du football qui sont confrontés ou qui ont été confrontés à l'un de ces deux sujets au cours de leur carrière ou de leur vie.

Concernant le choix des personnes interrogées, nous avons posé plusieurs conditions. Dans un souci de diversité, nous souhaitions entrer en contact avec des journalistes aux parcours hétéroclites, venant d'au moins deux médias différents. Autre condition, nous voulions interviewer un journaliste qui débute sa carrière (âgé de moins de 30 ans), un journaliste qui est en activité depuis quelques années (âgé de 30 et 40 ans) et un journaliste qui exerce depuis de nombreuses années, (âgé de plus de 40 ans). Tous, devaient être en charge de couvrir le HAC, ou avoir déjà couvert le club à un moment donné de leur carrière.

Une logique également suivie pour la sélection des supporters interrogés. Nous voulions des supporters impliqués dans la vie du club, provenant de générations différentes et qui suivent assidûment l'actualité du club.

Les mêmes conditions ont été posées pour le choix des footballeurs, nous voulions un joueur qui soit en fin de carrière et un joueur qui exerce depuis plusieurs années, afin d'obtenir des récits d'expériences variées. Nous souhaitions également que l'un d'entre eux, soit passé par le centre de formation du HAC.

Afin d'avoir un point de vue d'ensemble sur nos sujets, nous avons la volonté de réaliser au minimum deux entretiens avec des membres du club, occupant des postes différents.

Notre échantillon final est composé de 12 participants, 2 femmes et 10 hommes âgés de 25 ans à 47 ans. Trois d'entre eux sont des journalistes sportifs, quatre supporters havrais, deux footballeurs professionnels du HAC, une chargée de presse, et des réseaux sociaux du club, un responsable du centre de formation du HAC et de la communication et un directeur sportif également joueur retraité.

Tableau n°2 : Composition de l'échantillon

Nom	Prénom	Rôle
Journalistes		
Donckele	Benoit	Journaliste sportif <i>Paris Normandie</i>
Gallais	Luc	Journaliste sportif <i>Paris Normandie</i>
Queneutte	Bertrand	Journaliste sportif France Bleu Normandie
Membres du club du HAC		
Maillot	Clémentine	Chargé des relations presse, du marketing et des réseaux sociaux
Ortiz	Frédéric	Directeur administratif du Centre de formation et communication
Revault	Christophe	Directeur sportif et ancien joueur
Footballeurs du HAC		
Balijon	Arnaud	Joueur de football (gardien de but)
Lekhal	Victor	Joueur de football (milieu de terrain)
Supporteurs du HAC		
Detivelle	Olivia	Ex-présidente Kop Ciel et Marine
Dutot	Cédric	Supporteur référent Kop Barbarians
Hedouin	Florian	Membre de la fédération des supporters
Simon	Yann	Créateur et Porte-parole Kop Barbarians

5.3. Déroulement des entretiens

Les entretiens ont été effectués entre le mois de février 2019 et le mois de mai 2019. Cette longue période peut se justifier par la difficulté à entrer en contact avec le club du Havre. Nous les avons contacté à la fin du mois de mars et nous avons obtenu une réponse positive au cours du mois d'avril. Réussir à pénétrer un club sportif de haut niveau et entrer en contact avec des joueurs de football n'est pas une chose simple et cela a représenté l'une des principales difficultés de ce mémoire.

Onze des entretiens ont été réalisés en face-à-face, c'était l'un de nos souhaits car il est plus aisé de cette façon d'obtenir des réponses pertinentes et nuancées. Cependant, un entretien a dû être effectué par téléphone, à la demande d'une personne.

Afin que nos interlocuteurs soient à l'aise et favorables à l'échange, nous les avons laissé libre de choisir le jour, l'horaire ainsi que le lieu de rendez-vous. Les entretiens se sont donc déroulés à plusieurs endroits : domiciles, cafés, bureaux, salle de presse.

L'unique condition que nous avons imposé à nos interviewés était l'enregistrement audio des dialogues. Une volonté qui s'explique par le choix de notre méthode d'analyse des entretiens. En effet, enregistrer les entretiens, nous permettra de transcrire la totalité des dialogues et de ce fait, réaliser par la suite une analyse théorique en relation avec notre sujet d'enquête. Cela permet également de ne pas prendre de notes et ainsi de rester concentrés sur les dires des interlocuteurs. « *La prise de notes systématique en cours d'entretien nous semble par contre à éviter autant que possible. Elle distrait aussi bien l'intervieweur que l'interviewé qui ne peut s'empêcher de considérer l'intensité de la prise de notes comme un indicateur de l'intérêt que son interlocuteur porte à sa conversation. En revanche, il est très utile et sans inconvénient de noter de temps à autre quelques mots destinés simplement à structurer l'entretien : points à éclaircir, questions sur lesquelles il faut revenir, thèmes qui restent à aborder, etc.* ».⁴²

5.4. L'analyse des entretiens

Après avoir effectué l'entièreté des interviews et de les avoir rigoureusement retranscrites, nous devons, dès lors, choisir une méthode d'analyse de contenu. Nous avons fait le choix de l'analyse d'entretiens par catégorisation. Une méthode qui selon Gérard Derèze, « *consiste à appliquer aux textes retenus un traitement permettant d'accéder à une signification non immédiatement visible (notamment par le biais de dénombrements) qui –tout en le présentant sous une forme différente – n'en dénature pas le contenu initial* ». Dès lors, nous devons mettre en place une catégorisation « *capable de respecter la richesse du matériau de départ, tout en l'ordonnant, en le structurant, en le subsumant* ».⁴³ Le but de la catégorisation est d'alléger le corpus de travail tout en y conservant les éléments essentiels. Son principe consiste à mettre au point un système de catégories qui vont permettre d'organiser, ordonner et structurer le corpus. Pour ce faire, le chercheur doit imaginer des catégories « *ni trop générales, ni trop précises* » et qui soient en lien avec la problématique.⁴⁴

⁴² - Quivy Raymond, Van Campenhoudt Luc, Manuel de recherche en sciences sociales. 2006.

⁴³ - Dereze, Gérard, Méthodes empiriques de recherche en communication, Bruxelles. 2009. 256p.

⁴⁴ - IDEM.

Nous avons donc mis en place 7 catégories : les rapports entre les journalistes régionaux et footballeurs du Havre et le club; Les rapports entre les journalistes nationaux et footballeurs du Havre et le club; La couverture du HAC dans la presse régionale ; La couverture du HAC dans la presse nationale; La communication du club; Les joueurs face aux médias et l'utilisation des réseaux sociaux par les footballeurs. ⁴⁵

La réalisation de l'analyse, dès lors, est rendue possible grâce à la détermination des catégories faite au préalable. Cette analyse permet de mettre en évidence les différents points de vue des personnes interrogées, de les regrouper par similarité et de les confronter. Pour chaque catégorie, une conclusion sera considérée afin d'en dégager les idées dominantes.

V. Analyse de contenu

1. Analyse de contenu de la couverture du HAC dans *Paris Normandie*

1.2. Analyse quantitative

Dans un premier temps, nous allons présenter le nombre d'articles publiés sur le HAC dans le quotidien *Paris Normandie* pour les quatre périodes analysées.

Tableau n° 3 : Nombre d'articles par période évoquant le HAC dans *Paris Normandie*

Périodes	27/07/18 au 03/08/18	03/12/18 au 10/12/18	14/02/19 au 21/02/19	25/04/19 au 02/05/19	Total	Moyenne hebdoma daire
Nombre d'articles	13	7	7	6	33	8,25

Le journal *Paris Normandie* a publié entre 6 et 13 articles au cours de ces quatre périodes. 13 articles, ont été diffusés lors de la semaine du jeudi 27 juillet 2018 au jeudi 3 août 2018. 7 articles ont été publiés lors de la samedi du 3 décembre 2018 au 10 décembre 2018. 7 articles ont également été publiés durant la semaine du 14 février 2019 au 21 février 2019. Enfin, 6 articles sont parus dans le quotidien lors de la semaine du 25 avril 2019 au 2 mai 2019. Au total, 33 articles ont été publiés

⁴⁵ - Voir annexes 6 à 11

sur l'ensemble des périodes analysées. La moyenne de publication est de 8,25 articles par semaine.

Ensuite, les premiers résultats sont croisés, afin de déterminer le nombre d'articles publiés par période en fonction des jours de la semaine.

Tableau n° 4 : Nombre d'articles publié par *Paris Normandie* traitant du HAC en semaine et le week-end

	Semaine (Lundi-Jeudi)	Week-end (Vendredi-Dimanche)
27/07/18 au 03/08/18	5	8
03/12/18 au 10/12/18	3	4
14/02/19 au 21/02/19	3	4
25/04/19 au 02/05/19	2	4
Total	13	20
Moyenne	3,25	5

Le journal *Paris Normandie* a publié, au cours des quatre périodes analysées, entre 2 et 5 articles durant la semaine, soit au total 13 articles sur le club du Havre. La moyenne de publication est de 3,25 articles en semaine.

Entre 4 et 8 articles ont été publiés, au cours des quatre périodes analysées durant le week-end, soit 20 au total. La moyenne de publication est de 5 articles le week-end.

Nous avons également quantifié le nombre de fois où le HAC a fait la Une des journaux ainsi que leur emplacement lors des quatre périodes analysées. Cette analyse permet de se faire un avis sur l'importance donnée au club par le quotidien *Paris Normandie*.

Tableau n° 5 : Nombre de Unes évoquant le HAC publiées par *Paris Normandie* au cours des quatre périodes

Période	27/07/18 au 03/08/18	03/12/18 au 10/12/18	14/02/19 au 21/02/19	25/04/19 au 02/05/19	Total	Moyenne hebdomadaire
Nombre de Unes	3	3	4	1	11	2,75

Sur l'ensemble des quatre périodes, *Paris Normandie* a évoqué le HAC en Une à 11 reprises. Soit une moyenne de 2,75 unes par semaine.

Entre le 27 juillet et le 3 août 2018, le HAC a fait la Une du journal 3 fois. A 2 occasions, l'information était située au niveau du bandeau, et une autre fois, l'information était placée au niveau du ventre de la une, une photographie était donc liée à l'information.

Entre le 3 décembre et le 10 décembre 2018, le HAC a également fait la une du journal à 3 reprises. L'information s'est retrouvée une fois au niveau du bandeau et 2 autres fois en pied de page.

Entre le 14 février et le 21 février 2019, le HAC a fait la Une du journal à 4 occasions. L'information était située à 3 reprises au niveau du bandeau et une autre fois en pied de page.

Entre le 25 avril et le 2 mai 2019, le HAC a fait la Une du journal une seule fois et c'était au niveau du bandeau.

Le bandeau est l'endroit de la Une qui revient le plus fréquemment. En effet, la rédaction de *Paris Normandie* a fait le choix à 7 reprises d'y placer un titre concernant le HAC. Nous retrouvons ensuite, le pied de page, sur l'ensemble des périodes, 3 titres y ont été placés. Enfin, l'emplacement principal de la Une, le ventre, a été choisi une seule fois pour diffuser l'information du club.⁴⁶

Ensuite nous avons analysé le nombre d'articles traitant du HAC au ton positif, neutre et négatif lors des quatre périodes analysées dans le journal *Paris Normandie*. Cette analyse permet de se faire un avis sur le degré d'implication du journaliste lors de la rédaction des articles.

Tableau n° 6 : Nombre d'articles sur le HAC au ton positif, neutre et négatif en fonction des périodes

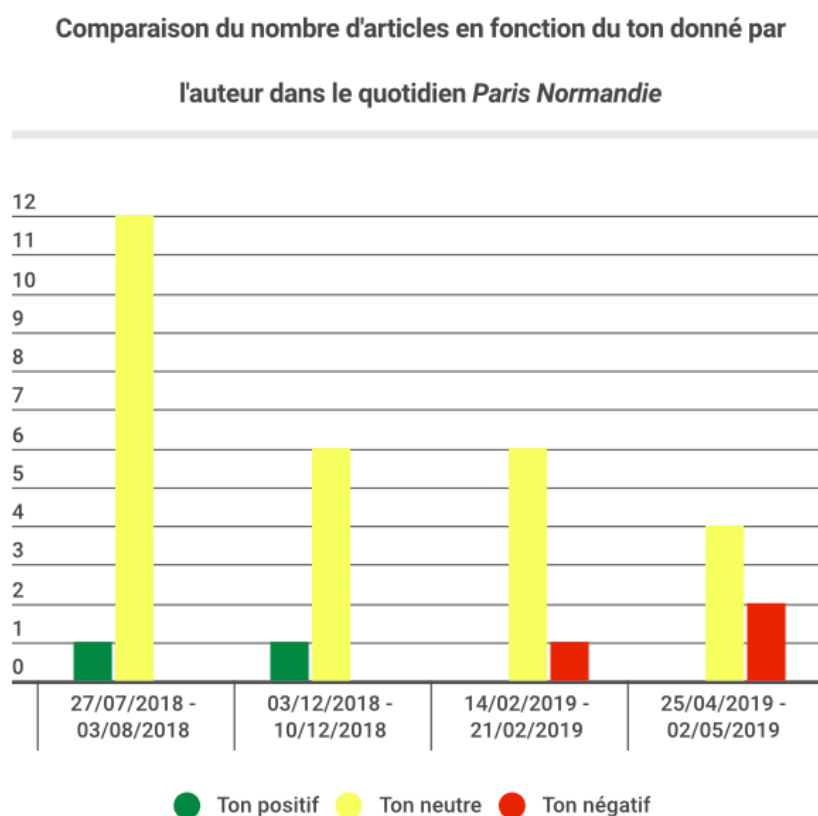
	Nombre d'articles au ton positif	Nombre d'articles au ton neutre	Nombre d'articles au ton négatif
27/07/18 au 03/08/18	1	12	0
03/12/18 au 10/12/18	1	6	0
14/02/19 au 21/02/19	0	6	1
25/04/19 au 02/05/19	0	4	2
Total	2	28	3

Dans le courant des quatre périodes analysées, le journal *Paris Normandie* a publié

⁴⁶ - Voir annexe 2

au total 28 articles au ton neutre, 3 articles au ton négatif ainsi que 2 articles au ton positif.

La période du 27 juillet 2018 au 3 août 2018 compte un article au ton positif, 12 articles au ton neutre et aucun article au ton négatif. La période du 3 décembre 2018 au 10 décembre 2018 compte 1 article au ton positif, 6 articles au ton neutre et aucun article au ton négatif. La période du 14 février 2019 au 21 février 2019 ne compte aucun article au ton positif, 6 articles au ton neutre et un article au ton négatif. La période du 25 avril 2019 au 2 mai 2019 ne compte aucun article au ton positif, 4 articles au ton neutre et 2 articles au ton négatif.



1.3. Analyse qualitative

Dans un second temps, nous allons présenter le nombre d'articles en fonction du genre journalistique publiés au cours des quatre périodes analysées. Cette analyse nous permettra de comprendre les choix journalistiques et l'évolution de ces derniers tout au long de la saison dans le journal *Paris Normandie*. Certains types d'articles offrent une meilleure visibilité que d'autres.

Tableau n° 7 : Nombre d'articles publié par Paris Normandie en fonction du genre journalistique pour les quatre périodes

	27/07/18 au 03/08/18	03/12/18 au 10/12/18	14/0219 au 21/02/19	25/04/19 au 25/04/19	Total
Brève	3	1	1	0	5
Filet	3	0	0	1	4
Présentation d'avant- match	2	0	1	1	4
Compte rendu	1	2	1	1	5
Suivi	1	1	1	2	5
Analyse	1	1	2	1	4
Interview	1	2	1	0	4
Portrait	1	0	0	0	1
Autres	1	0	0	0	1

Entre le 27 juillet et le 3 août 2018, 14 articles ont été publiés au sujet du club du Havre dans le quotidien *Paris Normandie*. Parmi ces articles nous trouvons trois brèves, trois filets, deux présentations d'avant-match, un compte rendu, un suivi, une analyse, une interview et un portrait. La brève et le filet sont donc les types d'articles dominants pour cette période.

Entre le 3 décembre et le 10 décembre 2018, 7 articles ont été publiés au sujet du club du Havre dans le quotidien *Paris Normandie*. Parmi ces articles, nous trouvons une brève, aucun filet, aucune présentation d'avant-match, deux comptes rendus, un suivi, une analyse, deux interviews et aucun portrait. Le compte rendu et l'interview sont les types d'articles dominants pour cette période.

Entre le 14 février et le 21 février 2019, 7 articles ont été publiés au sujet du club du Havre dans le quotidien *Paris Normandie*. Parmi ces articles, nous trouvons une brève, aucun filet, une présentation d'avant-match, un compte rendu, un suivi, deux analyses, une interview et aucun portrait. L'analyse est donc le type d'article dominant pour cette période.

Entre le 25 avril et le 2 mai 2019, 6 articles ont été publiés au sujet du club du Havre dans le quotidien *Paris Normandie*. Parmi ces articles, nous ne trouvons aucune brève, un filet, une présentation d'avant-match, un compte rendu, deux suivis, une analyse, aucune interview et aucun portrait. Le suivi est le type d'article dominant pour cette période.

Les types d'articles qui reviennent le plus fréquemment sont la brève, le compte

rendu et le suivi. À contrario, le portrait est sous représenté.

Nous allons maintenant procéder à l'analyse du contenu des articles en nous intéressant aux principaux sujets évoqués en fonction des différentes périodes.

Tableau n° 8 : Nombre d'articles publié dans Paris Normandie en fonction des sujets évoqués

	Championnat	Coupe de France	Focus joueur	Le HAC en général	Mercato	Supporteurs
27/07/18 au 03/08/18	4	0	2	2	4	1
03/12/18 au 10/12/18	1	3	1	2	0	0
14/02/19 au 21/02/19	5	0	1	1	0	0
25/04/19 au 02/05/19	6	0	0	0	0	0
Total	16	3	4	5	4	1

Les sujets dominants pour la période du 27 juillet au 3 août 2018 sont le championnat et le mercato, qui sont à l'origine de 4 articles chacun. Ensuite, nous trouvons 2 articles sur le HAC en général et 2 articles sur les joueurs. Un seul article est publié au sujet des supporters havrais.

Durant la semaine du 3 décembre au 10 décembre 2018, c'est le sujet de la Coupe de France qui est majoritairement représenté, 3 articles lui sont consacrés. 2 articles évoquent le sujet du HAC de manière générale. Un seul article est consacré à un focus sur un joueur, idem pour le championnat. Aucun article ne traite du mercato et des supporters.

Entre le 14 février et le 21 février 2019, le sujet dominant est le championnat. En effet, ce dernier a été évoqué à 5 reprises. Un article est dédié à l'équipe en général et un autre spécifique à un joueur. Le mercato, la Coupe de France et les supporters sont des sujets qui ne sont plus traités.

Pour notre dernière période, celle du 25 avril au 2 mai 2019, le championnat est de nouveau majoritairement traité, puisqu'il a été le principal sujet à 6 occasions,

aucun autre sujet n'a été évoqué lors de cette semaine.

Le journal *Paris Normandie* a publié 33 articles au cours des quatre périodes analysées. Les articles qui ont été diffusés traitent majoritairement du championnat de Ligue 2, c'est le sujet de 16 articles. Nous retrouvons ensuite 5 articles consacrés au HAC en général, puis 4 articles qui évoquent le mercato et 4 également qui traitent de joueurs en particulier. La Coupe de France est traitée seulement à 3 reprises. Enfin, un seul article parle des supporters.

Ensuite, nous allons nous concentrer sur les différents intervenants qui sont parus dans le quotidien pour nos quatre périodes.

Tableau n° 9 : Différents statuts des intervenants cités dans *Paris Normandie* en fonction de la période

	Coach	Direction	Equipe adverse	Joueurs	Staff	Autres	Total
27/07/18 au 03/08/18	5	0	2	4	1	0	12
03/12/18 au 10/12/18	3	1	3	2	0	0	9
14/02/19 au 21/02/19	4	0	2	2	0	0	8
25/04/19 au 02/05/19	2	0	2	2	0	1	8
Total	14	1	9	10	1	1	36

Sur l'ensemble des quatre périodes, le journal *Paris Normandie* a publié dans les articles sur le club du Havre 36 déclarations provenant de divers intervenants.

Durant la période du 27 juillet au 3 août 2018, le coach s'est exprimé à 5 reprises, ce qui fait de lui la personne s'étant le plus exprimé. Les déclarations des joueurs quant à elles, apparaissent dans 4 articles. La parole a été donnée à 2 occasions aux équipes adverses. Enfin, le staff s'est exprimé une seule fois.

Entre le 3 décembre et le 10 décembre 2018, c'est le coach qui s'est exprimée le plus grand nombre de fois. Toutefois, la parole a également été donnée à 3 reprises aux équipes adverses. Les joueurs quant à eux, n'ont été cités seulement 2 fois. La direction du club du Havre s'est adressée à la presse à une occasion.

Lors de la période du 14 février au 21 février 2019, le coach est de nouveau majoritairement représenté, à 4 reprises, ses propos apparaissent dans la presse

havraise. Les joueurs et les équipes adverses ont été également représentés, puisque leurs déclarations ont été publiées par 2 fois.

Lors de la dernière période analysée, le coach s'est beaucoup moins exprimé dans la presse mais reste tout de même la personne la plus représentée au côté des joueurs et des équipes adverses. En effet, ils ont tous été cités à 2 reprises.

Sur l'ensemble des périodes, le coach est la personne qui s'est le plus exprimé dans la presse. Il apparaît à 14 reprises dans le quotidien, ce qui représente quasiment la moitié des déclarations. Les joueurs s'adressent eux aussi de nombreuses fois à la presse, au total 10 déclarations proviennent des footballeurs sur l'ensemble de nos quatre périodes. Enfin, la parole est également donnée très souvent aux équipes adverses, elles apparaissent dans 9 des articles.

Pour finir cette analyse qualitative, nous avons réalisé un tableau qui reprend les principaux termes qualificatifs trouvés lors de la lecture de notre corpus. Ces termes sont classés selon la méthode mise en place par Jules Gritti dans son ouvrage *Sport à la une*. Ces termes nous ont permis de juger le ton général de l'article donné par l'auteur.

Tableau n° 10 : Classement des termes qualificatifs employés dans les articles au sujet du HAC dans le quotidien *Paris Normandie*

	Registre positif	Registre ordinaire	Registre négatif
Termes qualificatifs	« Canon » « Fort » « Jolie » « Grand artisan » « Séduisant » « Parfait » « À l'À hauteur de l'événement » « Très grande classe » « Costauds »	« Solide » « Efficace » « En bonne forme » « Cohésion » « Réaliste » « Correct »	« Pathétique » « Décevant » « Médiocrité » « Famélique » « insatiable » « Affligeante » « Brouillée » « Sabordé » « Acteurs de série B » « flagrant délit de suffisance » « Jean-foutisme » « La honte » « Sombre » « Moche »

Nous nous intéressons ici aux termes qualificatifs : Adjectifs, adverbes et nominalisations qui sont employés, dans l'ensemble des articles analysés durant nos périodes, pour apprécier ou déprécier le club du Havre, l'action des joueurs, du staff mais aussi des dirigeants. Nous avons relevé l'ensemble des termes

appartenant au registre positif. Ce dernier comprend des termes appartenant au registre du merveilleux tels que « *très grande classe* », « *parfait* » ou encore « *séduisant* ». Il fait référence à l'aspect du spectacle et de la mise en lumière. Le registre passionnel est lui aussi inclus dans le registre du positif. On y retrouve des termes extrêmes à l'instar de l'expression « *À la hauteur de l'événement* ». Ce registre s'applique également au registre négatif puisqu'il se « *nourrit de contraste extrême* » comme le précise Jules Gritti.⁴⁷ Nous retrouvons ici des termes tels que « *médiocrité* », « *famélique* », mais aussi « *affligeant* ». Enfin, le registre ordinaire -entendre ici ordinaire comme le synonyme de neutre- comprend des termes appartenant au registre du calcul et de la maîtrise comme « *correct* » et « *efficace* » par exemple. Le registre vitaliste fait lui aussi partie du registre ordinaire, on y retrouve les termes suivants « *solide* » et « *en bonne forme* ».

2. Analyse de contenu de l'affaire Ajaccio - Le Havre

2.1. Analyse quantitative

Nous allons, dans un premier temps, présenter par journal, le nombre d'articles publiés sur l'affaire en fonction des jours ainsi que la moyenne journalière par journal.

Tableau n° 11 : Nombre d'articles par jour mentionnant l'affaire Ajaccio – Le Havre dans les trois journaux

	<i>Paris Normandie</i>	<i>Corse-Matin</i>	<i>L'Equipe</i>	<i>Total</i>
17/05/18	0	2	0	2
18/05/18	3	3	1	7
19/05/18	1	4	1	6
20/05/18	2	3	1	6
21/05/18	2	2	5	9
22/05/18	4	3	5	12
23/05/18	6	4	2	12
24/05/18	2	0	0	2
Total	20	21	15	56
Moyenne journalière	2,5	2,6	1,8	7

⁴⁷ - Gritti, Jules, Sport à la Une. Paris, Armand Colin, 1975, 224p.

Le journal *Paris Normandie* a publié, sur la période du 17 au 24 mai, entre 0 et 6 articles, soit au total 20 articles sur l'affaire Ajaccio - Le Havre. La moyenne de publication est de 2,9 articles par jour.

Le journal *Corse-Matin* a publié, au cours de la semaine du jeudi 17 mai au jeudi 24 mai, entre 0 et 4 articles, soit au total 21 articles sur l'affaire Ajaccio - Le Havre. La moyenne de publication est de 3 articles par jour.

Le journal *L'Equipe* a publié, au cours de la semaine du jeudi 17 mai au jeudi 24 mai, entre 0 et 5 articles, soit au total 15 articles sur l'affaire Ajaccio - Le Havre.

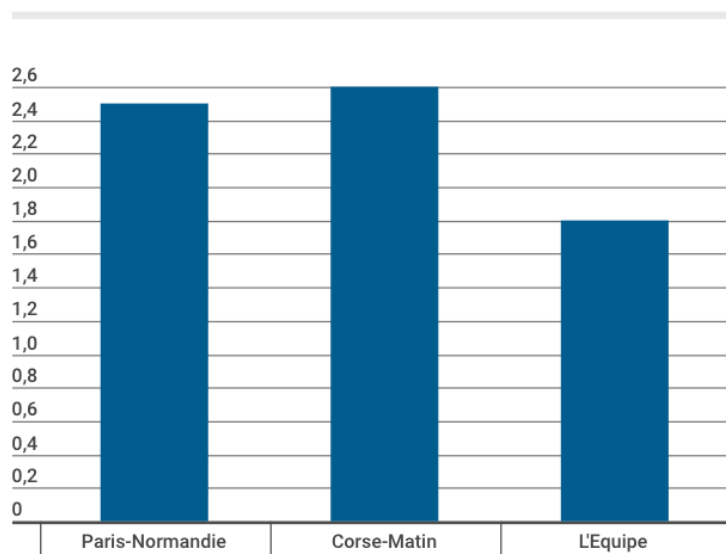
La moyenne de publication est de 1,8 articles par jour.

Les trois journaux ont publié 56 articles à eux trois, soit une moyenne de 7 articles par jour. Avec 12 articles, le mardi 22 et mercredi 23 mai sont les jours marqués par le plus grand nombre de publication sur l'affaire Ajaccio – Le Havre.

Afin de visualiser la différence entre les moyennes obtenues pour les trois journaux, les données sont rassemblées dans un diagramme en bâtons. Ce diagramme permet de visualiser la différence de publications entre les trois quotidiens.

Comparaison des moyennes de publication d'articles entre le 17 et le

24 mai 2018 par journal



Ensuite, nous avons quantifié le nombre de fois où l'affaire a fait la Une des journaux sur l'ensemble de la période du jeudi 17 mai au jeudi 24 mai. Cette analyse permet d'obtenir une vue d'ensemble de l'importance donnée à l'affaire selon les journaux.

Tableau n° 12 : Nombre de fois ou l’affaire Ajaccio - Le Havre a été mentionnée en Une dans les trois journaux

Journaux	<i>Paris Normandie</i>	<i>Corse-Matin</i>	<i>L’Equipe</i>
Nombre de Unes	6	5	3

L’affaire Ajaccio – Le Havre a fait la Une 14 fois durant la semaine du 17 au 24 mai 2018. Le journal normand a fait le choix de mettre l’affaire en Une à 6 reprises. À trois occasions, l’information était située au niveau du bandeau. 2 autres fois, l’information était placée au niveau de la tribune. Enfin, l’affaire a fait le ventre de la Une par deux fois.

Corse-Matin a décidé de placer l’affaire à 5 occasions. A 2 reprises, l’information était placée au niveau du bandeau. Idem, par 2 fois l’affaire a fait le ventre de la Une du journal. Enfin, la rédaction a fait le choix de placer un titre au niveau de la sous-tribune, une seule fois.

Le quotidien sportif *L’Equipe*, a évoqué l’affaire en Une par 3 fois. Une fois en place centrale, au niveau du ventre et à 2 reprises au niveau de l’oreille.⁴⁸

Nous allons désormais nous intéresser à l’emplacement des articles dans les journaux. Cela va nous permettre d’avoir une vue d’ensemble sur les choix de traitement de l’affaire dans les différents journaux et de mesurer l’importance donnée à l’évènement par les trois rédactions. *L’Equipe* ne suit pas la même logique de construction que les deux quotidiens régionaux, de ce fait nous avons créé deux tableaux différents selon la catégorisation que nous avons établi et expliqué dans la partie méthodologie.

Tableau n° 13 : Emplacement des articles traitant de l’affaire Ajaccio – Le Havre dans les journaux *Paris Normandie* et *Corse-Matin*

	<i>Paris Normandie</i>	<i>Corse-Matin</i>
Rubrique informations générales	1	5
Rubrique Sport	19	16

Dans le courant de la semaine du 18 mai au 24 mai 2018, le journal *Paris Normandie* a publié au total 20 articles, 19 d’entre eux sont situés dans la rubrique sport du quotidien, un seul article sur l’affaire a été publié dans la rubrique d’informations générales.

⁴⁸ - Voir annexe 4

Le journal *Corse-Matin* quant à lui, a publié une totalité de 21 articles. 16 ont été situés dans la rubrique sport et 5 dans la rubrique d'information générale.

Tableau n° 14 : Emplacement des articles traitant de l'affaire Ajaccio – Le Havre dans le journal *L'Equipe*

	<i>L'Equipe</i>
Début	12
Milieu	2
Fin	1

Dans le courant de la semaine du 18 au 24 mai 2018, le quotidien *L'Equipe* a publié au total 15 articles sur l'affaire. 13 d'entre eux ont été publiés en début de journal, 2 ont été publiés en milieu de journal et enfin, un seul était en fin de journal.

2.2. Analyse qualitative

Nous allons, dès lors, procéder à l'analyse du contenu des articles, en nous intéressant aux principaux sujets évoqués, en fonction des différents journaux.

Tableau n° 15 : Principaux sujets sur l'affaire Ajaccio – Le Havre évoqués par les trois journaux

Sujets	<i>Paris Normandie</i>	<i>Corse-Matin</i>	<i>L'Equipe</i>
Décision LFP	6	2	4
Enquête LFP	2	5	1
Incidents	7	3	2
L'ACA en général	0	2	1
L'affaire en général	0	0	1
Le HAC en général	1	3	0
Première rencontre	1	3	1
Rencontre reportée	2	3	5
Stade et supporters	1	0	0

Entre le 17 mai et le 24 mai 2018, le sujet qui a été majoritairement traité dans *Paris Normandie* est celui des incidents qui se sont déroulés lors de la rencontre reportée. Les incidents extra sportifs tels que le comportement des supporters corses et le car havrais caillassé sont mentionnés de nombreuses fois. Par exemple, dans l'édition du dimanche 20 mai, le journal réalise un filet reprenant une longue liste des incidents de la soirée, intitulé « *Ca aurait pu être pire*⁴⁹ ». En parallèle, de nombreux articles évoquent les décisions prises par la Ligue de football,

⁴⁹ - Voir annexe 39

notamment le refus de jouer sur terrain neutre ou encore le refus de donner le match gagné sur tapis vert au club du Havre. 6 articles traitent de ces décisions. Ce sont les deux sujets majeurs évoqués par le journal normand. En effet, les trois quarts des articles de *Paris Normandie* y sont consacrés.

Les articles qui ont été publiés durant la semaine du 17 au 24 mai 2018 dans le quotidien *Corse-Matin* traitent principalement de l'enquête de la LFP. Le journal a, par exemple, fait intervenir à plusieurs reprises des juristes afin de commenter, d'analyser le déroulement de l'enquête et de ce fait de se défendre et clamer son innocence. C'est le sujet qui est le plus mis en avant dans le quotidien corse puisque 5 articles lui sont consacrés. D'autres sujets tels que les incidents, la première rencontre et la rencontre reportée, ont également été évoqués de nombreuses fois. Chacun à trois reprises. Près de la moitié des articles sont consacrés à ces trois sujets. Par exemple, l'édition du samedi 19 mai, consacre un dossier complet au sujet des incidents. De même, le journal a publié un dossier sur la rencontre reportée, remportée par les Ajacciens. Enfin, très peu d'articles évoquent les décisions prises au cours de l'enquête faite par la LFP.

Les articles qui ont été publiés entre le 17 au 24 mai 2018 dans le journal *L'Equipe* traitent majoritairement de la rencontre reportée. En effet, le quotidien accorde davantage d'importance à l'aspect sportif de cette affaire puisque 5 articles évoquent le match de foot et les faits qui lui sont liés. Cependant, il ne manque pas de mettre en évidence les décisions prises par la Ligue de football, jugées mauvaises par le quotidien, 4 articles sont consacrés à ce sujet. Dans le dossier publié le mardi 22 mai, le journaliste sportif Vincent Duluc, a notamment rédigé un billet d'humeur où il incrimine la LFP.⁵⁰ Ces deux thèmes représentent les deux tiers des sujets traités par le quotidien. Enfin, l'affaire de manière générale ainsi que les incidents extra sportifs sont également évoqués même si, leur couverture est minime puisqu'ils ont été évoqués seulement à 2 reprises.

Nous allons ensuite nous focaliser sur les photographies qui sont rattachées aux articles, ainsi nous pourrions comparer les différents choix des rédactions.

Tableau n° 16 : Personnalités apparaissant sur les photographies liées aux articles sur l'affaire Ajaccio – Le Havre dans les trois journaux

	<i>Paris Normandie</i>	<i>Corse-Matin</i>	<i>L'Equipe</i>	Total

⁵⁰ - Voir annexe 62

Bagarre joueurs	2	0	2	3
Car havrais	1	3	2	6
Direction Ajaccio	0	2	1	3
Direction Le Havre	1	0	1	1
Direction des deux clubs	0	0	1	2
Joueurs d'Ajaccio et du Havre	0	0	2	2
Joueurs ajacciens	0	15	2	17
Joueurs havrais	3	2		5
Personnalité politique	3	0	0	3
Staff ajaccien	0	1	0	1
Staff havrais	0	0	1	1
Supporteurs	1	1	0	2
Autres	2	1	1	4
Total	13	25	13	51

Au total, 51 photographies ont été publiées sur l'affaire par l'ensemble des journaux durant la période analysée. Le journal normand a publié 13 photographies concernant l'affaire Ajaccio - Le Havre sur l'ensemble de la semaine. La majorité des photographies diffusées par le quotidien *Paris Normandie* représentent les joueurs du club havrais. Nous constatons que les photographies publiées dans le journal normand mettent davantage en avant Le Havre. En effet, presque la moitié des photographies illustrent des personnalités havraises, que ce soient les joueurs havrais en situation durant le match, les portraits de personnalités politiques de la région ainsi que la direction du club. Au final, cela représente plus de la moitié des photographies utilisées. Les incidents sportifs, à l'instar de l'altercation entre les joueurs durant la rencontre et les incidents extra sportifs, notamment le car abîmé des havrais, sont très peu mis en avant par la rédaction de *Paris Normandie*. Enfin, aucune photographie ne met en évidence le club ajaccien.

Le quotidien *Corse-Matin*, quant à lui a publié 25 photographies de l'évènement. Ce qui représente près du double des deux autres journaux. Tout comme les photographies publiées dans le quotidien normand, nous constatons que les photographies publiées sur l'ensemble de cette semaine dans le journal corse, mettent en avant les personnalités corses. En effet, plus de la moitié des photographies illustrent les joueurs ajacciens dans différentes situations. Exemple, dans le dossier publié le samedi 19 mai, la rédaction a fait le choix de diffuser 7

photographies. Le but : raconter une histoire en image⁵¹. L'objectif du journal corse était de narrer l'affaire à travers toute une série de photographies. Sur cette série, nous percevons les joueurs ajacciens qui se rendent près du car où sont bloqués les joueurs du Havre. *Corse-Matin* a lui aussi diffusé quelques photographies des différents incidents, en particulier les images du car à l'arrêt. A contrario du quotidien normand, le journal *Corse-Matin* donne une légère visibilité au club normand, puisqu'à 2 reprises des photographies des joueurs havrais en situation ont été rattachées à deux articles qui traitent également du club.

Le quotidien sportif a publié 13 photographies concernant l'affaire Ajaccio - Le Havre sur l'ensemble de la semaine. C'est autant que le journal normand mais deux fois moins que le quotidien corse. Nous constatons également que les photographies publiées sur l'ensemble de cette semaine dans le journal normand mettent en avant de nombreux thèmes, cependant il y a une différence notable avec les deux autres journaux. En effet, les incidents sont légèrement surreprésentés, l'altercation entre les joueurs durant le match reporté a été illustrée à 2 reprises. Les photographies du car sont également mises en avant par 2 fois. Dans l'édition du samedi 18 mai, la photographie du car a été publiée, la vitre du cas a également été zoomée afin que les lecteurs puissent constater l'impact causé par les jets de pierres. À la différence des deux quotidiens régionaux, plusieurs photographies prises lors de la rencontre reportée mettent en avant à la fois les joueurs ajacciens et havrais sur les mêmes clichés, de même pour les photographies montrant les directions des deux clubs. C'est le cas, par exemple, d'un cliché publié le samedi 19 mai on y voit les deux présidents Vincent Volpe (HAC) et Léon Luciani (ACA) en train de discuter.⁵²

Ensuite, nous nous sommes concentrés sur les différents intervenants qui se sont adressés durant la période analysée.

Tableau n° 17 : Nombre de déclarations en fonction du statut des intervenants publiés par les trois quotidiens

	<i>Paris Normandie</i>	<i>Corse-Matin</i>	<i>L'Equipe</i>	Total
Dirigeants ajacciens	1	7	4	12
Dirigeants havrais	5	0	2	7
Joueurs ajacciens	0	2	3	5
Joueurs havrais	1	0	2	3
LFP	2	3	3	8

⁵¹ - Voir annexe 51

⁵² - Voir annexe 58

Personnalités politiques corses	1	1	0	2
Personnalités politiques havraises	3	0	0	3
Personnalités juridiques	2	4	0	6
Staff ajaccien	2	5	2	9
Staff havrais	5	5	5	15
Autres	3	2	2	7
Total	25	29	23	77

Au cours de la semaine, 77 déclarations provenant de différents intervenants ont été publiées par les trois journaux.

Le journal *Paris Normandie* en a diffusé 25 dans ses sept éditions. Les différentes déclarations reprises dans la presse normande proviennent essentiellement de personnalités havraises. La moitié des personnes qui se sont exprimées, sur l'ensemble de la période, sont la direction du club havrais et le staff du club du HAC. Chacun d'entre eux ont parlé à 5 reprises. Les politiques de la région havraise ont également communiqué dans la presse lors de trois occasions. Fait étonnant, aucun joueur havrais ne s'est exprimé au cours de la semaine. Malgré le contexte, la parole a tout de même été donnée aux Corses, notamment au staff, aux dirigeants et aux politiciens corses. La voix de la LFP est très peu représentée dans le quotidien normand.

Sur l'ensemble de la semaine, le journal *Corse-Matin* a publié 29 déclarations provenant de divers intervenants dans ses sept éditions, c'est légèrement plus que le quotidien normand. Les différentes déclarations diffusées dans le journal corse donnent majoritairement la parole aux Corses. La moitié des intervenants qui se sont exprimés dans la presse sur l'ensemble de la période, sont la direction du club à 7 reprises, le staff à 5 occasions ainsi que les politiques de la région corse. Contrairement au journal normand, les joueurs ajacciens se sont exprimés, par 2 fois face à la presse durant la semaine. Malgré le contexte, la presse corse a repris 5 fois la voix du staff havrais. La voix de la LFP est légèrement mieux représentée dans le quotidien corse, puisque cette dernière a été citée 3 fois.

Le journal *L'Equipe* a publié 23 déclarations provenant de divers intervenants dans ses huit éditions. L'ensemble des déclarations diffusées dans le quotidien national sportif donne autant la parole aux Corses qu'aux Normands. En effet, le staff, la direction ainsi que les joueurs havrais se sont exprimés à 9 reprises. Ils sont autant représentés que le staff, la direction et les joueurs ajacciens, qui ont également été cités 9 fois dans le quotidien sportif. Au même

niveau que le quotidien *Paris Normandie* et *Corse-Matin*, *L'Equipe* a fait entendre à quelques reprises la voix de la Ligue de Football Professionnel, notamment avec une interview de Nathalie Boy de la Tour, la présidente lors de l'édition du mardi 22 mai.⁵³ Enfin, la parole n'est donnée à aucun politicien.

Pour clôturer cette analyse qualitative, nous avons réalisé un tableau qui reprend certains commentaires d'articles rédigés par les journalistes des trois journaux. Ces derniers sont classés en fonction des catégories suivantes : commentaires relatifs à la première rencontre et aux incidents, commentaires relatifs à la rencontre reportée et commentaires relatif aux décisions prises par la LFP. Nous allons de ce fait pouvoir comparer les trois points de vue et analyser la différence de traitement par les trois quotidiens.

Tableau n° 18 : Comparaison des commentaires relatifs à l'affaire publiés par les trois journaux

	<i>Paris Normandie</i>	<i>Corse-Matin</i>	<i>L'Equipe</i>
Commentaires relatifs à la première rencontre et aux incidents	« Les plus chauds des supporters ont stoppé net la progression du véhicule »	« Des joueurs de football qui ne veulent pas descendre du bus »	« Le véhicule normand n'avait toujours pas bougé d'un mètre et pour cause. Il semblerait qu'un des engins explosifs l'ai endommagé »
	« Le car, dont le pare-brise gardera durant quelques jours les stigmates de cet accueil ne peut plus progressé »	« Le bus des Havrais était soit disant en panne mais il démarre finalement »	« Le car ne peut plus bouger en raison d'une panne »
	« L'autorité publique enjoignit aux Ciel et Marine l'ordre de ne pas descendre du car »	« Les joueurs refusent de le quitter (le car) »	« Les services de police leur interdisent de se déplacer »
	« Le lacrymogène répondait aux jets d'objets divers et variés »	« Un petit groupe de pseudo-supporter barre la route du car transportant l'équipe havraise et bombarde le véhicule avec des projectiles directs »	« Il y a eu quelques chants "aimables" et des fumigènes »

⁵³ - Voir annexe 62

	« Des chants hostiles aux Havrais et aux Français sont scandés, des bombes agricoles et pétards lancés, des fumigènes allumés »	« Si on peut déplorer des faits graves, il y a tout de même deux poids, deux mesures en fonction de certains clubs »	« Les "Français de merde", "ramasseurs de coton", "Négros" ou "Sale Arabe" hurlés pendant une bonne partie de la soirée »
	« De Graves incidents »	« Rien de vraiment dramatique, hormis quelques actions déplorables de certains énergumènes »	« Le football corse s'est a nouveau placé au cœur de la polémique, sous l'effet des violences, des intimidations et des cris racistes. »
Commentaires relatifs à la rencontre reportée	« M. Schneider vit alors rouge, expulsa Mateta (HAC) étrangement, que Gimbert (ACA) gifla dans la confusion »	« Ils (Ajaccio) ont été néanmoins récompensé sur le terrain (...) après un acharnement médiatique »	« Après son penalty marqué, l'attaquant havrais Jean-Philippe Mateta s'est signalé en effectuant la célébration de Memphis Depay (...) Un geste particulièrement mal perçu par les joueurs ajacciens, qui a provoqué une échauffourée et ensuite l'expulsion de Mateta »
	« Ce fut une sombre journée pour le football français. Un horrible message envoyé par la Ligue de football français »	« La ligue n'a pas été tendre avec le club ajaccien »	« Le HAC a toute la journée fait des demandes auprès de la Ligue. Qui ont toutes abouti à des fins de non-recevoir »
Commentaires relatifs aux décisions prises par la LFP	« Cette Ligue dont les oreilles resteront sans doute hermétiques des années encore au son des chants racistes entonnés par le Kop de François-Coty »	« Des sanctions très lourdes »	« La LFP est donc coupable de son silence d'abord et de sa lâcheté ensuite »

De ce tableau, ressort trois traitements très disparates. L'interprétation des faits n'est pas du tout la même.

Concernant le traitement de la première rencontre et des incidents qui y sont liés, dans le quotidien *Paris Normandie*, les informations factuelles au sujet des incidents sont très détaillées, et répétées plusieurs fois afin de montrer la gravité

des faits. Le journaliste emploie des adjectifs tels que « grave », « chaud » pour appuyer l'ampleur des incidents. D'après le quotidien normand, le car du club du Havre est tombé en panne, puis les autorités ont interdit aux joueurs d'en sortir.

De son côté, le quotidien *Corse-Matin* tente de minimiser les faits, l'auteur n'entre pas dans les détails. Il utilise des adjectifs et une syntaxe particulière qui rendent les faits moins graves, tels que « *pseudo* », « *quels incidents dramatiques ?* » ou encore « *soi-disant* ». Pour le journal corse, les joueurs du Havre n'ont pas voulu descendre du bus, version différente de celle donnée par le journal normand.

Enfin, le quotidien *l'Equipe*, quant à lui, tente de rester le plus objectif et neutre possible. Les journalistes qui ont traité l'affaire sont restés très factuels, les faits sont évoqués très simplement. Dans ce cas-ci, la syntaxe utilisée a pour but de ne prendre aucun parti. On note notamment l'emploi du conditionnel « *il semblerait que* », ou encore certains adjectifs comme « *quelques chants aimables* ». L'objectif est de ne prendre parti pour aucun des deux clubs, afin de ne pas amplifier les faits et l'agitation autour de l'affaire. Le quotidien national, joue parfois un rôle de médiateur, et tente de rétablir la vérité. Par exemple, le dimanche 20 mai, le journaliste affirme que les Havrais n'ont jamais voulu déclarer forfait⁵⁴, information contredisant celle du quotidien *Corse-Matin* qui avançait l'inverse dans son édition du samedi 19 mai.⁵⁵

Les informations diffusées par les trois journaux au sujet de la rencontre reportée sont également sensiblement différentes sur certains points. Si le journal havrais ne cache pas sa déception d'avoir vu son équipe être défaite, son compte rendu de lendemain de match reste très factuel. Le journaliste relate le match simplement. Nous pouvons trouver des commentaires qui montrent une frustration certaine, « *Mais comment pourrait-on reprocher quoi que ce soit aux Ciels et Marine ?* » ou encore « *Hallucinant ! Irréel ! Et ô combien tragique* ». ⁵⁶

De son côté, le journal *Corse-Matin* ne cache pas sa joie de voir son équipe l'emporter et titre l'un de ses articles « *Un scénario éblouissant* », et le journaliste conclut son compte rendu sur « *La victoire, la plus belle des récompenses* ». ⁵⁷ Cependant, il y a bien un point sur lequel les deux quotidiens ne sont pas d'accord : l'arbitrage du match. Le journal normand affiche son incompréhension : « *M. Schneider (arbitre) vit alors rouge, expulsé Mateta (HAC) étrangement, que*

⁵⁴ - Voir annexe 59

⁵⁵ - Voir annexe 51

⁵⁶ - Voir annexe 40

⁵⁷ - Voir annexe 54

Gimbert (ACA) gifla dans la confusion ». Le journal *Corse-Matin* quant à lui, conteste l'ensemble des décisions arbitrales de la rencontre « *Ils (Ajaccio) ont été néanmoins récompensés sur le terrain (...) après un acharnement médiatique* ». Le quotidien national *L'Equipe* reste encore une fois dans un style très factuel pour le traitement de la rencontre reportée. Le compte rendu d'après match est emprunt à l'objectivité, et n'émet aucun jugement sur l'arbitrage « *Après son penalty marqué, l'attaquant havrais Jean-Philippe Mateta s'est signalé en effectuant la célébration de Memphis Depay (...) Un geste particulièrement mal perçu par les joueurs ajacciens, qui a provoqué une échauffourée et ensuite l'expulsion de Mateta* ». ⁵⁸

Pour la couverture des décisions prises par la Ligue de football, le traitement du quotidien *Paris Normandie*, fait ressentir la déception. Le journaliste a totalement délaissé son objectivité. Le mécontentement et la colère liés aux différentes décisions prises par la Ligue de Football Professionnelle sont perceptibles. Nous pouvons le voir à travers différents exemples, dont voici l'un d'entre eux « *Ce fut une sombre journée pour le football français. Un horrible message envoyé par la Ligue de football français* ». ⁵⁹

Bien que leur équipe ait remporté le match, le traitement du quotidien *Corse-Matin* est assez similaire à celui du journal normand. Le journaliste fait également part de son mécontentement contre les décisions prises contre le club corse par la LFP, « *La ligue n'a pas été tendre avec le club ajaccien* ». ⁶⁰ Les deux quotidiens régionaux se placent donc en victimes.

De son côté, le quotidien sportif national *L'Equipe* traite les informations au sujet des décisions de la LFP de deux manières très différentes. La première, au travers d'articles tels que le compte rendu et des suivis de l'affaire avec un aspect très factuel où les événements sont relatés avec précaution, sans jugement, toujours avec l'emploi du conditionnel et une syntaxe irréprochable, « *Le HAC a toute la journée fait des demandes auprès de la Ligue. Qui ont toutes abouti à des fins de non-recevoir* ». ⁶¹ À partir du 22 mai, les choses sont traitées d'une tout autre manière. Cette fois, la subjectivité est présente. C'est notamment le cas du billet d'humeur, rédigé par Vincent Duluc. Le journaliste se permet ouvertement d'établir un jugement. Il écrit d'une voix très critique et met en cause la

⁵⁸ - Voir annexe 60

⁵⁹ - Voir annexe 40

⁶⁰ - Voir annexe 55

⁶¹ - Voir annexe 58

responsabilité de la Ligue dans cette affaire. « *La LFP est donc coupable de son silence d'abord et de sa lâcheté ensuite* ». ⁶²

VI. Analyse des entretiens

1. Rapports entre journalistes sportifs régionaux et footballeurs du HAC

Les entretiens révèlent que tous les journalistes rencontrés entretiennent des bons rapports avec les joueurs du HAC. Bertrand Queneutte, affirme qu'il n'a lié aucune véritable amitié avec les joueurs depuis son arrivée sur les antennes de France Bleu Normandie il y a 4 ans. Il accorde une grande importance à la dissociation de sa vie privée et professionnelle, néanmoins il admet avoir davantage d'affinités avec certains footballeurs, « *J'ai aucun ami chez les joueurs, personne que je vois en dehors du boulot, après il y'a deux ou trois joueurs avec qui j'ai des liens plus amicaux, ça se compte sur les doigts d'une main* ».

Luc Gallais, jeune pigiste qui couvre, de temps en temps, le HAC pour *Paris Normandie*, affirme lui aussi ne s'être jamais fait d'amis parmi les joueurs. Il certifie tout de même avoir des liens plus forts avec les jeunes joueurs de l'équipe professionnelle, « *Les seuls liens à la limite que je peux avoir, c'est avec ceux qui sont passés par le centre de formation car je les couvrais pas mal sur les deux, trois, dernières années (...) donc pour certains je les ai vus évoluer au fur et à mesure du temps et ils me connaissent un peu plus.* »

Enfin, Benoit Donckele, journaliste en charge de la couverture du HAC depuis 2000 pour *Paris Normandie*, ne compte plus de joueurs parmi ses amis aujourd'hui. « *Ca reste des liens plutôt, on va pas dire amicaux, on va dire un lien très correct, très cordial.* » Toutefois, plus jeune, il avoue avoir été ami avec de nombreux footballeurs de l'équipe et sortait régulièrement avec eux. Aujourd'hui, la différence de génération ne rend plus la chose possible, « *Quand j'ai débuté, j'avais l'âge de certains joueurs. On se retrouvait en sortie, on sortait même ensemble parfois. Là j'arrive à 50 ans, c'est un peu plus compliqué de nouer des liens avec les joueurs en dehors du terrain.* »

Les deux footballeurs que nous avons rencontrés entretiennent eux aussi des rapports cordiaux avec les journalistes.

⁶² - Voir annexe 62

Le gardien Arnaud Balijon a évolué toute sa carrière en Ligue 2, il est passé par des clubs tels que le Stade Lavallois, le FC Istre, le Red Star FC et joue actuellement au HAC. A 35 ans, il a donc connu des expériences variées auprès des médias régionaux. Arrivé il y a un an et demi au Havre, il n'a pas lié d'amitié avec les journalistes havrais mais entretient de bonnes relations avec eux. Toutefois, il nous avoue avoir lié de réelles amitiés avec des journalistes durant sa carrière, « *J'ai toujours été bien avec eux. Plutôt de très bonnes relations avec les journalistes, j'en ai même fait des potes* ».

Pour Victor Lekhal, milieu de 25 ans formé au HAC, les choses sont différentes, même s'il côtoie les journalistes sportifs du Havre depuis plus de cinq ans, il n'a jamais souhaité lier d'amitié avec ces derniers, « *Je m'entends bien avec Bertrand Queneutte de France Bleu, je suis allé dans son émission radio, mais voilà il faut que ça reste professionnel.* »

De manière générale, les rapports entre journalistes et footballeurs sont ambigus, cela est encore plus vrai à l'échelle régionale. Si elles ne sont pas purement amicales, ces relations sont parfois très fortes. En effet, journalistes sportifs régionaux et les footballeurs se côtoient quotidiennement, ce qui influe forcément sur les rapports, comme nous l'explique Bertrand Queneutte « *En fait quand on suit un club au quotidien, on a beau pas être supporter, pas avoir de fibre ou de lien avec le club, on crée forcément une attache, parce qu'on les suit au quotidien, parce qu'on les voit toutes les semaines, il y a de l'affection* ».

Ces relations ne sont pas sans conséquence, dans certains cas, les liens affectifs entretenus avec les membres du club et les joueurs, tendent à altérer le jugement des journalistes.

Bertrand Queneutte l'avoue, « *Il y a certains joueurs avec qui je prends des pincettes parce que je connais l'histoire et que j'ai de l'affection* ». Les critiques sont minimisées, des circonstances atténuantes justifient une mauvaise période et les louanges en cas de bonne forme sont décuplées. Arnaud Balijon a déjà vécu cette situation, « *C'est sûr que quand t'es plus proche de certains journalistes, je sais que moi j'ai eu des papiers les jours ou j'étais moins bon, voilà c'était plus cool. Après j'ai eu le cas quand je faisais des gros matchs, là par contre ils étaient dithyrambiques* ».

L'une des particularités du journalisme régional, est que ces relations ne sont pas forcément « sincères » mais elles sont nécessaires. En effet, les médias de la région doivent produire et diffuser chaque jour, ou presque, des informations sur l'équipe du Havre. Ainsi, entretenir de bons liens est impératif, voir vital comme nous

l'explique Benoit Donckele « *Si tu veux obtenir quelque chose d'un joueur, il faut effectivement avoir de bons rapports. Si t'as pas de bon rapports de toute façon le joueur il te parlera pas* ». L'objectif du journaliste régional est donc créer un lien de confiance avec sa source et de réussir à le maintenir.

Les journalistes régionaux doivent jongler en permanence entre le fait de continuer à entretenir de bonnes relations et le fait de devoir rester objectif dans leur production de l'information. Là est toute la difficulté, « *Le journalisme sportif local c'est un jeu d'équilibriste, de ne jamais basculer de l'autre côté mais d'être à la fois suffisamment séducteur, proche pour obtenir des choses.* » affirme Bertrand Queneutte.

C'est une relation de séduction à double sens, chacun dépend de l'autre pour vivre. Les journalistes ont besoin des joueurs et du club afin de pouvoir produire de l'information et à contrario, les joueurs et le club ont besoin de visibilité, comme l'indique Clémentine Maillot, en charge de la communication du HAC, « *On essaie toujours de garder le contact avec eux, que ça se passe bien, nous, notre but c'est que la presse parle du club et puis la presse a besoin de nous pour remplir ses pages aussi, c'est donnant-donnant* ».

Pourtant, cette relation si particulière n'est pas toujours comprise par le club. Celui-ci reproche parfois aux médias régionaux d'émettre des informations négatives à son encontre. Bertrand Queneutte s'est vu reproché à plusieurs reprises son manque de soutien, « *Il a fallu du temps au club pour comprendre, ils comprennent pas le côté passionné sur les commentaires, les buts et le lendemain un article qui va leur taper dessus (..) Mais je suis pas un organe de communication, ils ont du mal à le percevoir parce qu'ils nous voient tous les jours* ». D'autres fois, ce sont les joueurs eux-mêmes qui refusent de s'exprimer face aux médias, après avoir reçu des critiques. Ce n'est pas un mythe, les footballeurs sont susceptibles et rares sont ceux qui acceptent les commentaires négatifs. Arnaud Balijon nous en apporte la preuve « *Après ma réponse j'essayais de l'apporter sur le terrain et si vraiment ça m'embêtait après je coupais, s'ils voulaient faire quelque chose avec moi c'était non.* »

Dans ce genre de contexte, les rapports avec les médias sont directement impactés. Le club verrouille sa communication dans les cas les plus extrêmes. Les journalistes que nous avons interrogés ont tous déjà vécu ces situations. Dans ces conditions, il est difficile pour eux de produire des sujets comme nous le raconte Benoit Donckele, « *Moi ça m'est arrivé que des joueurs refusent de me parler, que des entraîneurs. Il y a eu une époque un peu compliquée au HAC, à l'époque de*

Jean François Domergue. Les joueurs me boycottaient, l'entraîneur me boycottait, ça a été très tendu mais voilà c'est des choses qui arrivent.».

2. Le HAC dans les médias régionaux

Le football étant le sport le plus populaire en France, la couverture sportive des médias régionaux havrais se résume principalement au club du Havre, ou du moins, il en est le sujet phare.

L'ensemble des supporters que nous avons interrogés trouve agréable de lire l'information au sujet du HAC dans les médias régionaux. Néanmoins, leur jugement sur la qualité de l'information diffère.

Cédric Dutot âgé de 30 ans est supporter référant de KOP des Barbarians. Il estime que la couverture du HAC est bonne mais pas suffisante, *« Je pense qu'il pourrait y avoir un peu plus de couverture c'est quand même le club phare de la région. »* Un sentiment également partagé par Oliva Detivelle, supportrice de 48 ans, et ancienne présidente du KOP Ciel et Marine *« Benoît Donckele ce qu'il écrit c'est très bien c'est vachement bien mais j'aimerais bien qu'il écrive plus souvent, qu'il ait plus de place.».*

Florian Hedouin membre de la fédération des supporters de 35 ans, juge que la couverture du HAC dans la presse manque de contenu et de subjectivité, *« Je trouve qu'il y a pas beaucoup d'informations, j'apprends pas grand chose dans la presse locale. En fait c'est beaucoup des comptes rendus de matchs, il y a une petite part de subjectivité, il y'a des notes sur les joueurs mais je trouve qu'en terme d'informations c'est assez creux finalement. ».* Il pense que Benoit Donckele n'est pas assez objectif, selon lui, les relations du journaliste avec les joueurs influent sur la qualité de son jugement. *« Je pense qu'il y a peut être aussi un petit lien affectif. Je reproche à Benoit, de ne pas être assez critique à l'égard de certains postes au club et de certains joueurs au club parce que c'est des gens avec lesquels il a des liens amicaux.».*

Pour Olivia Detivelle, le fait que le journaliste de *Paris Normandie* soit supporter n'a pas de conséquence sur son travail, *« Il y a un peu de chauvinisme havrais forcément c'est un supporter du club en premier lieu mais non je pense que les infos ne sont pas mal traitées, quand il faut un peu les saquer, il les saque, quand ça joue bien il faut le dire aussi et quand c'est moyen il le dit aussi ».* Yann Simon, porte-parole du KOP Barbarians apprécie aussi le fait d'avoir un journaliste régionale qui est « supporter » de l'équipe, *« Je trouve qu'on à*

l'intérêt d'avoir quelqu'un qui est, qui était dans sa jeunesse supporteur du HAC. C'est quelqu'un qui est passionné et qui parle aussi comme un supporteur. Il y a à la fois l'analyse mais il y a aussi l'aspect affectif qui parle ».

L'avis des footballeurs est tout aussi partagé que celui des supporteurs. Arnaud Balijon pense que les journalistes régionaux sont parfois trop sévères dans leurs jugements envers les joueurs, *« Les régionaux sont piquants, au niveau du jugement des matchs ou dans une période ils mettent le doigt ou ça fait mal, sur les choix du coach ou sur des prestations de joueurs. »*

Victor Lekhal quant à lui, juge que la couverture du HAC dans les médias régionaux est bien réalisée. Il la dit objective, même s'il trouve que les journalistes s'exaltent trop vite. *« Je pense que les journalistes sont corrects avec le HAC, on nous tape pas plus que ça dessus, après parfois je trouve qu'on nous monte un peu trop haut ».*

Ce chauvinisme est une autre des caractéristiques des médias régionaux. Dans certaines situations, les journalistes se doivent d'adopter un comportement « partisan » pour parler aux supporteurs du club. Pour Benoit Donckele, *« La presse régionale c'est aussi une presse ou de temps en temps, voilà il faut être un petit peu partenaire. Il y'a eu une époque où le HAC jouait le maintien en Ligue 2. Fallait que tout le monde essaye de tirer un peu dans le même sens et que nous tout en disant les choses, on disent « tous avec eux » parce que tout le monde est gagnant en fait, ou perdant en cas de relégation. ».* Etre juste dans le traitement mais savoir être supporteur dans les émotions, c'est ce que pense Bertrand Queneutte. Selon lui, un journaliste n'est jamais totalement objectif, *« J'essaye d'être le plus honnête possible. Honnête pour le travail, après pour le côté supporteur, je pense que quand on suit un club au quotidien comme c'est mon cas et notamment à Radio France où c'est clairement induit, demandé on est forcément un peu chauvin, pas supporteur mais partisan au niveau local parce que moi je parle à des auditeurs qui sont Normands. »* Ainsi, l'un des enjeux des journalistes régionaux est de maintenir la frontière entre l'objectivité et le chauvinisme.

3. Rapports entre journalistes nationaux et footballeurs du HAC

À l'inverse des médias régionaux, les journalistes nationaux n'ont nul besoin d'entretenir de bons rapports avec les joueurs et les clubs puisqu'ils ne dépendent pas du HAC. Il ne s'agit pas ici d'une relation quotidienne comme c'est le cas au

niveau régional. Les médias nationaux s'intéressent peu à l'équipe du Havre, cela arrive lorsqu'il y a des événements majeurs, souvent extra-sportifs. C'est ce qu'explique Christophe Revault, directeur sportif du HAC et ancien footballeur, « *Quand il y'a un média national qui vient, c'est qu'il y a un événement qui sort de l'ordinaire. Souvent c'est parce qu'il y a un problème où un événement comme il y a eu à Ajaccio ou la effectivement les feux étaient braqués sur cet événement* ». Le non-intérêt des médias nationaux, n'est pas propre au Havre, de manière générale le championnat de Ligue 2 ne suscite que très peu d'attrait au niveau national. Les journalistes sportifs nationaux ne connaissent pas personnellement les joueurs havrais et leurs histoires, de ce fait ils n'ont absolument aucun remords à diffuser des informations négatives. « *La presse nationale vient une fois de temps en temps etc.. Ils peuvent écrire les crasses qu'ils veulent, ils s'en foutent. Le match d'après ils n'ont pas besoin de Tanchot, d'un joueur.* », affirme Benoit Donckele. Si les joueurs et le club verrouillant leurs communications aux médias nationaux, cela n'importera en rien la forme et l'organisation de ces derniers.

Les relations entre les clubs de football et les médias nationaux ont été profondément bouleversées par l'arrivée des droits télévisés. Beaucoup de chaînes TV obtiennent les droits exclusifs de certaines images, à l'instar de Bein Sport qui en échange d'argent versé aux clubs, exige de filmer la causerie des coachs dans les vestiaires. D'après Clémentine Maillot, ce fait n'est pas totalement vrai au Havre, puisque l'actuel coach Oswald Tanchot refuse l'accès à son vestiaire, quelque soit le média, « *Bein c'est très compliqué faut toujours qu'on leur mette à dispo un joueur, une caméra dans le vestiaire, les coachs en train de donner ses consignes sauf que nous c'est un peu compliqué parce qu'il y a des choses qu'on ne souhaite pas montrer, qu'on ne souhaite pas diffuser, qui doivent rester interne au club, par souci de stratégie.* »

4. Le HAC dans les médias nationaux

En terme de couverture, la diffusion de l'information du HAC au niveau national est dérisoire. C'est l'élément principal retenu de nos entretiens, journalistes, joueurs, supporters, tous sont d'accord pour dire que le club manque de visibilité. Peu importe le média, l'information produite sur le club est minime. Un fait que les supporters regrettent, « *Il y a pas grand chose. Il y en a pas assez, il y'a Bein Sport, l'Equipe mais il y a rien quoi... niveau média national on a rien du tout. Il n'y a aucune visibilité. Que ce soit presse écrite, TV ou radio. A part quelques fois*

« dans l'année où c'est un match à enjeu, un événement particulier » affirme Olivia Detivelle. Concernant la diffusion des matchs, le constat est le même, il est rare de voir un match du Havre diffusé intégralement. Dans le meilleur des cas, les supporters doivent se satisfaire du multiplex, ce que déplore Cédric Dutot *« Parfois t'as des matchs du HAC qui passent même pas à la télé, t'as le match il est diffusé sur le site internet alors si t'as pas d'ordinateur ou de téléphone sur toi tu peux pas regarder ton match. »*.

Si les médias nationaux ne prennent pas la peine de produire et diffuser de l'information sur le club du Havre, c'est principalement dû au fait, qu'en France, seule une partie infime de la population porte de l'intérêt au club. C'est également dû à de mauvais résultats de l'équipe. C'est ce que nous explique Yann Simon, *« On est devenu un club moyen en Ligue 2, la presse nationale s'intéresse très peu à nous. Aujourd'hui il y a trois clubs qui trustent les médias en France et pour le reste, il y'a déjà peu de place pour un club de Ligue 1 alors pour un club moyen de Ligue 2. »*.

5. La communication du HAC

Ces vingt dernières années, l'évolution de la communication des clubs de football a profondément modifié les rapports entre les footballeurs et les journalistes. L'arrivée des nouveaux métiers tels que les chargés de presse et communication ainsi que le développement de nouveaux outils à l'instar des réseaux sociaux, ont amené la profession de journaliste à s'adapter. Au HAC, Clémentine Maillot est en charge de la communication, du marketing et des relations avec la presse, depuis quelques années, *« On peut pas comparer un club aujourd'hui et il y a 20 ans, cela n'a plus rien à voir, ce n'est plus les mêmes enjeux, plus les mêmes budgets, plus les mêmes diffusions télévisées, tout a changé, on peut pas du tout comparer l'époque d'avant et aujourd'hui »*. À cette époque, il n'existait aucune barrière entre les joueurs et les journalistes, ces derniers pouvaient entrer en contact et réaliser des interviews sans grande difficulté, Christophe Revault confirme ce fait lorsqu'il jouait au HAC dans les années 90, *« À l'époque, les journalistes rentrés dans le vestiaire à la fin du match, ils s'asseyaient sur le banc à côté de nous puis ils faisaient le papier comme ça »*. Aujourd'hui, nous ne voyons plus cela au HAC et dans l'ensemble des clubs de football professionnels. Désormais, de nouvelles fonctions sont apparues afin de faire le lien entre les médias et le club, c'est le cas de l'attaché de presse. Selon Clémentine Maillot, son métier est devenu essentiel,

« Je me vois plutôt comme une aide, c'est à dire qu'étant chargé de presse, il y a un point d'entrée, tout le monde m'appelle pour avoir des interviews et moi je m'occupe d'organiser la rencontre. Moi je facilite l'organisation, la planification des rendez-vous et des interviews. »

D'après les dires des journalistes, si les modes de communication du club ont évolué, le HAC reste malgré tout un club ouvert, avec lequel il est facile de travailler, *« Honnêtement ça se passe bien, pour avoir fait d'autres clubs, on nous ouvre quasiment toutes les portes ici au Havre. »* certifie Bertrand Queneutte. En général, les clubs de football mettent en place des plans de communication, plus ou moins important en fonction de la taille du club. Ce plan, définit la marche à suivre pour les médias. D'après Benoit Donckele, au Havre, ce n'est pas tout à fait le cas, *« Il faut savoir que le HAC, à l'échelle de la Ligue 2 c'est un club qui reste très ouvert. On voit l'entraîneur quand on a envie de voir l'entraîneur, on voit les joueurs quand on a envie de voir les joueurs, En ligue 2, tu as 70% des clubs où il y a un point presse, la veille du match ou l'avant-veille du match. Donc là tu vois l'entraîneur, tu vois le joueur qu'on t'impose souvent et puis pour le reste t'es obligé de passer par l'attachée de presse ou par le responsable de la com' pour espérer voir un entretien avec un joueur en semaine. »*

Tous les journalistes que nous avons interrogés possèdent les numéros de téléphone des joueurs de l'équipe et passent rarement par la chargée des relations presse. Ce que confirme le joueur Victor Lekhal, *« Ils m'appellent des fois après le match, ou avant le match justement pour caler une interview, parfois en passant par Clémentine et je sais que j'en connais un qui passe directement par moi »*. Un fait exceptionnel à une époque où beaucoup de clubs sportifs cloisonnent leur communication et régulent strictement l'accès aux joueurs.

Parfois, la communication du club peut se fermer, lors de brouilles avec les médias comme nous l'avons vu précédemment, cela se produit également lorsque le club est en mauvaise posture affirme Bertrand Queneutte, *« Là je sais que si on gagne à Châteauroux, j'ai Oswald mardi prochain, si on perd je ne l'ai pas. »*. Dans ce genre de situation, les membres du club ainsi que les joueurs parlent moins fréquemment et moins librement.

Des situations exceptionnelles amènent le club à prendre des mesures strictes, ce fut le cas cette saison lors des rencontres face à l'AC Ajaccio. En vu du contexte particulier depuis les événements de mai 2018, le club a interdit aux joueurs de s'exprimer face aux médias *« Quand il y a eu le match contre Ajaccio, ils ont pas eu le droit de parler. Premier match depuis les événements, ils nous ont envoyé*

6. Les footballeurs, champions du discours stéréotypé

Depuis plusieurs années, les discours des footballeurs face aux médias tendent à suivre le schéma de la communication dans le football et le sport en général, celui du contrôle. L'ensemble des journalistes que nous avons rencontrés l'on confirmé, les joueurs de football tiennent tous le même discours, formaté et impersonnel, « *Une fois que le mecs sont douchés, rasés, habillés, qu'ils se sont tout dit dans le vestiaire, ils sortent ils disent tous le même discours* » affirme Benoit Donckele. Selon les journalistes, le club ne prend aucun risque et envoie aux médias, les joueurs capables d'anticiper leurs questions, des joueurs aux déclarations lisses et sans folie.

Toutefois, Clémentine Maillot affirme qu'au Havre les joueurs sont libres de dire tout ce qu'ils veulent, « *Je leur impose aucun discours, ils disent vraiment ce qu'ils ressentent quand on leur pose une question alors après évidemment il y a des choses qu'ils n'ont pas le droit de dire mais bon qui vont de soit avec le métier de footballeur.* »

Les joueurs peuvent donc s'exprimer comme bon leur semble, ils ont conscience qu'il ne faut pas nuire à l'image du club et agissent donc naturellement en ce sens, certifie Victor Lekhal « *C'est pas le club, on va dire que c'est le bon sens. Je pense que ceux qui y vont le plus souvent c'est ceux qui sont capables d'anticiper les questions et justement on sait ce qui est bien pour le club, ce qui est bien pour le joueur mais on a pas de restrictions* ».

S'ils sont libres de leurs paroles, les footballeurs doivent en assumer les conséquences. Les dérapages sont rares mais ils existent et les répercussions peuvent être multiples. Le joueur Arnaud Balijon en a fait les frais durant sa carrière, « *À Laval, j'ai joué longtemps là-bas, j'avais une très bonne image et puis bon il y a eu des choses qui n'ont pas été correct vis-à-vis de moi de la part du club. J'ai rien dit pendant un long moment, c'est monté et puis un jour en conférence de presse, j'ai lâché des informations sur mon avenir que j'aurais pas du lâcher à ce moment là et ça a été très mal pris de la part du président.* »

Parler aux journalistes n'est pas toujours évident, certains joueurs sont plus à l'aise avec l'exercice et paraissent régulièrement dans les médias. Dans de nombreux cas, il s'agit de ceux qui sont passés par un centre de formation. Victor Lekhal fait partie de ces joueurs. Depuis son plus jeune âge, il a été soumis à ce genre de

pratiques, « *Au début c'était un peu compliqué, j'aimais pas ça et moi c'était vraiment que le terrain mais voilà ça fait parti du métier, voilà je m'y suis fait. Au fil des interviews ça devient facile.* ». Ces jeunes susceptibles de devenir populaires sont très tôt mis en condition, on leur apprend le bon comportement à adopter dans la vie et également devant les médias. Frédéric Ortiz, directeur administratif du centre de formation du HAC a évoqué les conditions auxquelles sont soumis ces jeunes, « *Ils ont les interdits qu'ils ont dans leur contrat, c'est-à-dire qu'il faut pas qu'ils nuisent à l'image du club, il faut pas qu'ils nuisent à leur image.* »

Ainsi, les footballeurs passés par ce genre de structures sont préparés à ces situations. De ce fait, il leur est plus facile d'aller à la rencontre des médias.

Si certains sont dotés d'une aisance naturelle face aux journalistes, d'autres sont réfractaires à la pratique. Pour les aider les clubs mettent en place des cours de médias training. L'objectif de ces formations est d'aider le joueur à développer sa communication et à améliorer son image auprès du public. De nombreux clubs usent de cette stratégie, le Havre ne déroge pas à la règle. « *On fait aussi avec les joueurs professionnels ce qu'on appelle le média training c'est à dire qu'on les entraine à s'exprimer devant une camera, devant le micro, devant un journaliste, en conf' de presse devant plusieurs journalistes. On essaye de les préparer au maximum à tout ce qui est exposition médiatique.* » Justifie Clémentine Maillot.

7. Les réseaux sociaux au service du football

L'arrivée des réseaux sociaux dans le monde du football a elle aussi cassé les codes classiques de la communication. La majorité des joueurs du Havre possède un compte Instagram, Twitter et Facebook, ils peuvent ainsi communiquer par leurs propres moyens. L'ensemble de nos interviewés sont d'accord pour dire que ces nouvelles pratiques apportent tout autant d'avantages que d'inconvénients.

Dans certains cas, les réseaux sociaux permettent aux joueurs d'établir une certaine proximité avec les supporters et de générer une importante communauté, Victor Lekhal a 25 ans, s'est inscrit sur les réseaux sociaux il y a quelques années comme tous les jeunes de sa génération, « *Maintenant je m'en sers comme un plus pour mon image. Je sais que Twitter c'est super regardé, je fais aussi passer des petits messages d'encouragement, de soutien.* ».

Pour les journalistes, les réseaux sociaux peuvent parfois être une mine d'or, ils peuvent ainsi contacter directement les joueurs et obtenir plus aisément des

informations. Luc Gallais a déjà usé de ce moyen, « *Ca m'arrive aussi de les contacter souvent par réseaux sociaux, ils sont tous sur Facebook voire sur Instagram et ça peut aider. Notamment le jour de la mort de Samba Diop, j'avais réussi à approcher Ozer Ozdemir qui était très proche et très affecté.* ».

Pour les supporters, les réseaux sociaux sont une façon de prendre part au quotidien de leur équipe et parfois même d'échanger avec eux, comme l'explique Cédric Dutot « *Je trouve ça bien qu'ils fassent partager leur quotidien à l'entraînement et même quand ils sont en sélection, ça rapproche, tu peux échanger avec eux c'est bien.* ».

Cependant, de nombreux footballeurs emploient des community managers. Des experts du web, chargés de créer et de fédérer une communauté d'internautes. Les joueurs délèguent donc leurs comptes, pour Florian Hedouin, cela entache à leur image et les déshumanise, « *La plupart ont des community managers ce qui fait que ça polisse beaucoup leur langage. (...) Maintenant le joueur de foot avec un community manager vendu comme un produit marketing ça me fait un peu chier. Je préfère les joueurs un peu plus frais, un peu plus spontanés qui réagissent d'eux-mêmes.* ».

Sur les réseaux sociaux aussi, le club tente de contrôler au mieux le discours des joueurs, sans pour autant les limiter, l'objectif étant toujours de transmettre une bonne image du club, « *Plus ils sont actifs, plus je trouve ça bien et intéressant. Je trouve que le fait de répondre à ses fans, ça donne une bonne image et ça fait plaisir, ça montre que c'est pas qu'un joueur de foot qui gagne des milles et des cents comme beaucoup de gens on en tête comme cliché, ça humanise le joueur.* » affirme Clémentine Maillot.

Toutefois, si les réseaux sociaux permettent de bonifier l'image des joueurs, ils peuvent tout autant lui nuire. Les risques de dérapages sur ces plateformes sont grands, les exemples dans le monde du football sont nombreux. Pour éviter ce genre de désagrément, le club réalise des campagnes de prévention comme nous l'indique le directeur sportif Christophe Revault, « *Chaque début de saison, Gauthier Malandain qui fait une intervention avec Clem qui les met en garde par rapport à ça.* ». Cela ne s'applique pas uniquement aux professionnels. Question de génération, les jeunes du centre de formations possèdent tous des réseaux sociaux. Afin de leur faire prendre conscience des risques, ils reçoivent également des cours à ce sujet, « *Il y a une formation dans le cadre de l'UNFP, le syndicat des footballeurs où ils viennent aussi alerter les joueurs sur les réseaux sociaux.* » indique Frédéric Ortiz.

Les réseaux sociaux servent également à la communication du club, ils sont même devenus une arme cruciale en terme d'image, le club du Havre possède un compte Facebook, Instagram et Twitter. Malgré cela, les supporters trouvent que la communication du club en terme de visibilité est insuffisante, « *Ils font ce qu'ils peuvent avec ce qu'ils ont c'est à dire pas grand chose* » admet Florian Hedouin. Le manque de budget explique en parti cette insuffisance. Dans les grands clubs, le service de communication est composé de nombreuses personnes. Au HAC, la personne qui est en charge des réseaux sociaux et également celle qui s'occupe des relations avec la presse, c'est Clémentine Maillot, « *Il y a beaucoup de choses nouvelles donc on essaye de s'adapter, de toujours être présent et d'être en phase avec ce qui se passe au quotidien, après faire beaucoup plus c'est toujours compliqué parce que ça veut dire qu'il faut plus de personnes à la communication ce qui n'est pas toujours possible.*»

L'aspect financier ne justifie pas tout pour Cédric Dutot, il y a de nombreuses choses à revoir, « *Je trouve qu'il y a parfois un manque de communication, par exemple quand il y a un entraînement au Stade Océane, ils vont l'annoncer le jeudi à 14 heures alors que c'est pour l'après-midi à 15 heures.*».

VII. Interprétation des résultats

1. La couverture du HAC dans Paris Normandie

Le quotidien *Paris Normandie* publie, en moyenne, plus de 8 articles au sujet du HAC chaque semaine. La place consacrée au club dans le journal est sensiblement la même, c'est une page la veille des matchs, une double page le jour même, une page le lendemain, et une page le surlendemain. Les matchs se déroulant le vendredi ou le lundi, cela explique le fait que le nombre d'articles soit plus important le week-end que pendant la semaine. Le HAC fait la Une du quotidien à des très rares occasions, quand c'est le cas, l'information n'est pas située au premier plan, dans le ventre mais au niveau du bandeau, ou en pied de page. Cela peut s'expliquer par le fait que le choix des Unes est décidé collectivement, lors des réunions de rédaction et ne dépend pas uniquement du journaliste sportif.

Nous pouvons également constater que le nombre d'articles est plus important en tout début de saison, nous pouvons justifier cela par le fait qu'au retour de la trêve

estivale, de multiples informations sont diffusées concernant la reprise du championnat et l'état général de l'équipe. Il s'agit principalement de petits articles de type brève ou filets qui traitent des sujets tels que le mercato, ou encore des abonnements au stade par exemple. Durant l'année, les articles publiés traitent quasiment tous du championnat, nous expliquons cela par le fait que la montée en Ligue 1, reste l'objectif principal du club. Les articles sont le plus souvent des comptes rendus, des interviews, et des suivis de rencontre. Là aussi, le journaliste reprend sensiblement la même logique toutes les semaines. Avant chaque rencontre, il rédige une présentation d'avant-match, réalise un portrait et une interview d'un joueur ou d'un membre de l'équipe. Un compte rendu, une analyse et un suivi les jours qui suivent les matchs. Aucune place n'est accordée à l'investigation, c'est l'une des caractéristiques du journalisme sportif régional, comme l'explique dans son article Benjamin Parot, « *L'analyse sportive est le cœur de métier du journaliste de sport en PQR, quand la démarche d'investigation ou d'information sur les coulisses du club est reléguée aux marges, voire ne fait pas partie de son périmètre.* »⁶³

Les intervenants qui s'expriment le plus régulièrement dans *Paris Normandie*, sont les joueurs, le coach et les membres des équipes adverses. Ce sont les acteurs principaux, le choix du journaliste est donc judicieux, il donne la parole aux premiers concernés. Nous constatons que les joueurs qui s'expriment sont souvent les mêmes, Yoann Thuram ou encore Alexandre Bonnet. Deux raisons peuvent permettre de justifier cela, ils sont des cadres de l'équipe, la communication du club les envoient donc plus souvent parler à la presse durant les conférences d'avant et d'après match. La seconde raison est liée aux relations que peut avoir le journaliste avec ces footballeurs. Il s'agit de joueurs avec lesquels il a plus d'affinité et dont les contacts sont plus faciles.⁶⁴ Le journaliste accorde également une grande importance aux dires des équipes adverses, après chaque rencontre il inclut les déclarations de joueurs et coachs dans ses articles. Il lui arrive aussi de consacrer des interviews et analyses aux adversaires du HAC.

Sur l'ensemble des périodes étudiées, nous remarquons une évolution, les

⁶³ - Parrot Benjamin, « Sport et presse quotidienne régionale : un journalisme sous influence ? », *Communication & langages*, 2011/2 (N° 168), p. 113-125. DOI : 10.4074/S0336150011012099. URL : <https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2011-2-page-113.htm>

⁶⁴ - Souanef Karim, « Écrire sur les footballeurs d'un club professionnel. Contribution à l'analyse des logiques de production de l'information sportive », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 2015/4 (N° 209), p. 72-85. DOI : 10.3917/ars.209.0072. URL : <https://www.cairn.info/revue-actes-de-la-recherche-en-sciences-sociales-2015-4-page-72.htm>

interventions sont de moins en moins nombreuses, le coach Oswald Tanchot s'exprime nettement moins en fin de saison. Il est possible que les mauvais résultats de l'équipe soient à l'origine de ce changement. En effet, la communication des clubs de sport se ferme lorsque les objectifs ne sont pas atteints. Dans notre cas, le HAC n'a pas atteint le top 5 du classement, et donc ne jouera pas les barrages de promotion pour accéder à la Ligue 1.

Enfin, la majorité du temps le journaliste s'efforce de rester neutre et objectif lorsqu'il traite de l'équipe du Havre. Toutefois, nous constatons que les articles dans lesquels il adopte un ton positif, sont rédigés en première partie de saison. Les articles au ton négatif sont publiés en deuxième partie de saison. Cela, correspond, là aussi, aux résultats de l'équipe. L'ensemble de la saison a été très moyenne, si au commencement du championnat, le journaliste montre de l'enthousiasme et entretient l'espoir auprès des lecteurs, la fin de saison est davantage marquée par les critiques, amplifiées au fil des semaines par les échecs successifs de l'équipe. Les journalistes sportifs de la presse quotidienne régionale se doivent de transmettre la vérité, puisqu'un grand nombre de lecteurs assiste aux matchs et connaît les faits. Selon l'historien en journalisme Jacques Marchand, le journaliste doit penser avant tout aux lecteurs. « *Sa conscience professionnelle dépend de son journal. Mais le journaliste dépend des lecteurs, qui lui font confiance.* »

2. La couverture de l'affaire Ajaccio-Le Havre dans *Paris Normandie*, *Corse-Matin* et *L'Equipe*

Nous constatons l'importance qu'a pris l'affaire Ajaccio-Le Havre dans la presse à travers différents aspects.

Notons dans un premier temps que les quotidiens régionaux *Paris Normandie* et *Corse-Matin* ont publié sensiblement le même nombre d'articles sur l'ensemble de la semaine. En revanche, le journal *L'Equipe* en a publié légèrement moins. Une disparité qui peut s'expliquer par la loi de proximité géographique. Les deux journaux régionaux mettent en évidence l'information des clubs de leur région respective, afin de répondre aux demandes de lectorat.⁶⁵ Dans le cas de *Paris Normandie*, le HAC est le club normand le plus important. En Corse, l'affiche est partagée entre les clubs de Bastia, de l'AC Ajaccio et du GFG Ajaccio. Il est important de préciser que le match initialement prévu le 18 mai était un véritable

⁶⁵ - Ohl Fabien, Le journalisme sportif, une production sous influence, L'exemple de la presse quotidienne régionale. *Regards Sociologiques*, N°20, 2000, p89-106.

enjeu pour les deux régions puisqu'il permettait à l'une des équipes de rejoindre l'ultime match des barrages à la clef de laquelle se trouvait une place en Ligue 1. *L'Equipe* est un quotidien national et doit traiter l'ensemble du paysage sportif français. Il s'organise en fonction de la popularité des sports et de l'importance des événements. Une place importante est dédiée au football et aux clubs phares de Ligue 1. La couverture de la Ligue 2, quant à elle, est minime. La raison de ce choix est économique. Un club comme le Paris-Saint-Germain est plus vendeur que le HAC et la presse papier tente depuis plusieurs années de faire face à une diminution de ses lecteurs qui se tournent vers d'autres médias, telle que la télévision. En effet, les chaînes sportives se multiplient et les émissions de football sont de plus en plus nombreuses. Ainsi, le volume horaire consacré au sport à la télévision s'accroît, engendrant de ce fait une importante concurrence entre les médias.⁶⁶ Au vu du nombre d'articles, nous pouvons donc affirmer que la couverture de *L'Equipe* sur l'Affaire ACA-HAC est exceptionnelle. Nous constatons une rupture à partir du 21 mai. Il y a un emballement médiatique, plus de la moitié des articles ont été publiés entre le 21 et 23 mai. Les incidents qui se sont déroulés pendant le match du dimanche, ont atteint l'opinion publique. Tous les médias, même généralistes, ont évoqué l'affaire. Une véritable polémique est née, outrepassant l'univers du sport. En effet, le football peut apparaître ici comme un outil politique, confrontant les deux régions Corse et Normandie. Les personnes qui se sont exprimées dans les quotidiens confirment cette politisation de l'affaire. Chacun essaie de défendre l'équipe régionale et par la même occasion la région dont il est issu. Les quotidiens régionaux n'ont pas hésité à faire intervenir des politiciens tels que le premier ministre Edouard Philippe, ancien maire du Havre ou encore la députée Agnès Firmin Le Bodo pour *Paris Normandie*. La députée Normande dénonce les insultes racistes profanées par les Corses envers les Havrais durant la rencontre et la non réaction des instances de football. Dans *Corse-Matin*, c'est Jean-Guy Talamoni, président de l'Assemblée Corse qui s'est exprimé. L'élus corse, reproche quant à lui le lynchage médiatique et le racisme anti-Corse de la part des médias. Ce sentiment de victimisme corse n'est pas nouveau. Didier Rey l'évoque dans son article, *Usage politique du football en Corse (1059-2000)*. Les équipes corses sont très souvent considérées comme brutales par leurs adversaires et leurs supporters ont mauvaise réputation, jugés

⁶⁶ - Conseil Supérieur de l'audiovisuel, Sport et télévision, contribution croisée. Juin 2017, 98p.

dangereux.⁶⁷ Les médias ont fortement contribué à cette « légende » et cette affaire ne déroge pas à la règle. En effet, le 22 mai, le journaliste de l'Equipe Vincent Duluc a rédigé un billet d'humeur où il dénonce les violences du football corse.

L'importance de l'événement est également constatable au regard des Unes des trois quotidiens. L'affaire a fait les gros titres tous les jours, ou presque, dans la presse régionale, fait inhabituel pour un quotidien généraliste. Dans les rédactions, le choix des Unes est décidé collectivement, selon Benoit Donckele (communication personnelle mars 2019). Bien que le sport soit un sujet fédérateur, il est rare qu'il soit préféré à une information générale. Dans *L'Equipe*, l'affaire a fait les gros titres à trois reprises, c'est moitié moins que les journaux régionaux mais cela reste tout de même important.

Nous pouvons également constater l'ampleur prise par cette affaire en analysant l'emplacement des articles dans les journaux. Les deux quotidiens régionaux ont publié la majorité de leurs articles dans les pages sport. Cependant, quelques uns sont situés dans les rubriques d'informations générales, en tout début de journal. Le quotidien *L'Equipe* a publié la plupart de ces articles en début de journal, ce qui montre encore un peu plus l'exceptionnalité de cette affaire.

Si les trois quotidiens ont fait de l'affaire un événement majeur, le traitement de cette dernière diffère sur de nombreux points.

La première différence notable est celle des sujets abordés. Les deux quotidiens régionaux ont totalement délaissé l'aspect sportif de l'événement pour se focaliser sur l'aspect extra sportif. Ils défendent, corps et âme, leur club respectif et s'accusent mutuellement. Dans ce genre d'événement, nous pouvons constater le degré d'implication des journalistes, le chauvinisme flirte avec l'objectivité. Tout les deux se voient en victime. De ce fait, la rédaction de *Paris Normandie* a fait le choix de traiter sous plusieurs angles les incidents vécus par le club. Le quotidien corse a traité l'affaire d'un point de vu diamétralement opposé. Contrairement à son homonyme normand, les articles publiés dans le journal évoquent peu les incidents dont ils sont à l'origine, à l'instar des insultes racistes. Tout deux parlent à plusieurs reprises de la Ligue. *Paris Normandie* juge les sanctions contre le club ajaccien trop légères, *Corse-Matin*, les trouve trop sévères.

Le choix des photographies et des déclarations marque une seconde différence, les quotidiens régionaux mettent essentiellement en avant les personnalités de leur

⁶⁷ - Rey Didier, « Usage politique du football en Corse (1959-2000) », *Ethnologie française*, 2005/1 (Vol. 35), p. 137-145. DOI : 10.3917/ethn.051.0137. URL : <https://www.cairn.info/revue-ethnologie-francaise-2005-1-page-137.htm>

propre région. Dans *Paris Normandie* les clichés représentent majoritairement les joueurs havrais durant la rencontre et les portraits de politiciens. Il n'accorde aucune place au club d'Ajaccio. La bagarre générale entre les joueurs est illustrée plusieurs fois également. Le journal corse, quant à lui, n'a diffusé aucun cliché de la rixe. Cependant un nombre important de photographies mettent en scène les joueurs ajacciens de manière positive.

Les déclarations publiées dans les quotidiens suivent la même logique, la parole est majoritairement donnée aux acteurs locaux. On note une grande différence cette fois, aucun joueur normand ne s'est exprimé dans la presse à la suite des incidents. Nous pouvons imaginer qu'ils n'ont pas voulu parler aux médias suite à cet événement ou bien que la direction du club ne les a pas autorisés à s'exprimer, en vu des circonstances exceptionnelles. Seuls les dirigeants havrais se sont adressés aux médias. Le quotidien *Corse-Matin* a essentiellement fait entendre la voix des dirigeants et du staff ajaccien, les joueurs se sont exprimés quelques fois. La prise de parole des dirigeants dans cette affaire illustre toute sa dimension.

Le traitement de l'affaire par le quotidien nationale *L'Equipe* est particulière, les quatre premiers jours ont été couverts par le journaliste qui est en charge de suivre les clubs de Ligue 2 habituellement, les faits racontés sont centrés sur l'aspect sportif. À partir du lundi 21 mai, les choses ont totalement été bouleversées, dans des dossiers de plusieurs pages, le journal fait intervenir plusieurs journalistes et experts afin d'analyser l'affaire. Malgré les nombreux aspects extra sportifs de cette affaire, c'est le côté sportif de la rencontre reportée qui prime dans l'ensemble des articles. Toutefois, nous pouvons constater une rupture à partir du mardi 22 mai, jour où la Ligue de Football a rendu ses décisions. La Une du journal titre « La honte », et les articles s'articulent sur l'enquête et les décisions prises par la LFP. *L'Equipe* remet en cause les compétences de la LFP. Si jusqu'à cette date, le quotidien n'avait pris aucun parti, la balance penche désormais en faveur du HAC.

Concernant le choix des photographies, la rédaction de *L'Equipe* a souhaité mettre en avant de manière équitable les deux clubs. Un fait qui est également vrai pour les déclarations, puisqu'il donne autant la parole aux Corses qu'aux Normands.

Dans cette affaire, les deux quotidiens régionaux se placent en victimes. Ils cherchent tous les deux à défendre les clubs de leurs régions et donnent des versions différentes des événements. Le quotidien national, quant à lui, a tenté de

respecter au maximum cette impartialité sur l'ensemble de la semaine.

3. Les relations entre journalistes sportifs et footballeurs du HAC et la couverture du club dans les médias

De manière générale, les relations entre les journalistes et les joueurs ainsi que les clubs de football sont ambiguës. C'est un rapport de séduction à double sens, les journalistes ont besoin d'entretenir de bons rapports avec les membres du club afin d'obtenir des informations. À l'inverse, les clubs et les joueurs ont besoin des médias dans le but d'avoir un maximum de visibilité.

Cette ambiguïté est davantage vraie à l'échelle régionale, puisque contrairement aux médias nationaux qui ne s'intéressent que très peu au HAC, les médias régionaux dépendent du club pour produire l'information sportive chaque jour. Entretenir de bons rapports est donc primordial. Journalistes sportifs régionaux et membres du club se côtoient quotidiennement, créant ainsi des affinités, tous se connaissent.⁶⁸ Les véritables amitiés entre journalistes et footballeurs sont rares mais possibles. Cela ne veut pas dire pour autant que les liens entre eux sont uniquement professionnels, la frontière entre les journalistes et les membres du clubs sont parfois très minces. Certains journalistes admettent avoir plus d'affinités avec certains joueurs que d'autres.⁶⁹

Parfois, ces relations peuvent influencer sur la qualité de l'information. Certains journalistes affirment traiter plus gentiment les joueurs avec qui ils entretiennent de bons rapports.

Le journaliste sportif régional est un journaliste et non un communicant, il se doit de raconter les faits de façon objective et neutre. Bien qu'il lui arrive parfois d'encenser le club, de le soutenir et d'adopter un comportement chauvin dans certaines situations, il doit également émettre des jugements négatifs quand il le faut. Le club et les joueurs ont parfois du mal à assimiler les critiques. En réponse, ces derniers peuvent fermer leur communication avec les médias. Pour les journalistes, la production de l'information devient donc difficile.

⁶⁸ - Parrot Benjamin, « Sport et presse quotidienne régionale : un journalisme sous influence ? », *Communication & langages*, 2011/2 (N° 168), p. 113-125. DOI : 10.4074/S0336150011012099. URL : <https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2011-2-page-113.htm>

⁶⁹ - IDEM

4. La communication du club et des joueurs

Les relations entre les médias et le football ont été totalement bouleversées ces dernières années par l'évolution des communications des clubs. Si auparavant les journalistes pouvaient s'entretenir directement avec les joueurs, cela est devenu impossible aujourd'hui. Désormais, les médias doivent passer par des tierces personnes afin d'espérer rencontrer les membres du club.

L'arrivée de nouveaux métiers de communicants, tels que les chargés de presse, dans le monde du sport est venue verrouiller la communication des clubs et de ce fait modifier le travail des journalistes. Ces derniers ce sont retrouvés mis à distance.⁷⁰ Cependant, les plans de communication des clubs dépendent de la taille et des moyens de ces derniers, ainsi Le HAC reste un club particulièrement ouvert. Les journalistes peuvent encore approcher facilement les joueurs et le staff. Mais cela n'est pas le cas partout, certains clubs de même niveau cadenassent totalement leur communication, réduisant les journalistes à se rendre aux conférences de presse. Il est parfois impossible pour eux de rencontrer individuellement les membres du club.⁷¹

Tout est mis en place par les clubs pour contrôler les médias, dont les discours des footballeurs. Ces derniers ne sont pas libres de tout dire, les discours se ressemblent tous et paraissent souvent formatés. Toutefois, les clubs n'interdisent pas aux joueurs de s'exprimer, ces derniers savent d'eux-mêmes comment bien agir face aux médias, ils ne doivent pas nuire à l'image du club. Certains joueurs sont plus à l'aise que d'autres. Pour beaucoup d'entre eux, ils pratiquent l'exercice depuis leur plus jeune âge dans les centres de formation. D'autres fuient totalement les zones presses, afin de palier à cela et d'éviter les dérapages, les clubs mettent en place des cours de média training. Les réseaux sociaux sont également venus bouleverser les modes de communication traditionnelle. Si certains sont réfractaires, il est devenu indispensable pour les clubs et les joueurs d'y être présent. Ils permettent d'accroître leur visibilité et de générer une communauté de supporters. Néanmoins, les dangers liés à cette plateforme sont présents et les clubs restent vigilants quant aux publications des joueurs.

⁷⁰ - Montañola Sandy, Romeyer Hélène, Souanef Karim, « Journalistes et communicants : cohabitation « forcée » et co-construction de l'information sportive », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2012/1 (n° 13/1), p. 144-156. URL : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2012-1-page-144.htm>

⁷¹ - Souanef Karim, « Écrire sur les footballeurs d'un club professionnel. Contribution à l'analyse des logiques de production de l'information sportive », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 2015/4 (N° 209), p. 72-85. DOI : 10.3917/arss.209.0072. URL : <https://www.cairn.info/revue-actes-de-la-recherche-en-sciences-sociales-2015-4-page-72.htm>

VIII. Conclusion

À travers ce mémoire, nous avons tenté de répondre à la problématique suivante : « Les rapports entre journalistes régionaux et footballeurs : l'exemple du Havre Athletic Club. Analyse d'entretiens et étude comparative du traitement médiatique du club à l'échelle régionale et nationale. »

La profession de journaliste est difficile à définir. Tout comme les relations qu'entretiennent les journalistes avec les communicants est compliquées à comprendre. Depuis toujours l'univers sportif et journalistique sont intimement liés. Cependant, ces relations ont été profondément modifiées et elles se sont complexifiées ces dernières années.

Nous l'avons vu tout au long de notre analyse, le traitement de l'information sportive par les journalistes des médias régionaux est particulier. Ces derniers doivent, comme tout journaliste, transmettre l'information de la façon la plus réaliste et honnête possible. En revanche, ils ne sont jamais totalement objectifs. Les médias sportifs havrais sont les seuls à couvrir quotidiennement Le HAC, ils s'adressent à un lectorat composé essentiellement de Normands. De ce fait les journalistes doivent, dans certaines situations, endosser un rôle de « journaliste partisan », ou du moins ajouter une touche de chauvinisme dans leurs productions. Les analyses que nous avons menées nous permettent de confirmer que cela a été le cas lors de l'affaire Ajaccio-Le Havre. Journalistes Corses et Normands ont traité les événements avec un fort attachement régional, chacun à tenter de défendre au mieux les couleurs de sa région à travers des photographies, des déclarations et des commentaires, allant parfois jusqu'à diffuser des informations erronées. Là est toute la difficulté du journalisme régional, jongler entre les limites sans jamais les dépasser. Réussir à maintenir un équilibre entre honnêteté et chauvinisme local.

Le journaliste sportif régional doit savoir faire la part des choses. Il doit pouvoir rester neutre dans le traitement des faits, tout en étant passionné, investi, et capable de transmettre de l'émotion aux supporters. Mais il doit également être apte à émettre des jugements négatifs. Ce qui n'est pas toujours facile car les journalistes sportifs régionaux suivent le club au quotidien et créent forcément une attache avec celui-ci. Certains journalistes couvrent le HAC depuis de très nombreuses

années et ont tissé des liens forts avec les membres du club, les empêchant parfois d'avoir un jugement impartial.

La question des rapports entre journalistes et footballeurs ainsi que les membres du club est complexe. Il s'agit d'un rapport de séduction permanent entre les deux parties. C'est une relation donnant-donnant, le club et les joueurs ont besoin de visibilité et les journalistes ont besoin d'obtenir des informations. Ainsi, les médias régionaux doivent impérativement entretenir des rapports cordiaux avec le club afin de continuer à produire des informations sur le HAC. Le cas contraire, le club verrouillera sa communication, et le travail des journalistes deviendra difficile. Le HAC est le club phare de la région normande et occupe une place importante dans les médias généralistes régionaux. Il est donc impossible pour les journalistes havrais de se passer des membres du club. Les médias nationaux n'ont pas ce problème, puisque la production de leurs informations ne dépend pas du HAC. La couverture des équipes de Ligue 2 est extrêmement faible au niveau national, les journalistes nationaux s'intéressent au HAC uniquement quand il y a des événements extra sportifs, à l'instar de l'affaire Ajaccio-Le Havre qui a fait les gros titres dans de nombreux médias généralistes et sportifs durant plusieurs jours.

Par ailleurs, la nature des relations entre média et sport a été profondément modifiée ces vingt dernières années par l'arrivée en nombre des communicants et des nouvelles technologies et réseaux. Des changements engendrés par l'émergence de nouveaux enjeux économiques, médiatiques et relationnels. L'avènement des réseaux sociaux a transformé les pratiques journalistiques, ils sont de véritables mines d'or pour les médias, de nombreuses informations y sont diffusées par les clubs et les footballeurs. Les journalistes peuvent également entrer directement en contact avec ces derniers. À l'heure actuelle, obtenir des interviews individuelles avec les joueurs est devenu mission impossible, les journalistes doivent se contenter des points presse organisés par les clubs et de joueurs qui tiennent des discours normés. Journalistes et membres des clubs doivent désormais collaborer afin de préserver leurs intérêts. Le club du Havre illustre parfaitement la difficulté des relations qui peut exister entre journalistes sportifs régionaux et communicants. Désormais, le club a cette volonté d'encadrer, repoussant le modèle du journaliste qui avait accès aux coulisses des athlètes. Malgré tout, Le Havre Athletic Club ne souhaite pas verrouiller totalement sa communication, préférant conserver l'image d'un club « familial ».

Bibliographie

❖ Ouvrages

Bardin Laurence, « L'analyse de contenu », Vendôme, 2003

Berelson Bernard, *Content Analysis in Communication Research*, New York, Hafner Publ., 1971. Cité par Jean de Bonville, *L'analyse de contenu des médias*, Bruxelles, De Boeck, 2000

Bréchon Pierre (dir.), *Enquêtes qualitatives, enquêtes quantitatives*, PUG, 2011

Dereze, Gérard, *Méthodes empiriques de recherche en communication*, Bruxelles. 2009. 256p.

De Bonville Jean, « L'analyse de contenu des médias », Bruxelles, 2006,

De Ketele Jean-Marie et Roegiers Xavier, *Méthodologie du recueil d'informations*, Ed. Expérimentale, De Boeck–Bruxelles, 1991

Mercier, Bruno Havre Athletic Club, Edition Alan Sutton, coll. « Mémoire du football », 2002, 160p.

Guéry, Louis, *La presse quotidienne régionale et locale, Victoires Eds, « Connaissance Des Médias »*, 1995, 128p.

Grawitz Madeleine, *Méthodes des sciences sociales*, 1993 (9^e éd.). In: *Droit et société*, n°25, 1993. Les produits juridiques de l'appareil judiciaire comme objet sociologique. p. 588.

Huet, Philippe, 2010. *Dribbling*. Rivages, 222p.

Mathien, Michel, *La presse quotidienne régionale*, PUF, « Que sait-je? », 1993, 128p.

Mucchielli, Roger. – *L'analyse de contenu des documents et des communications*. – Paris : E.S.F., 1974.

Quivy Raymond, Van Campenhoudt Luc, *Manuel de recherche en sciences sociales*. 2006.

Rioux, Jean Pierre, « Les usages du temps libre », in Rioux, Jean-Pierre et Sirinelli, Jean-François (dir), *La culture de masse en France : de la Belle Epoque à aujourd'hui*, Paris : Fayard, 2002, p.368

R. Pariente (dir), *L'Équipe - 50 ans de sport - 1946-1995*, Paris, Diffusion Calmann-Lévy, 2 volumes, 1995.

❖ Articles scientifiques

Conseil Supérieur de l'audiovisuel, Sport et télévision, contribution croisée. Juin 2017, 98p. URL : <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Thema-Toutes-les-etudes-realisees-ou-co-realisees-par-le-CSA-sur-des-themes-specifiques/Les-etudes-du-CSA/Sport-et-television-Contributions-croisees2>

Dauncey Hugh, « Entre presse et spectacle sportif, l'itinéraire pionnier de Pierre Giffard (1853-1922) », *Le Temps des médias*, 2007/2 (n° 9), p. 35-46. DOI : 10.3917/tm.009.0035. URL : <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2007-2-page-35.htm>

Derville, Grégory (2017), *Le pouvoir des médias*, 4^e édition, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, Coll. « Politique en plus ». URL : <https://journals.openedition.org/communication/7473>

Gastaut Yvan, Mourlane Stéphane, « Introduction », dans : Yvan Gastaut éd., *Le football dans nos sociétés. Une culture populaire 1914-1998*. Paris, Autrement, « Mémoires/Histoire », 2006, p. 5-14. URL : <https://www.cairn.info/le-football-dans-nos-societes--9782746707894-page-5.htm>

Jones Russel A, Burnay Nathalie, Servais Olivier, « Chapitre 5. L'entretien », dans : , *Méthodes de recherche en sciences humaines*. sous la direction de Jones Russel A. Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, « Méthodes en sciences humaines », 2000, p. 137-167. URL : <https://www.cairn.info/methodes-de-recherche-en-sciences-humaines--9782804128005-page-137.htm>

Kaciaf Nicolas, Lagneau Éric, « Du vestiaire à la Une, de la Une au vestiaire. Sociologie de la mise en visibilité médiatique de l'« affaire Anelka » », *Politiques de communication*, 2013/1 (N° 1), p. 209-240. URL : <https://www.cairn.info/revue-politiques-de-communication-2013-1-page-209.htm>

Kessler, David, « Les médias sont-ils un pouvoir ? », *Pouvoirs*, 2012/4 (n° 143), p. 105-112. DOI : 10.3917/pouv.143.0105. URL : <https://www.cairn.info/revue-pouvoirs-2012-4-page-105.htm>

Marchand, Jacques, « Journalisme de sport : conception (ou exception) française... », *Les cahiers du journalisme*, décembre 2002. URL : http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/11/11_Marchand.pdf

Mayer Nonna. Blanchet Alain et alii, *L'entretien dans les sciences sociales..* In: *Revue française de sociologie*, 1987, 28-1. pp. 160-164. URL : https://www.persee.fr/doc/rfsoc_0035-2969_1987_num_28_1_2380

Moneghetti Merryl, Tétart Philippe, Wille Fabien, "De la plume à l'écran. Sport et médias, 1945-2005", in *Histoire du sport en France Tome 2*, Paris: Vuibert, 2007, pp. 197-228. URL : <http://tocs.ub.uni-mainz.de/pdfs/188448292.pdf>

Méadel, Cécile. Du local à l'universel. Les programmes de radio dans les années trente. DELPORTE Christian. Médias et villes (XVIII^e-XX^e siècle), C.E.H.V.I. / Publications de l'université François Rabelais, pp.87-100, 1999. halshs-00192758. URL : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00192758/document>

Montañola Sandy, Romeyer Hélène, Souanef Karim, « Journalistes et

communicants : cohabitation « forcée » et co-construction de l'information sportive », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2012/1 (n° 13/1), p. 144-156. URL : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2012-1-page-144.htm>

Ohl Fabien, Le journalisme sportif, une production sous influence, L'exemple de la presse quotidienne régionale. *Regards Sociologiques*, N°20, 2000, p89-106. URL : http://www.regards-sociologiques.com/wp-content/uploads/2009/05/rs_20_2000_6_ohl.pdf

Parrot Benjamin, « Sport et presse quotidienne régionale : un journalisme sous influence ? », *Communication & langages*, 2011/2 (N° 168), p. 113-125. DOI : 10.4074/S0336150011012099. URL : <https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2011-2-page-113.htm>

Perraki Vivi. Entrée du sport dans les titres de presse. In: *Mots*, n°29, décembre 1991. Politique et sport. Retours de Chine, sous la direction de Simone Bonnafous . pp. 93-98. URL : https://www.persee.fr/doc/mots_0243-6450_1991_num_29_1_1652

Rey Didier, « Usage politique du football en Corse (1959-2000) », *Ethnologie française*, 2005/1 (Vol. 35), p. 137-145. DOI : 10.3917/ethn.051.0137. URL : <https://www.cairn.info/revue-ethnologie-francaise-2005-1-page-137.htm>

Riolo, Daniel, « Football et médias : un heureux mariage de raison », *Géoéconomie*, 2010/3 (n° 54), p. 91-103. DOI : 10.3917/geoec.054.0091. URL : <https://www.cairn.info/revue-geoeconomie-2010-3-page-91.htm>

Souanef Karim, « Écrire sur les footballeurs d'un club professionnel. Contribution à l'analyse des logiques de production de l'information sportive », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 2015/4 (N° 209), p. 72-85. DOI : 10.3917/arss.209.0072. URL : <https://www.cairn.info/revue-actes-de-la-recherche-en-sciences-sociales-2015-4-page-72.htm>

❖ Articles Web

Bundle, e. (2019). *Presse Quotidienne Régionale*. [online] Acpm.fr. Available at: <https://www.acpm.fr/Les-chiffres/Diffusion-presse/Presse-Payante/Presse-Quotidienne-Regionale> [Accessed 5 May 2019].

« Corse-Matin » change de mains », sur LeMonde.fr (consulté le 6 mai 2019). Available at : https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2018/04/21/main-basse-sur-la-corse-et-son-quotidien_5288578_3236.html [Accessed 10 avril 2019].

Hac-foot.com. (2019). [online] Available at: <http://www.hac-foot.com/news/les-supporters-du-hac.html> [Accessed 6 May 2019].

« Médias français : qui possède quoi », *Le Monde diplomatique*, décembre 2018 (lire en ligne [archive], consulté le 6 mai 2018). Available at : <https://www.monde->

diplomatie.fr/cartes/PPA [Accessed 10 avril 2019].

« Paris Normandie : deux journalistes désignés comme repreneurs », *Le Monde*, 24 juillet 2012. Available at: https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2012/07/24/paris-normandie-deux-journalistes-designes-comme-repreneurs_1737679_3236.html [Accessed 10 avril 2019].

« Paris-Normandie : le tribunal de commerce choisit la continuité contre Rossel », *AFP*, 15 mars 2017. Available at : <https://france3-regions.francetvinfo.fr/normandie/seine-maritime/rouen/paris-normandie-tribunal-commerce-rouen-choisit-continuite-contre-rossel-1214973.html> [Accessed 10 avril 2019].

Joffredo, Loïc. 2012. « Le sport dans la presse ». Dans *La Presse à la Une*, sous la direction de Mezzasalma Philippe, Prémel Benjamin, Versavel Dominique. Catalogue d'exposition (BnF, 2012). Paris. [en ligne]. URL : <http://expositions.bnf.fr/presse/infos/03.htm> [Accessed 20 avril 2019].

❖ Mémoires universitaires

Pavoncelli, Guillaume. *Dans quelle mesure les journalistes sportifs utilisent et considèrent la source Twitter ? - Enquête d'usage auprès des professionnels de la presse écrite et Internet*. Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication, Université catholique de Louvain, 2017. Prom. : Antoine, Frédéric.

Gheysen, Delphine. *Analyse médiatique comparée des protagonistes à travers le souvenir de la Bataille des Ardennes dans les quotidiens Le Soir, La Meuse et L'Avenir du Luxembourg en périodes d'après-guerre et d'aujourd'hui*. Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication, Université catholique de Louvain, 2017. Prom. : Standaert, Olivier.

Annexes

Les articles analysés, les tableaux d'analyses Excel, les guides d'entretiens, les retranscriptions des entretiens, les tableaux d'analyses des entretiens, et les annexes complémentaires se trouvent sur CD-ROM, en troisième page de couverture.

À de nombreuses reprises les liens entre le monde du football et le monde médiatique font débat. Au sein de ce mémoire, nous tentons de montrer la particularité des relations humaines entre ces deux univers étroitement liés. Nous analysons la couverture médiatique et le traitement journalistique réservés au football à l'échelle régionale à travers le Havre Athletic club, dans la banalité d'une saison mais aussi dans l'exceptionnalité d'un événement. Grâce à l'analyse de contenu, nous examinons des articles publiés dans la presse régionale havraise, nous faisons également une étude comparative d'articles publiés dans deux quotidiens régionaux et un quotidien sportif national, puis nous analysons des entretiens de divers acteurs. De cette façon, nous cherchons dans un premier temps à étudier la place qu'occupe de nos jours le football dans la presse régionale et nationale, à faire ressortir l'implication des journalistes régionaux, pour ensuite se questionner sur les relations, parfois ambiguës, qui existent entre les joueurs de football et les journalistes sportifs. Un point est également consacré à la communication du club et des footballeurs ainsi que leur utilisation des réseaux sociaux.

Mots-clés : Analyse de contenu - Football - Média - Presse régionale - Relation