SSOAR

Open Access Repository
www.ssoar.info

# Print media and 'diss-identity' football

Ghosn, Catherine

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

**Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:**
Ghosn, C. (2018). Print media and 'diss-identity' football. *ESSACHESS - Journal for Communication Studies*, *11*(1), 119-142. https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-58682-6

**Nutzungsbedingungen:**
*Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-SA Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Weitergebe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:*
*https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de*

**Terms of use:**
*This document is made available under a CC BY-NC-SA Licence (Attribution-NonCommercial-ShareAlike). For more Information see:*
*https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0*

gesis Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

# Presse écrite et football « dissidentitaire »

Maître de Conférences HDR Catherine GHOSN
Corhis (EA 7400), Université Paul Valéry Montpellier 3
FRANCE
catherine.ghosn@gmail.com

**Résumé :** La ConIFA, confédération indépendante de football, rassemble des équipes issues de régions ou d'états "minoritaires" qui ne sont reconnues ni par la communauté internationale ni par la F.I.F.A. Nous analysons les raisons pour lesquelles la majorité des médias se montre si discrète à son égard et la manière dont la ConIFA gère sa représentation médiatique pour s'inscrire davantage dans l'espace public. Pour cela, nous avons travaillé sur la base de données Europresse qui a fourni les titres de journaux européens de 2006 à 2016, soit de la naissance de la ConIFA à la dernière Coupe du Monde alternative de football en date.

**Mots-clés :** ConIFA, football, identité, minorités, médias

***

*Print media and « diss-identity » football*

**Abstract:** ConIFA, independent football confederation, brings together teams from "minority" regions or states that are neither recognized by the international community nor by F.I.F.A. We analyze why the majority of the media is so discreet about it and how ConIFA manages its media portrayal to become more part of the public space. We worked on the Europresse database, which provided the titles of European newspapers from 2006 to 2016, from the birth of ConIFA to the latest Football World Cup in date.

**Keywords:** ConIFA, football, identity, minorities, media

***

## Introduction

En 2006, la Fédération internationale de football association (F.I.F.A.) lance l'enquête "Big Count" dont l'objectif vise à recenser le nombre de licenciés jouant au football dans le monde. Les résultats révèlent que le football est pratiqué par 265 millions de personnes, le plaçant en première position parmi les autres disciplines sportives. En 2015, le football compte plus de 2 millions de licenciés en France, mettant la Fédération Française de Football en première position loin devant la Fédération Française de Tennis atteignant tout juste la barre du million de licenciés.

 © ESSACHESS

Il s'impose par conséquent comme le sport le plus populaire sur la planète et participe au processus de "globalisation" non seulement au niveau sportif, mais aussi au niveau économique et médiatique (Boniface 2010, 2014 ; Augustin 2010).

Dans ce contexte très particulier, il existe une confédération indépendante de football qui organise sa propre Coupe du Monde ou encore sa propre Coupe d'Europe. Il s'agit de la ConIFA, « Confederation of Independent Football Associations », qui rassemble des équipes non reconnues par la F.I.F.A. Elle offre un circuit parallèle aux équipes qui ne satisfont pas aux critères standards internationaux et permet en ce sens une alternative au niveau mondial. Les rencontres internationales et intra nationales organisées lors des différents tournois de la confédération activent des considérations d'ordre géopolitique depuis sa création car les équipes affiliées à la ConIFA s'inscrivent dans une problématique de demande de reconnaissance officielle de leur existence par les autres pays sur la scène internationale. Cette situation génère des tensions dont elles font quelquefois les frais lorsqu'elles essuient un refus de visa pour participer à un tournoi à l'étranger ou lorsque le pays d'accueil doit annuler la tenue de la compétition en raison des pressions qui pèsent sur lui.

Ainsi, dans ce contexte très particulier de mondialisation du football en prise avec des enjeux politiques, qu'offre la ConIFA aux équipes impliquées ? Que permet-elle de plus, elle qui est considérée comme une organisation parallèle relativement isolée par rapport à la F.I.F.A, qui souffre de manne financière et qui a difficilement accès aux grands organes médiatiques ?

Notre étude est sous-tendue par les deux questions suivantes : pourquoi la grande majorité des médias, disposant de moyens financiers et matériels aussi importants se sont-ils montrés si peu loquaces pour la Coupe du Monde alternative de football, qui est, rappelons-le, le sport le plus mondialisé et le plus médiatisé ? Devant ce constat, comment la ConIFA a-t-elle pris en main et géré sa représentation médiatique permettant de pallier le problème de quasi-invisibilité auquel elle est soumise ?

Pour analyser le traitement médiatique consacré à la ConIFA, nous avons travaillé sur la base de données Europresse qui a fourni les titres de journaux européens sur la période s'étendant de 2006 à 2016, soit de la naissance de la confédération à la dernière Coupe du Monde alternative de football en date. Les titres de presse concernent tout type de journaux (quotidiens, hebdomadaires, …) et sont associés à une recherche croisée permettant de connaître leur couverture géographique (régionale, nationale, …). Grâce à ce corpus, nous avons procédé à une analyse de contenu permettant d'identifier le genre journalistique choisi ainsi que l'angle adopté dans le but d'évaluer la manière dont les journaux se positionnent pour traiter de la ConIFA. Nous avons ensuite analysé les dispositifs médiatiques mis en place par la ConIFA ainsi que les technologies d'information et de communication qu'elle a choisies pour être plus présente dans l'espace public et mieux représentée. Outre les résultats de notre analyse de la presse écrite, nous

identifions et analysons les raisons possibles pour lesquelles la grande majorité des médias passe le championnat sous silence.

## 1. La confédération des *sans voix* et *sans visage*

"CONIFA, the Confederation of Independent Football Associations, is the football federation for all associations outside FIFA. It's a global acting non-profit organization that supports representatives of international football teams from nations, de-facto nations, regions, minority peoples and sports isolated territories."[1]

La présentation de la ConIFA se résume en quelques mots : association sans but lucratif soutenant les équipes issues de nations, régions, peuples minoritaires ou encore de territoires isolés. La ConIFA accueille des équipes ni visibles dans l'espace médiatique, ni reconnues par la communauté internationale. Elle regroupe en son sein des "sans visage", des "sans voix", des "exclus" du football qui n'ont pas accès au circuit classique. Le président actuel de la confédération, Per-Anders Blind, souligne cette particularité et en revendique le caractère déterminant. Il affirme qu'en raison du caractère universel du football, de sa popularité et de sa pratique dans tous les milieux sociaux, ce ne sont ni la taille du pays ni son poids économique qui doivent décider de sa participation à un tournoi. Pour lui, priver de compétition les équipes désireuses de jouer équivaut à les priver de liberté. Ce ne sont par conséquent pas des objectifs sportifs qui déterminent avant tout la ConIFA, mais des valeurs identitaires qui permettent d'instaurer des relations pacifiques entre les États et les peuples en raison de l'impact social généré par la pratique du football[2].

### 1.1. *Historique et évolution de la confédération*

La confédération a d'abord été fondée sous le titre de la VIVA World Cup en 2006 dans le but de permettre à des équipes non affiliées à la F.I.F.A. de participer à des compétitions internationales de football. L'organisation était prise en charge par la NF-Board qui s'est occupée de la première compétition en France, à Hyères (Var) en 2006. Le projet commence timidement avec très peu d'équipes participant aux premières éditions de cette Coupe du Monde alternative : trois équipes en 2006, cinq en 2008, six en 2009, six en 2010 et neuf en 2012. L'histoire de la VIVA World Cup s'arrête cependant en 2012 en raison des soupçons de détournement d'argent qui pèsent sur l'organisation et auquel s'intéresse le fisc qui procède ensuite à une enquête. Peu de temps s'écoule avant qu'une autre organisation ne reprenne le flambeau de la Coupe du Monde alternative de football sous l'acronyme de la ConIFA. Fondée en 2013, elle prend une dimension plus importante grâce au travail effectué par le suédois Per-Anders Blind qui apparaît comme un personnage central dans l'évolution de la confédération en raison de son rôle dans les deux organisations

---

[1] http://www.conifa.org/en/

[2] http://ultimodiez.fr/2017/02/22/per-anders-blind-conifa-le-football-est-un-droit-fondamental-de-lhomme/#.WNDUvGfiLIX.

respectives (NF-Board et ConIFA). Au sein de la NF-Board, il était le seul arbitre à prendre officiellement en charge les matchs organisés par la confédération et il a travaillé en étroite relation avec les fondateurs[3]. Son implication au sein de la structure s'est opérée sous la double casquette d'arbitre et de conseiller externe. Les compétences développées à ce double titre et les relations nouées avec les différents acteurs ou les associations l'ont plus facilement désigné comme personne-ressource pour assurer la transition entre la NF-Board et la ConIFA. Lors de cette transition, il lui a été demandé d'améliorer la constitution et l'organisation de la confédération en termes de fonctionnement démocratique et de transparence.

La première édition de la ConIFA est organisée rapidement après sa création, en 2014 plus exactement, et accueille douze équipes, la deuxième édition étant encore récente (2016). Il existe par conséquent actuellement deux fédérations de football : la fédération traditionnelle, la F.I.F.A., et celle des "non alignés", la ConIFA.

Comment ces deux organismes cohabitent-ils et quelles sont leurs relations ? La seule mention d'une "ingérence" de la F.I.F.A. se produit lors du choix de l'acronyme pendant la période de transition entre l'ancien nom et l'actuel. Le nom de C.I.F.A., pour "Confédération indépendante de football", avait d'abord été choisi mais la F.I.F.A. trouvait qu'il se rapprochait trop de leur acronyme. Les rapports entretenus entre la F.I.F.A. et la ConIFA restent cependant tout à fait cordiaux selon les propos du Secrétaire général de la ConIFA, rapportant que la F.I.F.A. parle d'eux en termes positifs. Le classement des équipes au sein de chacune de ces organisations obéit au même type de calcul, permettant ainsi à des équipes de la ConIFA de jouer contre des équipes de la F.I.F.A. Les responsables soulignent cependant qu'il est difficile de les comparer à leur "grand frère" en termes d'organisation et d'objectifs car la F.I.F.A. instaure les règles du football pendant qu'eux organisent des réunions annuelles avec les dirigeants des fédérations pour définir des règles communes. Alors que la F.I.F.A s'apparente à une oligarchie, la ConIFA permet à chaque fédération de disposer d'une voix pour voter. Les compétitions organisées par la confédération des "non alignés ne se déroulent pas toujours sans mal, contrairement à la machine bien rôdée de la F.I.F.A., ainsi que l'épisode du championnat d'Europe de 2015 en atteste. Celui-ci devait se dérouler sur l'île de Man mais durant la même période que la course de moto "Tourist Trophy". L'impossibilité pour l'île d'accueillir les deux manifestations a obligé les organisateurs à trouver dans l'urgence un autre pays d'accueil. Se sont ajoutés à ce changement six abandons sur les douze équipes initialement prévues, parmi lesquelles l'Ossétie du Sud, l'Abkhazie et la Chypre du Nord qui n'ont pas réussi à obtenir de visas en raison des pressions exercées par des autorités politiques étrangères. Les mésaventures peuvent aussi avoir d'autres causes : l'équipe du Chagos n'a pas réussi à renouveler la composition de l'équipe, faute de remplaçants. Le Québec a dû annuler sa participation à la Coupe du Monde 2014 en Suède en raison du refus par son gouvernement d'apporter un soutien financier au projet.

---

[3] Il s'agit de l'ancien président Christian Michelis et de Jean-Luc Kit.

1.2. *Les équipes de la ConIFA*

Le tableau suivant présente les équipes qui ont participé à la Coupe du Monde alternative de football organisée par la NF-Board de 2006 à 2012, et par la ConIFA de 2014 à 2016. Il permet de donner un aperçu général, de mesurer la fréquence de cette compétition ainsi que les participants réguliers ou nouveaux au fil des éditions.

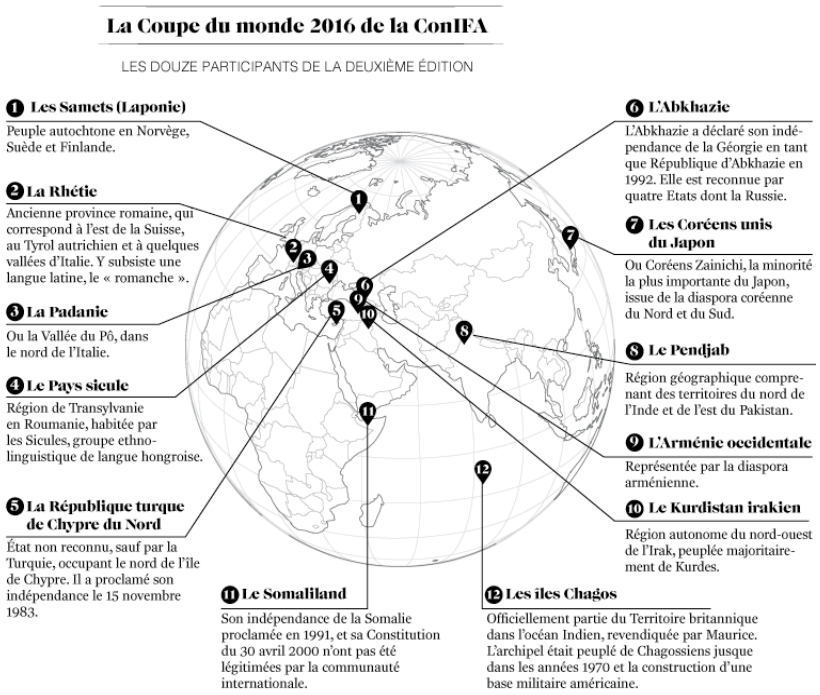
**Tableau 1** : Les participants à la Coupe du Monde alternative de football de 2006 à 2016

| | Année | Lieu | Etats |
|---|---|---|---|
| VIVA World Cup | 2006 | Hyères (France) | Monaco, La Laponie, L'Occitanie |
| | 2008 | Gällivare (Laponie) | La Padanie, Les Araméens de Syrie, L'Occitanie, Le Kurdistan irakien, La Laponie, La Provence |
| | 2009 | Padanie | Le Kurdistan irakien, La Provence, La Padanie, La Laponie, Gozo |
| | 2010 | Gozo (Ile de Malte) | La Padanie, La Provence, L'Occitanie, Gozo<br>Les Deux Sicile |
| | 2012 | Erbil (Irak) | Le Kurdistan irakien, Le Sahara occidental, L'Occitanie, Le Darfour, La Chypre du Nord, Le Zanzibar, La Rhétie, Eelam Tamoul, La Provence<br>Tamil Eelam |
| ConIFA | 2014 | Ostersund (Suède) | La Laponie, Le Kurdistan irakien, La Padanie, Le Comté de Nice, Les Araméens de Syrie, L'Occitanie, L'Ossétie du sud, Le Haut-Karabagh<br>L'Abkhazie, Tamil Eelam, Le Darfour, L'Ile de Man |
| | 2016 | Gagra et Soukhoumi (Abkhazie) | L'Abkhazie, L'Archipel des Chagos, L'Arménie occidentale, La Chypre du Nord, Les Coréens du Japon, Le Kurdistan, La Laponie, La Padanie, Le Pays sicule, Le Penjab, La Rhétie, Le Somaliland |

*Source : auteure, à partir des données de la ConIFA*

La ConIFA compte à l'heure actuelle 44 membres répartis sur tous les continents, excepté celui de l'Amérique du sud. Par ordre d'importance, l'Europe reste le continent le plus représenté (24 équipes), suivi de l'Asie (9 équipes), l'Afrique (7 équipes), puis l'Amérique du nord et l'Océanie avec 2 équipes chacune.

L'image suivante permet de localiser les minorités géographiques sur la carte du monde et illustre la diversité des participants à la Coupe du Monde alternative 2016 de manière significative.




Source : La Coupe du Monde de la ConIFA, le Monde.fr, 2016

## 2. Les caractéristiques communes à toutes les équipes

Les caractéristiques de ces équipes sont multiples. Elles partagent des points communs qui concernent la totalité d'entre elles comme celui de statut de nation, de région ou encore de peuples minoritaires. Elles partagent aussi le "non alignement" avec les équipes affiliées à la F.I.F.A., leur non-reconnaissance par la communauté internationale et leur volonté d'être reconnues pour leur identité culturelle, linguistique ou encore religieuse. D'autres points communs concernent une partie des équipes, non plus la totalité de leurs membres, que l'on peut synthétiser en quatre volets différents.

2.1. *Les points communs*

- Déclaration d'indépendance non reconnue ;

- Certaines équipes ne sont pas reconnues par la totalité ou par la grande majorité de la communauté internationale suite à leur déclaration d'indépendance.

**Tableau 2** : Pays non reconnus suite à leur déclaration d'indépendance

| Membres | Déclaration d'indépendance | Reconnu par |
|---|---|---|
| Chypre du Nord | 1983 | Turquie |
| République moldave de Dniestr | 1990 | |
| République du Haut-Karabagh | 1991 | |
| Abkhazie | 1992 | Russie, Nicaragua, Vénézuela, République de Naury |
| République d'Ossétie du sud | 1992 | Tuvalu, Russie, Nicaragua, Vénézuela, République de Naury |
| République populaire de Lougangsk | 2014 | Ossétie du sud |

*Source : auteure*

Ces pays ou régions n'ont pas obtenu la reconnaissance officielle de la communauté internationale, incitant certains d'entre eux à revendiquer la singularité de leur identité culturelle. Cet état de fait les prive d'une légitimité et d'une visibilité au niveau géographique en raison de l'absence de frontières et de délimitations cartographiques qui existent pourtant dans le quotidien de ces communautés. Leur regroupement permet de partager à plus grande échelle des pratiques culturelles, linguistiques ou encore religieuses qui se distinguent de celles pratiquées dans les régions voisines.

*Particularités linguistiques et culturelles*. Se trouvent ensuite les membres possédant leur propre culture, leur propre langue qui diffèrent de celles de leur pays ou de la ville-même où ils habitent.

**Tableau 3 :** Volet linguistique et culturel

| Membres | Culture, langue |
|---|---|
| Le Tibet | Langue menacée de disparition en raison de la politique linguistique imposée par la Chine. |
| Le Comté de Nice | Préservation de sa culture et de la langue occitane telle qu'elle est parlée dans le comté, différente de celle parlée en Provence. |
| L'Occitanie | Préservation de sa culture et de la langue régionales dans le sud-ouest de la France. |
| La Padanie | Diversité des langues minoritaires régionales reconnues par la Charte européenne des langues régionales ou minoritaires du Conseil de l'Europe ou encore par l'UNESCO. |
| Le peuple Rom | Particularité d'être uni par la culture et par la langue, sans toutefois appartenir à un pays en particulier. Le Conseil de l'Europe suppose qu'il constitue la minorité la plus importante sur le plan numérique. |
| La Laponie | Région abritant les Lapons, groupes indigènes les plus importants d'Europe qui parlent le same. Cette langue se décline en 9 dialectes parlés dans plusieurs pays. |
| Les Ouïghours | Groupe ethnique turc musulman sunnite vivant principalement en Asie centrale et orientale. Ils font partie des 55 minorités ethniques officiellement reconnues. |

*Source : auteure*

*Hors statut*. Certains territoires échappent aux règles traditionnelles qui fixent l'appartenance d'une nation à un pays ou son statut. L'Ile de Man, par exemple, se trouvant en Mer d'Irlande, n'appartient ni au Royaume-Uni ni à l'Union Européenne. Elle dépend du souverain britannique ce qui en fait en termes juridiques un état autonome sur le plan économique et politique, mais pas un état indépendant. Heligoland, archipel d'Allemagne se trouvant en Mer du Nord, est dispensé du droit de douane de l'Union Européenne et de la fiscalité allemande.

*Diaspora*. On relève en dernier lieu des membres de la diaspora. Plusieurs équipes de la ConIFA sont concernées par cette situation.

**Tableau 4**. La diaspora

| Membres de la diaspora | Particularités |
|---|---|
| Les Araméens | « Araméen » se réfère au peuple originaire du Proche et Moyen-Orient et à la langue supposément utilisée par le Christ et ses disciples. Il s'agit de la seule langue utilisée pendant 3000 ans sans coupure historique, et actuellement parlée comme 1ère langue par de nombreuses communautés chrétiennes et juives installées sur divers continents. |
| Lezgi | "Lezghia"désigne la langue pratiquée par les quelques 700 000 Lezgi vivant au sud du Daghestan et par environ 300 000 autres communautés diasporiques réparties en Russie ou dans d'autres pays de l'ex-URSS. Malgré l'inexistence d'un territoire ou d'une politique clairement marqués, ils possèdent une culture bien identifiée sur le plan international. |
| Le Tibet | Le Tibet est revendiqué par le gouvernement tibétain en exil en Inde. Il abrite, selon le recensement chinois, plus de 5 millions de Tibétains, sans compter la population diasporique qui s'élève à environ 150 000. |
| La République du Somaliland | Elle compte environ 4 millions d'habitants ; la diaspora en totalise environ 1 million et se trouve dans différentes parties du monde : en Afrique, au Canada, au Royaume-Uni ou encore aux Etats-Unis. |

Plusieurs équipes de la ConIFA se distinguent ainsi par une ou plusieurs caractéristiques relevées dans les lignes précédentes. Les quelques articles de presse qui en parlent brièvement soulignent d'ailleurs les liens étroits qui se sont tissés entre ces équipes en raison des difficultés communes qu'elles traversent.

Leurs différences sont évoquées plus brièvement car leur étude est basée sur des informations éclatées dans la presse ou sur Internet.

2.2. *Leurs différences : la valeur du ballon rond*

Le passé sportif et le niveau des joueurs, toutes équipes confondues, peuvent être très disparates. On peut citer le cas d'un joueur syrien qui était rattaché à l'équipe nationale de son pays avant de jouer pour l'Abkhazie, pays d'où est originaire sa femme et où il vit désormais. Il joue cependant dans un club de Ligue 1 avec des coéquipiers non professionnels. Un autre exemple concerne l'équipe chagossienne qui compte des joueurs amateurs composée de lycéens pour les plus jeunes d'entre

eux, et d'employés pour les plus âgés, qui exercent le métier d'hommes d'entretien, d'employés de restaurant affectés à "la plonge", ou encore de travailleurs sociaux… Cependant, une des principales différences concerne les valeurs attribuées au football par les équipes du championnat. Des études et des enquêtes menées sur les « valeurs » du ballon rond mettent en évidence celles de « solidarité, d'esprit d'équipe, de coopération, de lien social, de respect des règles et d'autrui » (Hebert, Dugas 2011 : 49). Cependant, dans le cadre précis de la mondialisation, elles sont plus généralement associées au « marché athlétique » ou au « sport business » (Schotté 2011). La valeur sportive se convertit alors en valeur économique (Falcoz, Walter 2009 : 26) montrant le revers de la médaille des valeurs généralement prônées par le football. Il est souvent question de ses dérives et de ses dysfonctionnements comme les matches truqués, le blanchiment d'argent ou encore le dopage (Hebert, Dugas 2011). L'accent est aussi mis sur ses dérives identitaires (affairisme, dérive maffieuse, hooliganisme), sur la financiarisation du football et la criminalisation de son économie (Loret 2011 : 59). Les valeurs accordées au football par les équipes participant aux compétitions de la ConIFA prennent une toute autre dimension, ainsi que le développent les lignes suivantes. Elles se déclinent de diverses formes : la solidarité entre peuples minoritaires, la reconnaissance de leur statut et surtout le sentiment d'exister aux yeux des autres le temps d'une compétition.

## 3. Des médias presque absents et peu loquaces

### 3.1. *Etat des lieux*

Les moyens mirobolants mis en œuvre au sein de l'industrie télévisuelle pour acquérir les droits de diffusion des matchs de football lors des championnats les plus importants ont fait couler beaucoup d'encre dans la littérature scientifique. Quelques chiffres en donnent la mesure : les droits télévisuels sportifs ont augmenté de 993% entre 1991 et 2001 (Guignard, 2007). De 2012 à 2016, le Comité de pilotage de l'appel d'offres a réparti ses lots pour les droits de diffusion de la Ligue 1 entre Canal+ et la chaîne qatari Al-Jazeera. La chaîne cryptée a ainsi déboursé 420 millions €, Al-Jazeera en a déboursé 90. De 2016 à 2020, Canal+ va verser 748,5 millions € par an pour diffuser les matchs les plus importants de la Ligue 1 et 2…. On assiste ainsi progressivement à une inflation des droits télévisuels qui « conduit les chaînes de télévision à traiter le sport comme un produit d'appel » (Loret 2007 : 56) et qui considère le football comme un « spectacle-marchandise » (Santa Cruz, 2008).

La question qui nous intéresse cependant est la suivante : pourquoi la très grande majorité des médias, disposant de moyens financiers et matériels aussi importants se sont-ils montrés si peu loquaces pour la Coupe du Monde alternative de football, qui est, rappelons-le, le sport le plus mondialisé et le plus médiatisé ? Les critères d'appartenance à la Fédération de Football et ceux de l'affiliation à la F.I.F.A. représentent-ils à eux-seuls une garantie de sujet sérieux ? Le parti pris médiatique montre ainsi l'absence de diversité sportive (Ghosn, 2015). Cette remarque ne

concerne pas seulement les médias audiovisuels, elle englobe aussi la presse écrite qui dans sa majorité a passé cet événement sous un silence assourdissant. En effet, depuis le début de la Coupe du Monde alternative (2006), seuls dix[4] journaux français ont consacré un article généralement court dans la presse écrite, certains de ces articles ou paragraphes étant même redondants car on peut les retrouver de manière intégrale sous d'autres titres.

Le tableau suivant recense le nombre d'articles consacrés au sujet de 2006 à 2016 dans la presse papier et numérique. Il les classe dans l'ordre chronologique de diffusion.

**Tableau 5** .Article parus sur la ConIFA dans la presse papier et numérique de 2006 à 2016

| Année | Nombre | Support (*Numérique, Papier) |
|---|---|---|
| 2013 | 4 | 1P, 3N |
| 2014 | 14 | 9P, 5N |
| 2015 | 2 | 2P |
| 2016 | 18 | 8P, 10N |

Source : *auteure, à partir d'Europresse*

Nous avons relevé au total 38 articles parus dans la presse papier et dans la presse numérique.

Analyse des articles parus dans la presse écrite. Le tableau 5 montre une publication assez irrégulière d'articles traitant de la ConIFA. La faible publication de l'année 2013 et de 2015 s'explique de manière différente pour chacune d'entre elles. 2013 marque l'année de transition entre la Viva World Cup et la ConIFA, cette année se distinguant surtout par l'absence de championnats sur le plan international. Par contre, il est très étonnant de relever que l'année 2015 affiche moins de publications papier encore que 2013 alors même que plusieurs manifestations sportives sont organisées cette année-là au niveau international, comme la European Football Cup et la Benedikt Fontana Cup pemettant aux équipes gagnantes de se qualifier à la World Footoball Cup de 2016.

De manière plus logique, 2014 et 2016 affichent le nombre le plus important d'articles publiés sur la ConIFA car ces deux années coïncident avec la World

[4] Nom du journal classé par ordre alphabétique suivi de l'année de publication : *Dordogne libre* (2016), *La Dépêche du Midi* ((2015), *La Voix du Nord* ((2016), *Le Courier de l'Ouest* (2016), *Le Monde* (2014, 2016), *Le Télégramme* (2014), *Libération* (2014), *M Le Magazine du Monde* (2016), *Paris-Normandie* ((2015), *Sud-Ouest* (2014),

Footoball Cup organisée tous les deux ans. 2016 compte le nombre le plus important d'articles publiés sur le sujet : 18 contre 14 en 2014, en incluant dans le décompte les dépêches de l'AFP et les articles redondants[5]. Même si l'on constate une faible portée médiatique de ces différents événements comparativement aux tournois "traditionnels" de football, on note une légère augmentation de leur traitement.

Le tableau 6 classe les publications par année et précise la longueur de l'article. Afin de mesurer la longueur des articles, nous avons précisé le nombre de mots et non de pages pour les raisons suivantes :

- le texte des articles est majoritairement mis en page en colonnes (et non en lignes continues sur la surface de la page),
- une page peut contenir le quart d'une colonne, alors qu'aune autre peut en contenir deux entières,
- les marges de la page sont assez larges, ce qui diffère des mises en page d'un texte classique.

Le nombre de mots, déjà inscrits à l'origine dans la base Europresse, donne ainsi une idée plus juste de la longueur de l'article.

**Tableau 6** . Couverture médiatique de la Coupe du Monde ConIFA : presse papier et presse numérique (2013-2016)

P/N* : version papier (P) ou version numérique (N)

| Année | Média | P/N* | Titre de l'article | Nombre de mots |
|---|---|---|---|---|
| 2013 | Le Nouvelliste | P | Le Québec ira en Laponie suédoise | 376 |
| | La Presse Canadienne | N | *Le Québec ira au Championnat du monde ConIFA de foot en Laponie suédoise* | 166 |
| | La Presse Canadienne | N | *Voici le deuxième budget des sports pour la journée du mercredi* | 269 |
| 2014 | Le Figaro.fr | N | *Le Darfour et l'Ossétie du Sud ont aussi droit à leur Coupe du monde de foot* | 273 |
| | Le Point.fr | N | *Le comté de Nice champion du monde !* | 749 |
| | Le Monde.fr | N | *Hors de la FIFA mais pas privés de Mondial* | 422 |

[5] Il s'agit d'articles repris presque intégralement, à quelques lignes près, et publiés plusieurs fois.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Le Monde | P | *Hors de la FIFA mais pas privés de Mondial* | 416 |
| | AFP | P | *Darfour, Occitans, Araméens : l'autre Coupe du monde, en Suède* | 539 |
| | Le Télégramme | P | *Suède. L'autre Mondial celui des peuples oubliés* | 408 |
| | Le Figaro.fr | N | *Qui est champion du monde des buveurs d'alcool, des McDo et des Oscars ?* | 358 |
| | Sport 24.com | N | *Le Darfour et l'Ossétie du Sud ont aussi droit à leur Mondial* | 26 |
| | Libération | P | *Repères. Coupe du monde* | 91 |
| | AFP Infos Françaises | P | *Un Mondial des apatrides en juin en Suède* | 102 |
| 2015 | Paris-Normandie | P | Une Normandie unifiée ? | 379 |
| | La Dépêche du Midi | P | *La sélection occitane a besoin de votre aide* | 152 |
| 2016 | M. Le Mag. du Monde | P | Le "Mondial" des non-affiliés | 2065 |
| | Le Monde.fr | N | En Abkhazie, le « Mondial » des peuples sans Etat | 2081 |
| | Le Monde.fr | N | *En Abkhazie, le « Mondial » alternatif* | 2196 |
| | Le Point.fr | N | Football : la Coupe du monde (off) a commencé | 374 |
| | Boursorama | N | Football : la Coupe du monde (off) a commencé | 1/2p |
| | La Voix du Nord | P | Nice, sa ville meurtrie | 195 |
| | La Voix du Nord | N | *Football : Malik Tchokounté, le «fiston» est bien resté Dunkerquois...* | 785 |
| | Boursorama | N | *Hichem Ferreri, un champion du monde à St-Jean* | 915 |
| | Boursorama | N | *Foot : l'Abkhazie, championne du monde !* | Pas d'url |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | AFP Infos Françaises | P | *Coupe de France - Saint-Jean/Beaulieu à l'assaut du Rocher de Monaco* | 623 |
| | Le Point.fr | N | *Foot : l'Abkhazie, championne du monde !* | 326 |
| | Boursorama | N | *20 choses à savoir sur Hugo Lloris* | 363 |
| | Le Courrier de l'Ouest | P | *Football Coupe de France (32e de finale) - Un derby sur le Rocher -* | 482 |
| | Dordogne Libre | P | *Où sont passés les acteurs de 2010* | 1891 |
| | La Presse+ | N | *La Coupe du monde des pays qui n'existent pas* | 619 |
| | Le Soir | P | *L'Islande, championne d'Europe de l'enthousiasme* | 321 |
| | Tribune de Genève | P | *Le sacre de l'Abkhazie au Mondial de football* | 469 |
| | 24 Heures (Suisse) | P | *Le sacre de l'Abkhazie au Mondial de football* | 471 |

La couverture géographique de la presse écrite permet de mesurer la portée de l'information, que ce soit en France ou à l'étranger. On compte parmi les titres de la presse papier 6 journaux nationaux, parmi lesquels :

- 3 français (Le Monde, Libération, M le Magazine du Monde)
- 1 belge (*Le Soir*)
- 2 suisses (Tribune de Genève, 24 heures)

S'ajoutent à la presse nationale les articles issus de la presse régionale de différents pays, soit 7 titres en tout, répartis comme suit :

- 1 du Québec (*Le Nouvelliste*)
- 6 français (Le Télégramme, Paris-Normandie, La Dépêche du Midi, La Voix du Nord, Le Courrier de l'Ouest, Dordogne Libre)

Outre la couverture géographique, nous nous intéressons à l'angle choisi par les journaux pour traiter le sujet. L'analyse de l'article se base sur les critères sélectifs suivants :

- Le genre journalistique (brève, filet, reportage, enquête, dossier, interview, portrait, etc.) permet d'évaluer l'intérêt accordé à l'objet de l'article
- Son titre afin de cibler le principal thème retenu et l'angle avec lequel il est traité.

Le reportage est considéré comme un genre dont l'objectif vise à transmettre aux lecteurs, par l'intermédiaire de l'écriture journalistique, ce que voit et ce que perçoit le reporter qui se place alors comme un témoin privilégié d'une situation. Ce genre a été utilisé dans *M le Magazine du Monde* (2016) et le quotidien *Le Monde* (2014). L'article est paru trois fois dans ce dernier de façon pratiquement identique à quelques mots près. Le journal *Le Nouvelliste* (Trois-Rivières) le traite aussi sous ce format, ainsi que *Le Télégramme* et *La Presse canadienne*. Ces caractéristiques apparaissent clairement dans chacun des articles relevés, à différents niveaux. *M Le Magazine du Monde*, *Le Monde* et *Le Télégramme* mettent distinctement l'accent sur l'exclusion des équipes de la ConIFA par rapport au système et aux institutions, les titres traduisant cette intention : Le "Mondial des non-affiliés" (*M Le Magazine du Monde*), "Hors de la FIFA mais pas privés de mondial (*Le Monde*), "Suède. L'autre mondial, celui des peuples oubliés" (*Le Télégramme*).

D'autres articles choisissent de traiter le sujet sous la forme d'une synthèse, genre journalistique visant à présenter un événement de manière aussi complète que possible. Ainsi, *La Presse canadienne* se concentre-t-elle exclusivement sur l'équipe du Québec, ce qui est visible dans le titre même : "Le Québec ira au championnat du Monde ConIFA de foot en Laponie suédoise". Le journal canadien publie un texte à ce sujet parce qu'une équipe canadienne y participe. Elle ne choisit cependant pas de projeter l'éclairage sur l'ensemble des équipes membres de la ConIFA, ni sur leur statut illégitime" au regard des institutions sportives. Le journal *Le Soir* se concentre, quant à lui, sur l'engouement des Islandais suite à leur participation à la Coupe du Monde 2016. Il y est question de leur "enthousiasme", de leur "commentateur apoplectique" et de leurs "joyeux supporters venus si nombreux". *La Tribune de Genève* et *24 heures*, quant à eux, se focalisent sur l'Abkhazie et sur son sacre lors du Mondial 2016.

Cette analyse révèle que, contrairement au type reportage étudié dans la partie précédente montrant que le traitement journalistique s'attardait essentiellement sur les membres de la ConIFA et sur son statut "irrégulier", celle-ci projette un éclairage sélectif sur des équipes distinctes et clairement identifiées.

Enfin, on relève un dernier type de récit pour parler de la ConIFA dans la presse, celui de filet. Le filet se caractérise par la brièveté de son énoncé et se limite à une stricte information. On relève ainsi l'article de *La Dépêche du Midi* et celui de *Libération* (2 articles pour ce dernier journal) dont le projet diffère. Le premier lance un appel clairement exprimé dans le titre "La sélection occitane a besoin de votre aide" pour participer à la Coupe d'Europe. L'équipe disposait en effet d'un budget insuffisant pour financer sa participation. L'article indique alors l'adresse internet pour faire un don et permettre aux joueurs de payer leur déplacement.

Les deux articles de *Libération* sont quasiment identiques, à quelques lignes près. En quelques mots, ils dressent l'état des lieux de la Coupe du Monde 2014 en nommant de manière sélective des équipes participantes, des scores, ainsi que les deux équipes françaises présentes. A but strictement informatif, et de manière

sélective, ces filets remplissent leur fonction et, de façon attendue, ne donnent pas d'épaisseur particulière aux caractéristiques du championnat.

Revendiquer une reconnaissance à travers le football revêt cependant une grande importance pour les membres de la ConIFA. Le choix de ce sport est loin d'être anodin car il est considéré comme « un lieu d'expression et de construction d'identités de classes, régionales ou nationales […] un lieu de rencontre pour une société en proie à un processus d'hétérogénéisation » (Santa Cruz, 2008). La reconnaissance recherchée passe pourtant avant tout par la visibilité dans l'espace public. Or, pour la communauté internationale comme pour les différentes institutions de la société, les reconnaître comme des entités en tant que telles impliquerait de reconnaître le contexte spécifique qui les caractérise sur le plan culturel, politique ou encore linguistique. S'est ainsi mise en place une « phénoménologie de l'invisibilité » (Honneth, 2004) où l'absence de reconnaissance par les instances politiques permet d'ignorer l'existence de « l'autre ». Ce sont essentiellement les médias qui permettent d'accélérer le processus de visibilité dans l'espace public, ou dans le cas contraire, de passer certains sujets sous silence (Voirol, 2005) les excluant ainsi des sujets de société. Les médias, du moins la grande majorité d'entre eux, n'ont pas encore accordé aux membres de la ConIFA la légitimité recherchée dans l'espace public.

3.2. *Les raisons de cette discrétion médiatique*

Les raisons pour lesquelles les médias ne couvrent pas la Coupe du Monde alternative peuvent tenir aux différences trop importantes de la ConIFA et de ses enjeux avec les championnats sportifs habituellement traités. Les lignes suivantes proposent une analyse en deux étapes. Elles identifient d'abord les raisons possibles pour lesquelles les médias passent le championnat sous silence et les analysent ensuite.

Premièrement, *les équipes sont hors-normes ; elles ne remplissent pas les critères standards*. Rappelons-le, les conditions d'entrée à la ConIFA sont clairement identifiées par la confédération :

"[ConIFA] supports representatives of international football teams from nations, de-facto nations, regions, minority peoples and sports isolated territories". (site de la ConIFA).

Le président actuel de la confédération précise d'ailleurs en 2014 que « l'objectif de cette première Coupe du monde est de promouvoir les identités non reconnues » (*Le Monde*, samedi 7 juin 2014). Comme analysé dans les lignes précédentes, ses membres ne sont en effet reconnus ni par la F.I.F.A. ni par la communauté internationale (par sa totalité pour certains d'entre eux, par une majorité pour d'autres). Ces conditions diffèrent de celles déterminées par la F.I.F.A. qui ne reconnaît qu'une fédération par nation.

Deuxièmement, les motivations qui les animent demandent un traitement particulier qui exige de les considérer dans leurs singularités car elles portent des

revendications culturelles, politiques et identitaires différentes les unes des autres. La ConIFA offre par conséquent à ses membres une tribune qui leur permet d'exprimer pleinement leurs motivations. Sur le plan politique, la Coupe du Monde alternative permet au président abkhaze de faire reconnaître son état : « Nous œuvrons pour la reconnaissance de notre Etat et souhaitons, à travers cette compétition, offrir une bonne image de notre terre » (M le Magazine du Monde, vendredi 10 juin 2016). La Padanie profite de cette tribune pour exprimer les intentions autonomistes du nord de l'Italie. Elle permet aussi à l'équipe d'Arménie occidentale de représenter la diaspora, laquelle a trouvé des points communs avec l'équipe des Chagos, membre de la ConIFA : « On s'est rendu compte qu'on avait une histoire similaire […]. Ils ont été déportés, et aujourd'hui ils veulent récupérer leur terre mais ils sont beaucoup moins nombreux et avancés dans leur cause que nous » (Ibidem). Les Tigres du Tamoul ont lutté durant plus de 30 ans contre les forces gouvernementales pour garder la main sur une partie du nord du Sri Lanka, combat qui a engendré une centaine de milliers de morts.

Troisièmement, en raison des motivations qui animent les équipes, *les commentaires d'ordre sportif demandent à être relégués au second plan*. En effet, quand l'équipe du Darfour United perd 20-0 contre la Padanie et 19-0 contre l'Ossétie du sud, l'aspect technique importe peu. Le contexte du Darfour et les raisons qui ont rendu sa participation possible l'emportent. Il faut en effet savoir que c'est l'ONG américaine i-Act qui a pris l'initiative de proposer cette équipe composée de joueurs issus de plusieurs camps de réfugiés et survivants des massacres. Elle a aussi réuni les moyens nécessaires pour rendre possible la participation du Darfour United à la 1ère Coupe du Monde alternative en Suède en 2014. Or, comment traiter un tel sujet (relatif à l'équipe du Darfour, des Tigres du Tamoul, des Roms, etc.) pour une manifestation qui habituellement trouve sa place dans la rubrique « Sports » ? Le décalage, l'inadéquation de ce type de sujet avec les principes médiatiques présentent l'écueil d'un mélange de genres qui ne correspondent pas aux principes éditoriaux de la majorité des médias.

Quatrièmement, les revendications portées par les équipes se caractérisent par une grande disparité sur le plan des motivations ainsi que par une réelle disproportion. Il n'est en effet pas possible, par exemple, d'analyser sur un même plan l'équipe du Darfour United et celle d'Occitanie. Toutes les équipes présentent, par contre, comme point commun celui d'une volonté de visibilité. La Coupe du Monde alternative leur permet d'être identifiées dans leurs particularités et de sortir de leur anonymat. Le Darfour United a ainsi la possibilité d'exister en dehors du contexte dramatique qui la caractérise (guerre, famine, violence) : « Le football nous aide. Sinon, personne n'entendrait parler de nous » (lefigaro.fr, vendredi 6 juin 2014). Les Kurdes, les Araméens-Syriaques, les Tamouls, entre autres sont animés des mêmes intentions : « jouer au football pour refaire exister leur nation sur la carte du monde (Le Télégramme, samedi 7 juin 2014). La possibilité de continuer à représenter un patrimoine historique ou linguistique dans un cadre officiel permet, à toutes équipes, in fine de bénéficier de la légitimité recherchée aux yeux de leur

nation ou de la communauté internationale. Or, la difficulté pour la majorité des médias réside justement dans cette contradiction s'ils devaient rendre compte de la Coupe du Monde alternative : couvrir la dimension politique ou culturelle de ces équipes non reconnues par la communauté internationale consisterait justement à reconnaître leur identité territoriale, pourrait légitimer d'une certaine manière leurs revendications et accélèrerait le processus de visibilité. La fonction de cette couverture viserait davantage à rendre compte d'une culture isolée et minoritaire. Pour certaines équipes de la ConIFA, la participation à la Coupe du Monde alternative représente plus que la possibilité d'être reconnues comme sportifs. Elle concrétise même symboliquement la lutte menée par ces minorités sur le plan politique et représente « l'utilisation du sport pour la conquête de l'indépendance, la prise et l'exercice du pouvoir » (Dietschy, 2014 : 49).

Cinquièmement, cette *Coupe du Monde alternative manque de spectacularisation*. Les enjeux, les grands sponsors, les soutiens institutionnels font cruellement défaut et n'attirent par conséquent ni les regards, ni les caméras.

Les lignes précédentes ont proposé les raisons possibles pour lesquelles les médias ont passé le championnat sous silence et soulèvent tout le paradoxe de la situation. Le football se plie aux exigences du marché et à celles de la mondialisation sur le plan économique et médiatique. Ces dernières ne sont cependant pas toujours compatibles avec les réalités nationales et, de fait, en excluent les états minoritaires « dissidents ».

## 4. Quand la ConIFA met en place ses propres dispositifs médiatiques

### 4.1. *Une visibilité médiatique pour une reconnaissance légitime*

Les parties précédentes ont présenté le lien ténu et fragile existant entre la ConIFA et les médias. Aux explications possibles avancées précédemment concernant le silence tenu par la majorité des médias, s'ajoutent des explications d'ordre théoriques issues de diverses recherches en sociologie et en sciences de l'information et de la communication.

Les travaux menés sur les informations retenues au final par les médias ont montré que différents mécanismes sont à l'œuvre en amont de la diffusion ou de la publication des sujets. Cette partie ne vise pas à en établir une liste exhaustive, mais simplement à en rappeler les principales raisons. Ainsi "la fonction d'agenda" (Bregman, 1989; Hassenteufel 2010) détermine-t-elle en grande partie le choix des sujets et ensuite leur hiérarchisation dans la liste des informations sélectionnées. Les médias privilégient généralement les mêmes sujets d'actualité au cours de la même période (Loicq, Rebillard, 2013). La reprise ne se limiterait pas aux seuls sujets d'informations retenus, mais souvent même au traitement de l'information, selon P. Bourdieu lequel parle de "circulation circulaire de l'information". Cette expression renvoie au procédé médiatique s'effectuant sous forme de reprises – reprise d'une information publiée par un journaliste par d'autres journalistes - et qui tend

inévitablement à uniformiser l'information surtout avec la multiplication des sources d'informations actuelles, (presse papier, télévision, internet, etc.). Des recherches ont montré que les médias jouent un rôle important dans la construction identitaire car ils apparaissent comme des vecteurs de poids confirmant la réalité d'une visibilité par la société, et par conséquent, sa reconnaissance (Lits 2000, 2008; Malonga, 2008). Ils construisent des "identités médiatiques" (Sampedro Blanco, 2004) qui participent à leur inscription dans l'espace public et assurent leur "normalisation".

Le cas précis de la ConIFA permet de discuter et de remettre en question le traitement médiatique. Le manque de pluralisme et de diversité dans la majorité des médias explique en grande partie les raisons pour lesquelles les manifestations sportives de la ConIFA n'ont pas été publiées et diffusées dans les grands organes médiatiques. L'importance de la médiatisation pour les personnes concernées par cette médiatisation (principaux sujets de l'information ou ceux concernés par cette information) revêt un enjeu plus grand encore que celui de simple nouvelle. Le très faible traitement médiatique consacré à la ConIFA se pose en creux des références citées dans les lignes précédentes et démonte les mécanismes à l'œuvre dans le choix des sujets qui, in fine, excluent des rubriques informatives la Coupe du Monde alternative. Il n'est plus alors question de "normalisation" mais de "marginalisation". Il n'est pas non plus question d'une "visibilité immédiate" selon l'analyse d'O. Voirol (2005), mais au contraire d'une "visibilité médiatisée" que les membres de la ConIFA se voient obligés de prendre eux-mêmes en charge. La citation d'O. Voirol prend ici tous son sens :

« C'est donc aussi qu'il faut concevoir la scène médiatisée comme un espace où les acteurs peuvent sortir de l'invisibilité et exister aux yeux des autres sans entrer concrètement en contact avec eux. Ainsi peuvent-ils faire valoir leur point de vue, leurs orientations normatives, leurs préférences culturelles, sur une scène de relations indirectes où ils savent qu'ils existent pour autrui. » (Voirol, 2005 : 99)

4.2. *Reconnaissance par le volet linguistique*

Tous ces membres partagent la même revendication : la reconnaissance de leur région ou de leur état à travers le sport. Pour eux, le football est clairement associé au projet d'identité nationale. Ainsi que le dit Noel Le Graït, l'actuel président de la Fédération française de football, "le football est peut-être le dernier lien entre les hommes lorsque les autres ont été rompus ; le jeu peut-être au moins le ferment de la compréhension, et c'est le dernier trait par lequel le football peut sans doute servir l'action diplomatique (Le Graït 2014 : 94-95). Que leur permet cependant une participation à une édition de la ConIFA, sachant que la confédération ne supplante pas les procédures diplomatiques mises en œuvre par les pays pour légitimer une reconnaissance internationale et qu'elle-même s'inscrit en dehors des circuits traditionnels ? La Coupe du Monde alternative de football leur permet déjà d'exister en étant reconnus et acceptés comme une "communauté" identifiée. Elle leur permet ensuite d'être visibles sur la scène publique, même si cette dernière est relativement réduite. En effet, mis à part quelques brèves informations très localisées, la majorité

des médias traditionnels se distinguent par leur grande discrétion vis-à-vis de cet événement. Comment rendre un événement audible, comment le rendre visible quand les traditionnels canaux de médiatisation l'ignorent ? Quelques éléments significatifs sur la médiatisation du football permet de contextualiser la problématique très particulière de la ConIFA et son lien avec les médias.

La confédération a choisi d'instaurer des règles et un cadre qui permettent à chacune de ces équipes, aussi différentes soient-elles les unes des autres, d'accéder à cet espace et d'y être intégrées. Ainsi, le site internet de la ConIFA est-il accessible en plusieurs langues. Si le document officiel de la ConIFA précise que l'anglais est considéré comme la langue officielle de l'organisation, d'autres y sont reconnues comme "langues additionnelles" comme le français, l'allemand, l'espagnol ou encore l'italien. A ces quatre langues additionnelles s'ajoutent celles qui ne figurent pas dans le document officiel mais qui se trouvent sur le site internet de la confédération. On y trouve en plus le néerlandais, le polonais, le russe, l'arabe, le japonais, le serbe et le croate, soit un total de douze langues différentes. L'accès y est par conséquent bien plus large que sur le site de la F.I.F.A qui en offre "uniquement" six, soit moitié moins[6]. La présence de ces douze langues traduit deux intentions. La première affiche une volonté de reconnaissance des langues dites minoritaires, comme par exemple le serbe qui possède ses propres standards et qui est parlée par huit ou neuf millions de personnes dans le monde. Il en est de même pour le croate qui partage les mêmes caractéristiques que le serbe au point de vue des standards et qui est parlé par environ six millions de personnes. La deuxième intention vise à permettre aux populations rejetées par les instances internationales d'être reconnues dans leurs caractéristiques linguistiques et de se trouver au même niveau que les natifs anglophones qui comptent plus de quatre cent millions de locuteurs, sans compter ceux qui le parlent en deuxième langue.

### 4.3. *Utilisation des réseaux sociaux*

La ConIFA et certaines des équipes ont par conséquent essayé de pallier ce vide en mettant en place des relais médiatiques pour être visibles et audibles dans l'espace public. A Nice, 300 ultras ont pu ainsi suivre les matchs disputés par le Comté de Nice sur les plages de la ville. La ConIFA, quant à elle, exploite les dispositifs numériques avec Internet, le site officiel de la confédération, Twitter ou encore les réseaux sociaux. Elle souligne ainsi que, à défaut de trouver un public dans les gradins pour la première édition qui s'est déroulée en 2014 en Suède, plus d'un million d'internautes ont pu visionner les rediffusions payantes. L'édition de juin 2016 qui s'est déroulée en Abkhazie a vu la présence de quelques médias mais a surtout témoigné du caractère de plus en plus populaire de cette manifestation car 8000 spectateurs environ ont assisté à la cérémonie qui présentait un show époustouflant pour les équipes présentes. Les ressorts utilisés pour pallier les problèmes de visibilité sont ceux fréquemment employés par toute "minorité" concernée par cette question, à savoir l'utilisation du web 2.0 déclinée sous diverses

---

[6] L'anglais, le français, l'allemand, l'espagnol, le russe, le persan.

formes : la création de sites internet, l'utilisation des réseaux sociaux (Facebook, etc.), la participation à des blogs ou encore à des forums. En dehors d'internet, l'information est souvent reprise par les médias locaux et par les associations dédiées au soutien des équipes. Ces informations sont répercutées sur le site de la ConIFA qui réserve à chaque membre un espace pour les présenter. Chaque page consacrée aux équipes affiche invariablement la même structure. Il est d'abord question du "Background" de l'équipe qui la situe en quelques lignes sur le plan géographique et donne diverses précisions, comme par exemple le nombre d'habitants. Une carte géographique localise le pays où vit l'équipe en question. Sont ensuite abordés les motifs de leurs revendications comme la reconnaissance de leur culture, leur statut de population diasporique, leurs différences ethniques, etc. La dernière rubrique intitulée "Previous Competitions" liste les différentes participations de l'équipe aux matches organisés par la ConIFA, la date de sa participation, le type de compétition (European Football Cup, etc.) ainsi que son classement. Enfin, trois types d'informations permettent d'accéder directement à leur espace numérique : le site internet de l'équipe, le lien vers le profil Facebook de l'équipe et son compte Twitter. Des photos permettent de voir les joueurs mais aussi le staff et les supporter à différents moments de leur participation à une compétition : dans le bus, lors d'un match, dans les tribunes ou encore à l'entrainement.

L'utilisation du web 2.0 et la page internet dédiée à chacune des équipes de la ConIFA permettent à tous ses membres de prolonger leur visibilité au-delà des limites du terrain ou des vestiaires avec des moyens également répartis. Cette égale répartition permet d'ailleurs aux extrêmes de se côtoyer. Ainsi, l'équipe du Darfour, région en état d'urgence humanitaire depuis quatorze ans, peut se retrouver aux côtés de celle de Monaco, en tête du classement mondial des revenus par habitant et deuxième ville la plus chère du monde.

## Conclusion

En sciences humaines, le terme « mondialisation » se décline principalement dans le registre politique et économique et désigne le processus d'intégration des marchés que permet la libéralisation des échanges sur le plan international. Il désigne aussi la capacité économique permettant la mise en place de coopérations internationales et, pour les pays en développement, l'essor de l'industrialisation croissante ou une croissance économique significative. Sur un plan plus large, la mondialisation permet de s'aligner sur des valeurs partagées par la majorité des pays. Ce processus implique cependant une dissolution des identités nationales ainsi que l'abolition des frontières (Ouchiha 2016). Lorsque ce concept est décliné dans le cadre de la ConIFA, il prend une toute autre mesure, quand bien même les équipes qui y sont affiliées pratiquent le sport le plus répandu et le plus médiatisé au monde.

Les équipes de la ConIFA partagent des particularités culturelles, linguistiques ou encore religieuses qui sont rendues visibles et audibles par le canal de la ConIFA. La résonance et l'impact générés à l'extérieur prennent plus de poids le temps des

compétitions en raison de la concentration de toutes les équipes réunies au même endroit et au même moment, ainsi que de l'attention qu'elles cristallisent. En dehors de la compétition, chaque communauté mène son combat à sa manière, souvent de façon isolée. La réunion de toutes ces "minorités" souvent pas ou peu connues du grand public en permet un écho plus important.

Les membres de la ConIFA partagent tous la volonté de reconnaissance par la communauté internationale. L'histoire du football a montré que certains pays, certaines régions y sont parvenus à différents titres. L'Afrique du sud, le Brésil et la Russie, tous 3 membres du BRICS[7] ont accueilli ou alors vont prochainement le faire la Coupe du Monde de football. L'Afrique du sud l'a organisé en 2010 et le Brésil en 2014. La Russie en sera l'hôte en 2018 et le Qatar en 2022. D'autres pays ne sont pas admis à l'ONU mais le sont à la F.I.F.A., tels le Soudan du sud ou l'Angola qui ont célébré leur indépendance avec leur équipe de football, preuve concrète de leur existence en tant que nation (Rebelo 2014 : 78). La reconnaissance des membres de la ConIFA pourrait aussi se faire en tant que "peuple" intégré à une nation, au même titre que la société française est composée de Bretons, Basques, Alsaciens, Corses, Provençaux, Catalans, etc. ( Ibid. : 79). Il importe aux membres de la ConIFA de confirmer leur identité culturelle et de valoriser ainsi leur patrimoine. Tous les éléments structurels de la Coupe du Monde alternative servent cet objectif.

Utiliser le terme "minorités" pour parler des équipes de la ConIFA peut cependant paraître paradoxal, voire inadapté. En effet, ainsi que le disent les responsables de la confédération, les Kurdes qui sont membres de la ConIFA ne représentent pas moins de quarante millions de personnes dans le monde. Il existe 5500 groupes ethniques et régions autonomes dans le monde, face auxquels les 209 états membres de la F.I.F.A. semblent pour le moins dérisoires. La question consiste donc à savoir s'il ne convient pas de questionner à nouveau les critères de reconnaissance et d'admission aux compétitions internationales pour permettre une véritable représentation de la diversité.

**Références**

Augustin J.P. (2010). « Éléments géopolitiques du sport africain», *Les Cahiers d'Outre-Mer*, 250 (Avril-Juin 2010), p. 175-190.

Boniface P., (2010). *Football et mondialisation,* Paris, A. Colin.

Boniface P., (2014). *Géopolitique du sport,* Paris, A. Colin.

Bregman D., (1989). La fonction d'agenda : une problématique en devenir, *Hermès*, 1989/1 (n° 4), p. 191-202.

[7] BRICS est la réduction de **B**résil, **R**ussie, **I**nde, **C**hine et Afrique du **S**ud.

Caille A. & Dufoix S. (sous la dir. de), (2013). *Le tournant global des sciences sociales*, Paris, La Découverte.

Carpentier F., (2005). Le conflit entre le C.I.O. et la F.I.F.A. dans l'entre-deux guerres. Les Jeux olympiques contre la Coupe du Monde de football, *Staps* 2005/2 (no 68), p. 25-39.

Dietschy P., (2014). Du sportsman à l'histrion : les cultures sportives de trois leaders africains (Nnamdi Azikiwe, Nelson Mandela et Joseph-Désiré Mobutu), *Histoire@Politique* 2014/2 (n° 23), p. 123-141.

Falcoz M. et Walter E., Être salarié dans un club sportif : une posture problématique, *Formation emploi* [En ligne], 108 | octobre-décembre (2009), http://formationemploi.revues.org/2067

Germain V., (2015). Le sport, vecteur efficace de soft power pour le Qatar ?, https://ondesdechoc.wordpress.com/2015/06/04/le-sport-vecteur-efficace-de-soft-power-pour-le-qatar-2/

Ghosn C., (2015). *Médiation télévisuelle et représentation de la diversité*, Paris, L'Harmattan.

Guignard, D., (2007). Les médias (télévisions), nouveaux maîtres du jeu sportif , *Sciences de la Société*, n°72.

Hassenteufel P., (2010). Les processus de mise sur agenda : sélection et construction des problèmes publics, *Informations sociales* 2010/1 (n° 157), p. 50-58.

Hebert T& Dugas E., 2011. L'agressivité motrice en questions au sein du football, *Staps*, 2011/1 n°91, p. 47-62.

Honneth, A., (2004). Visibilité et invisibilité. Sur l'épistémologie de la « reconnaissance, Revue *du MAUSS* 2004/1 (no 23), p. 137-151.

Le Graët N., (2014). L'équipe de France est-elle l'ambassadrice de la France ?, *Revue internationale et stratégique*, 2014/2 (N°94), p.89-95.

Loicq, M., Rebillard, F., (2013). *Pluralisme de l'information et media diversity*. De Boeck.

Loret, A., (2007). Sport mondial : bien public et intérêts économiques, *Finance & Bien Commun* 2007/1 (No 26), p. 56-63.

Malonga, M.F., (2008). La télévision comme lieu de reconnaissance : le cas des minorités noires en France, *Hermès* 51, p.160-167.

Ouchiha, T., (2016). Les processus d'internationalisation des médias, étude comparative, Aljazeera et le canal arabophone de France 24. Thèse de doctorat.

Rebelo A.., (2014). Football, mondialisation et identité nationale, *Revue internationale et stratégique*, 2014/2 (N°94), p.89-95.

Sampedro Blanco, F., (2004). Identités médiatiques et identifications médiatisées Visibilité et reconnaissance identitaire aux médias *Revista CIDOB d'Afers Internacionals,* 66-67, p. 335-350.

Santa Cruz E., (2008). Football médiatisé et identités culturelles. L'exemple chilien et sud-américain, *Recherches en Communication*, n°30, p. 147-158.

Schotte M., (2011). Quand les valeurs du sport fragilisent les sportifs, *Savoir/Agir,* 2011/1 n° 15, p.19-24.

Voirol, O., (2005). Visibilité et invisibilité : une introduction, *Réseaux*, 2005/1 n° 129-130, p. 9-36.