



XIIIÈME CONGRES INTERNATIONAL DE LA SOCIÉTÉ DE SOCIOLOGIE DU SPORT DE LANGUE FRANÇAISE

UFR STAPS de l'Université de Reims Champagne-Ardenne (URCA)
Reims, les 4, 5, et 6 juin 2025

**Les marchandisations du sport :
Dynamiques et modalités dans le champ des pratiques corporelles**

APPEL A COMMUNICATIONS
Date limite de proposition au 20 décembre 2024

Contact : 3slf-congres-2025@univ-reims.fr et site internet : <https://3slf-2025.sciencesconf.org/>

Introduction

Depuis les années 1980, la sociologie du sport s'est intéressée aux dynamiques complexes qui traversent le sport, mettant en évidence une influence grandissante des logiques marchandes. En témoignent par exemple les travaux consacrés aux espaces de pleine nature (Schwob & Jarthon, 2023) ou encore aux centres de remise en forme (Bessy, 1987 ; Louchet & Hidri Neys, 2018 ; Raveneau, 2008 ; Travaillot, 1998). Ces pratiques, souvent associées à un modèle économique reposant sur l'achat d'équipements sportifs, l'abonnement ou la consommation de services, donnent à voir l'évolution non seulement des attentes des pratiquantes et pratiquants, mais aussi des groupes professionnels et des logiques managériales dans ce secteur d'activités (Hidri Neys & Bohuon, 2008). Richet et Soulé (2008) ou Camporelli (2022) montrent ainsi comment les maîtres-nageurs – professionnels autrefois centrés sur des missions de sécurité et de pédagogie – naviguent désormais dans un environnement où dominent compétences commerciales et gestion de la relation aux « clients ». Une évolution similaire s'observe chez les influenceurs et influenceuses, dont les conditions de travail et les identités professionnelles ont été modifiées par la pression économique et les attentes des consommatrices et consommateurs (Godefroy, 2021). Le genre comme cadre d'analyse de ces dynamiques s'avère à cet égard particulièrement heuristique pour saisir les effets des contraintes économiques sur la production des messages médiatiques par les influenceuses, et plus largement par les sportives et sur les sportives (Godefroy, 2024 ; Guérandelc & Hidri Neys, 2024). Notons encore le poids des normes corporelles valorisées dans les espaces sportifs (Louchet & Hidri Neys, 2018).

La marchandisation du sport affecte également le fonctionnement des organisations sportives, qu'il s'agisse des composantes de l'État, des collectivités, des fédérations, des associations, des entreprises commerciales ou du système éducatif. Quel que soit leur statut



juridique, ces organisations sont aujourd'hui soumises à l'injonction de déployer des politiques marketing ou de gestion de leur image ainsi que des stratégies de recherche de financements privés, à l'origine d'une transformation de leurs modes de gouvernance. Les organisations socio-éducatives qui mobilisent le sport sont également affectées par ces évolutions. Depuis le début des années 2000, les principes gestionnaires s'imposent notamment dans le secteur social et médico-social, où opère un processus de « chalandisation » qui transforme les consciences et renouvelle les modes d'engagement (Chauvière, 2010). L'ensemble de ces changements questionne la nature et les valeurs associées au sport dans une société aux prises avec des logiques marchandes de plus en plus prégnantes.

Ce congrès sera ainsi l'occasion d'explorer la thématique large de la marchandisation du sport, pensée dans les secteurs de l'évènementiel sportif, des loisirs, mais aussi de l'éducation, du socio-sport, de l'activité physique adaptée, de la santé et du bien-être ou enfin en lien avec la question de la performance et de l'innovation sportive.

Il entend ainsi questionner la définition, modalités de formes de marchandisation plurielles du sport, sur le plan tant empirique que théorique. Boltanski et Esquerre (2017), par exemple, montrent comment la valeur d'un bien ou d'un service ne repose plus seulement sur son coût de production ou son utilité, mais aussi sur son histoire, sa provenance ou son authenticité perçue. La marchandisation peut être alors entendue comme un nouveau processus de production par lequel des biens ou des services sont investis de valeurs culturelles, historiques ou symboliques nouvelles qui construisent leur valeur économique, comme cela est le cas lorsqu'une stratégie de patrimonialisation est déployée autour d'une infrastructure ou d'un club sportif (Dumons, 2011 ; Wilson, 2022). Callon (2017) rappelle quant à lui que les marchés sont des constructions sociales qui émergent de processus complexes d'innovation, de régulation, et d'interaction entre divers actrices et acteurs. Les marchés sont alors structurés par des normes, des règles et des conventions qui les rendent possibles et régissent leur fonctionnement. Callon explore en outre la manière dont les marchés étendent leur influence sur des domaines traditionnellement considérés comme extérieur à la sphère économique (e.g., santé et environnement) en montrant comment ils sont progressivement soumis aux logiques marchandes. Ce processus conduit à une transformation profonde des valeurs et des relations sociales. L'enjeu est alors d'analyser la manière dont les logiques marchandes travaillent les rapports sociaux de classe, de genre, de racisation, d'âge et de génération.

Une des ambitions du congrès est de rassembler des communications portant sur la valeur marchande des pratiques corporelles, selon trois principaux axes.



Axe 1 – Le renouvellement des pratiques, des pratiquant·es et des valeurs

Le paysage sportif contemporain est marqué par un renouvellement des pratiques en lien avec les préoccupations environnementales. Des pratiques comme l'escalade (Zimmermann, Ito & Chung Saura, 2021) ou le surf (Falaix, 2017 ; Falaix, Lemarié & Lafargue, 2021 ; Guibert, 2020) sont de plus en plus plébiscitées, à mesure qu'elles renvoient à l'écologie, au développement durable, au sport-santé et au bien-être. Qu'il s'agisse de la montée des sports de pleine nature ou de la popularité croissante des mobilités douces comme le vélo, ces pratiques répondent à une demande de modes de vie plus durables et d'interactions répétées avec la nature. Toutefois, ces nouvelles formes de pratiques soulèvent des questions sur l'évolution de la relation entre sport et environnement. En effet, comment ces nouvelles activités redéfinissent-elles les usages de l'espace public et des espaces naturels ? Quelle est leur place dans les politiques locales d'aménagement durable et dans quelle mesure encouragent-elles une transition écologique ?

Ces nouvelles pratiques suggèrent également des interrogations relatives à leur diffusion auprès de publics moins étudiés, comme les seniors qui s'engagent dans des activités sportives pour maintenir leur santé et leur bien-être, ou les enfants, encouragés à se familiariser avec l'activité physique. Il s'agit alors de songer à l'inclusion et à l'accessibilité, en créant les conditions sociales de la participation de toutes et tous, y compris les personnes ayant des déficiences et des incapacités (Ferez *et al.*, 2020 ; Ferez & Marcellini, 2024 ; Sayeux, 2024), ou encore des personnes LGBTQ+ (Ferez & Liotard, 2019). Contrairement au « service public », l'attention à tous les publics ne constitue pas une obligation de l'offre privée : des formes d'exclusion financières et/ou sociale sont-elles repérables ou au contraire, assiste-t-on à l'émergence de nouveaux « publics cibles » liés à des marchés en renouvellement au sein d'organisations privées prises dans un système concurrentiel ? Le développement d'une offre privée à destination des personnes âgées, ou des enfants, ou des adolescents ou bien encore exclusive aux femmes, peuvent constituer des analyseurs du renouvellement des formes de rapport à la pratique, de même que les offres de services telles que la location de salles privées d'escalade, les séjours yoga/surf, de treks, les stages sportifs proposés par certaines agences ou l'expansion des courses de nature type (ultra)trail.

Ce premier axe invite aussi à interroger les conséquences de la professionnalisation du sport à la lumière de la marchandisation grandissante dont il fait l'objet. Les valeurs et les normes sportives édictées par les élites au XIX^e siècle ont été construites autour de l'amateurisme et du désintéret monétaire avant d'être diffusées au sein de l'ensemble des catégories sociales (Fleuriet, 1997 ; Schotté, 2011 ; Terret 2016). L'augmentation des flux monétaires provenant des parrainages – et plus tardivement de la vente des droits de retransmission – a eu pour conséquence de modifier le rapport qu'entretiennent les sociétés avec le sport. En fonction des disciplines universitaires et des courants de pensée, les chercheurs et chercheuses adoptent des positions différentes. Alors que les sciences de gestion analysent les principes de la marchandisation au prisme de la performance et de l'optimisation économique (Chanavat & Desbordes 2013, Lanfranchi, 2004 ; Tribou, Dermot, & Wojak, 2018), la sociologie ou l'anthropologie proposent des approches plus nuancées (Arnal, 2018 ; Corbin, Courtine & Vigarello, 2011 ; Vigarello, 1995, 2006), voire résolument critiques (Brohm, 1976, 2024). Quel que soit leur ancrage épistémologique, ces auteurs et autrices montrent



que l'accroissement des montants financiers qui circulent dans le sport de haut niveau modifie le comportement de l'ensemble des parties prenantes. Dans le cyclisme, par exemple, l'augmentation des récompenses monétaires engendre une rationalisation croissante de la performance sportive chez les équipes et les athlètes. Dans le cadre du football, les stratégies de croissance et d'acquisition des propriétaires des clubs transforment le rapport que les supporters entretiennent avec leur club (Bromberger, 1995 ; Falcoz & Walter, 2009 ; Schotté, 2022 ; Wahl, 1986 ; Wittersheim, 2014). Du côté de l'écosystème médiatique, les évolutions des conditions de travail des journalistes sportifs consubstantielles des dynamiques de professionnalisation et de commercialisation du sport produisent une organisation qui tend à renforcer les inégalités entre les femmes et les hommes (Montañola, 2024).

Dans le sillage de ces travaux sur la professionnalisation du sport, des auteurs et autrices se sont intéressés aux éventuelles « dérives » motivées par la recherche de gains financiers et/ou symboliques (e.g., Andreff, 2021). Parmi les détournements les plus fréquemment étudiés, le dopage, les paris sportifs illégaux, les malversations financières, les corruptions captent l'attention. Étant donné leur illégalité et leur confidentialité, ces pratiques sont difficilement identifiables et quantifiables. Elles peuvent toutefois être analysées comme des faits sociaux relevant de dynamiques liées aux organisations politiques et institutionnelles. On peut alors s'interroger sur les liens possibles entre ces phénomènes et les dynamiques variées de marchandisation. Par-delà la simple question monétaire, il convient aussi d'interroger la reconnaissance symbolique qu'induit la professionnalisation du sport. À travers les transactions à l'œuvre, se donnent à voir des mobilités sociales ascendantes et descendantes, ainsi que des rapports de pouvoir, d'autorité et de domination. Dans le cadre des méga-événements sportifs par exemple, cela revient à interroger l'affirmation des identités nationales et l'entretien du *soft power* (Nye, 2004), c'est-à-dire de l'influence du sport dans les relations diplomatiques internationales (Augustin & Guillon, 2021 ; Ferrand, Chappelet & Séguin, 2012).

Axe 2 – Dynamiques et modalités au sein des organisations sportives

Un second axe de recherche s'intéresse aux origines et effets de l'attribution d'une valeur à un bien ou service relevant des secteurs marchands (e.g., club professionnel, médias, entreprises, sponsors) et non marchands (e.g., État, collectivité, associations sportives et socio-sportives, institution scolaire) sur les organisations sportives. Dans cet axe, il pourra être question de la façon dont les politiques publiques agissent sur la marchandisation du sport, avec par exemple l'émergence du marché du sport-santé digitalisé au travail (Pierre & Dalla Pria, 2022), du socio-sport et du *sport for development* (Joly & Le Yondre, 2021), les formes de régulations et dérégulations par l'État et ses politiques publiques, ou encore des partenariats privés/publics (Boykoff, 2014). Les contributions pourraient également traiter des effets de dispositifs publics de labellisation comme outil politique de gouvernance (Bergeron *et al.*, 2014). Il ne s'agit pas uniquement d'analyser la valeur économique du sport, mais aussi d'appréhender comment les valeurs idéologiques qui lui sont associées, telles que culte de la performance, fair-play, égalité,



solidarité, inclusion (Ehrenberg, 1991 ; Gasparini, 2008) s'articulent avec les processus de marchandisation (Bonnet, 2020).

Des dynamiques différentes s'observent dans le secteur non marchand. La croyance en la capacité d'un produit sportif à répondre à des besoins estimés essentiels pour la vie des individus peut conduire à la gratuité ou la quasi-gratuité du dit produit afin d'en garantir l'accessibilité au plus grand nombre. Cette (quasi) gratuité ne veut pas dire que le bien ou le service est exempt de marchandisation, mais que le coût principal de sa mise à disposition est à la charge d'une personne ou d'une organisation tierce qui en garantit l'accessibilité. Tel est par exemple le cas des biens et des services sportifs produits par le secteur associatif dans le cadre d'une dotation pour mission d'intérêt général, par le secteur public – qui subventionne une partie de ses propres services pour les rendre plus accessibles – ou de l'engagement bénévole que la marchandisation du sport invite à interroger.

Des réflexions contemporaines cherchent à dépasser le seul cadre de la marchandisation pour penser la valeur économique et symbolique générée dans le domaine sportif en intégrant la dimension sociale du sport, notamment dans un cadre de commandes publiques et de grands événements sportifs internationaux (Barget & Gouguet, 2010 ; Bastien, Gouguet & Rougier, 2022 ; Bourg & Gouguet, 2017 ; Charrier *et al.*, 2020 ; Gouguet, 2021). La recherche s'interroge sur la mise en place de nouveaux référentiels de la valeur attribuée à un secteur d'activité, comme celui lié au sport. Parmi toutes les pistes de réflexion envisageables, deux approches peuvent être privilégiées, sans que celles-ci ne soient exclusives l'une de l'autre. La première approche puise dans les indicateurs monétaires et symboliques du secteur marchand afin d'appréhender le secteur non marchand, comme en témoigne la valorisation des activités bénévoles dans le modèle économique des associations (Bastien, 2019). La seconde approche considère d'emblée que les effets économiques et sociaux du sport ne peuvent être évalués qu'à partir d'indicateurs qualitatifs, tels que le bien-être, la cohésion sociale et la santé publique. Ces indicateurs qualitatifs viendraient éventuellement compléter ou remplacer les approches plus classiques et quantitatives, comprenant les revenus sportifs publics et privés, révélateurs du poids économique du sport. Ces réflexions sur les indicateurs s'inspirent souvent des secteurs de l'économie sociale et solidaire ainsi que du médico-social (Delouette & Jany-Catrice, 2015 ; Hély, 2010 ; Studer, 2021 ; Trouvé & Jolivet, 2009). La marchandisation est ainsi en partie liée avec la question de la mesure des effets produits.

Axe 3 – Dynamiques et modalités au sein de l'encadrement des pratiques corporelles

Dans un troisième axe, il convient d'interroger les manières dont les métiers, les professions, les vocations et les statuts du sport sont traversés par la marchandisation (Tripiet, Dubard, & Boussard, 2015). Ces domaines liés au journalisme sportif, aux réseaux sociaux, à la distribution d'articles de sport, à la gestion des structures sportives, à l'encadrement, à l'animation et à l'enseignement d'activités physiques et sportives, sont autant d'exemples qui sont « travaillées » par la marchandisation (Julhe & Honta, 2021 ; Michot & Shorlé, 2006). L'émergence de « nouvelles » professions ou leurs évolutions posent en outre des questions liées à la « juridiction »



(Abott, 1988), à la (re)composition des identités professionnelles, aux dynamiques de carrières, ou encore, sans que la liste soit exhaustive, aux institutions de formation et aux certifications professionnelles.

Au côté de ces professions, il s'agit de songer à l'intégration de la formation des professeurs et professeures d'EPS au sein d'un écosystème régissant la marchandisation des APSA (Froissart, Paintendre & Saint-Martin, 2021 ; Perez-Roux, 2011). L'enseignement de l'EPS étant obligatoire de l'entrée à l'école élémentaire jusqu'à l'âge de 16 ans dans les établissements publics et privés sous contrat, les enseignants et enseignantes d'EPS et du premier degré ont été amenés à prendre en charge la formation de citoyens et citoyennes supposés « modèles » (Attali & Saint-Martin, 2021 ; Bréhon & Chovaux, 2009 ; Klein, 2003 ; Martin, 1999). Selon une approche critique, la formation peut poser question : les principales caractéristiques inculquées renvoient aux notions d'hygiène corporelle, de performance physique ou sportive, de modes de vie actifs immédiats et futurs, de bien-être et d'éco-citoyenneté (Marsault, 2009), selon des enjeux qui relèvent de pratiques normatives (UNESCO, 2021). En effet, par la formation, les institutions publiques entendent réduire le coût économique des maladies liées à la sédentarité et à l'inactivité physique (e.g., diabète, type 2), à l'accélération des rythmes sociaux (e.g., surmenage, dépression), et aux bouleversements environnementaux (Schnitzler & Saint-Martin, 2021). Par exemple, à l'école primaire, il se pose la question de l'articulation entre l'EPS et un ensemble de dispositifs développés face à ces enjeux, comme *Savoir Rouler à Vélo* et *30 minutes quotidiennes d'activité physique*.

Depuis plus de 50 ans, la filière éducation et motricité au sein des UEREPS puis des UFR STAPS – qui forme aux métiers du professorat d'EPS et de l'intervention en sport (Durand, 2001) – peut être considérée comme un investissement de la part de l'État français pour contribuer à la promotion de modes de vie actifs et à la réduction des dépenses de santé. Toutefois, cette approche peut aussi donner lieu à une critique de la rentabilité corporelle des citoyens et citoyennes qui doivent être physiquement et socialement éduqués afin d'en réduire leur coût pour l'État. Au-delà des enjeux socio-économiques, il s'agit d'étudier et de déconstruire l'analyse au travers des déterminants sociaux, des rapports de domination et des controverses relatives aux valeurs sous-jacentes de ces modèles. À cet égard, la sociologie des professions et du genre (Guérandel, 2014, 2017, 2024), ainsi que la sociologie critique pourront potentiellement servir de support de réflexion (Callède, 2007, Chevallier-Le Guyader, 2015 ; Raynaud, 2018 ; Rosa, 2022).

Des propositions hors thème sont possibles.



Bibliographie indicative au format APA

- Abbott, A. (1988). *The System of Professions : An Essay on the Division of Expert Labor*. Chicago : University of Chicago Press.
- Andreff, W. (2021). *La face cachée du sport. Dérives économiques et scandales financiers*. Louvain-la-Neuve : De Boeck supérieur.
- Arnal, T. (2018). Science et séduction du nouveau corps athlétique : à l'origine du sport en France. *Revue d'histoire du XIXe siècle*, 56, 189-206.
- Attali, M. & Saint-Martin, J. (2021). *L'Éducation physique de 1945 à nos jours, les étapes d'une démocratisation* (4^{ème} édition). Paris: Armand Colin.
- Aubin, L. & Guégan, J.-B. (2022). *Atlas géopolitique du sport*. Paris: Autrement
- Augustin, J. P. & Guillon, P. (2021). *Les Jeux du monde. Géopolitique de la flamme olympique*. Paris: Armand Colin.
- Barget, E. & Gouguet, J. (2010). La mesure de l'impact économique des grands événements sportifs. L'exemple de la Coupe du Monde de Rugby 2007. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, (3), 379-408.
- Bastien, J. (2019). *Bénévolat sportif: enjeux et limites d'une quantification*. *Jurisport*, 195, 41-45.
- Bastien, J., Gouguet J.-J. & Rougier, C. (2022). Sport et développement territorial en Guyane. Une approche par la théorie de la base. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, (4), 613-632.
- Bergeron, H., Castel, P., Dubuisson-Quellier, S. (2014). Gouverner par les labels : Une comparaison des politiques de l'obésité et de la consommation durable. *Gouvernement & action publique*, 3(3), 9-32.
- Bessy, O. (1987). Les salles de gymnastique, un marché du corps et de la forme, *Revue Esprit*, 185(4), 79-94.
- Boltanski, L. & Esquerre, A. (2017). *Enrichissement : une critique de la marchandise*. Paris : Gallimard.
- Bonnet, C. (2020). *Un sport de valeur(s) : une analyse socioéconomique de l'impact de la professionnalisation sur les stratégies de communication dans le rugby en France*. Thèse de doctorat en STAPS, université Paris Nanterre.
- Bourg, J.-F. & Gouguet J.-J. (2017). *Sport et territoire. Les enjeux pour les collectivités locales*. Paris: Presses Universitaires du Sport.
- Boykoff, J. (2014). *Celebration Capitalism and the Olympic Games*. London: Routledge.
- Bréhon, J. & Chovaux, O. (dir.) (2009). *Études sur l'EPS du second vingtième siècle (1945-2005)*. Arras: Artois Presses Université.
- Brohm, J.-M. (1976). *Sociologie politique du sport* (2^e édition). Nancy: Presses Universitaires de Nancy (P.U.N.).
- Brohm, J. (2024). La religion athlétique de Coubertin, admirateur de l'olympisme nazi. *Pouvoirs*, 189, 61-71.
- Bromberger, C. (1995). *Le match de Football. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*. Paris: Éditions de la Maison des sciences de l'homme
- Callède J. P., (2007). *La sociologie française de la pratique sportive (1875-2005). Essai sur le sport. Forme et raison de l'échange sportif dans les sociétés modernes*. Pessac: MHSA.
- Callon, M. (2017). *L'emprise des marchés*. Paris: La découverte.



- Camporelli, F. (2022). Maîtres-nageurs-sauveteurs (MNS) : dynamiques d'un groupe professionnel dominé (1927-2022) », Doctorat de sociologie sous la direction de Sébastien Fleuriel et Manuel Schotté. Lille: Université de Lille.
- Chanavat, N. & Desbordes, M. (2013). Le parrainage sportif multiple événementiel : atouts, défis et conditions de succès. *Gestion*, 38, 27-36.
- Charrier, D., Jourdan, J., Bourbillères, H., Djaballah, M. & Parmantier, C. (2020). L'impact social des grands événements sportifs : réflexions théoriques et méthodologiques à partir de l'Euro 2016. *Movement & Sport Sciences*, 107, 3-15.
- Chauvière, M. (2010). *Trop de gestion tue le social. Essai sur une discrète chalandisation*. Paris: La Découverte.
- Chevallier-Le Guyader M. F., (dir.). (2015). *Au cœur des controverses. Des sciences à l'action*, Arles: Actes Sud/IHES.
- Corbin, A., Courtine, J.-J., & Vigarello, G. (Eds.). (2011). *Histoire de la virilité* (Vol. 2). Paris: Seuil.
- Defrance, J. (2011). *Sociologie du sport*. Paris: La découverte.
- Delouette, I. & Jany-Catrice, F. (2015). Enjeux sociopolitiques de la mesure de l'utilité sociale des organisations de l'ESS, *Cahiers du CIRTES, Hors-série*, 5, 129-146.
- Dumons, B. (2011). Le football dans la ville: Saint-Étienne au 20e siècle. *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 111, 11-21.
- Durand, M. (2001). *Chronomètre et survêtement*. Paris: Éditions Revue EPS.
- Ehrenberg, A. (1995 [1991]). *Le culte de la performance*. Paris: Hachette Littérature.
- Falaix, L. (ed.). (2017). Surf à contre-courant : Une odyssée scientifique. Pessac: MSHA
- Falaix, L., Lemarié, J. & Lafargue, J. (2021). Activist Surfing-based Groups in the Tourism Transition: Localism and Universalism in the French Basque Country. 95(2). [En ligne] <https://doi.org/10.4000/geocarrefour.18491>
- Falcoz, M. & Walter, E. (2009). Être salarié dans un club sportif : une posture problématique. *Formation emploi*, 108, 25-37.
- Ferez, S., Ruffié, S., Joncheray, H., Marcellini, A., Pappous, A. S., Richard R. (2020). Inclusion through sport: A critical view on paralympic legacy from a historical perspective. *Social Inclusion*, 8(3), 224-235.
- Ferez, S., & Marcellini, A. (2024). Sport des autres ou autre sport ? Genèse et essor du paralympisme, *La Vie des idées* [En ligne]. 3 septembre 2024. ISSN : 2105-3030. URL : <https://laviedesidees.fr/Sport-des-autres-ou-autre-sport>
- Ferez, S., & Liotard, P. (2019). Du génie du sport gay. *Corps*, (17), 259-262.
- Ferrand, A., Chappelet, J. L. & Séguin, B. (2012). *Le marketing olympique*. Paris: De Boeck.
- Fleuriel, S. (1997). *Sport de haut niveau ou sport d'élite ? La raison culturelle contre la raison économique : sociologie des stratégies de contrôle d'État de l'élite sportive*. Thèse de sociologie. Université de Nantes.
- Froissart, T., Paintendre, A., Saint-Martin, J. (2021). *L'Éducation Physique et sportive du XXIe siècle ou les enjeux d'une EPS de qualité (1981- 2021)*. Reims: éPURE.
- Galy, M-F., & Mennesson, C. (2022). Des hommes et des corps. SociologieS [En ligne]. URL : <http://journals.openedition.org/sociologies/18788>



- Gasparini, W. (2008). L'intégration par le sport. Genèse politique d'une croyance collective. *Société contemporaine*, 1(69), 7-23.
- Gayant, J.-P. (2016). *L'économie du sport*. Paris: Dunod.
- Goulet, P. (2018). *Le financement des politiques sportives en France : bilan et perspectives* (Rapport à l'attention du Premier ministre). Assemblée Nationale.
- Gouguet, J. (2015). L'avenir des grands événements sportifs : La nécessité de penser autrement. *Revue juridique de l'environnement*, (HS15), 95-115.
- Godefroy, J. (2024). « Les influenceuses d'Instagram et l'espoir d'une recomposition de l'ordre du genre », in Guérandel, C. & O., Hidri Neys (dir.). *Les sportives dans les médias*. Limoges, Presses Universitaires de Limoges, Collection Desport et des histoires, 125-144.
- Godefroy, J. (2021). Des influenceurs sous influence ? La mobilisation économique des usagers d'Instagram », *Travail et emploi*, 164-165(1-2), 2021, 59-83.
- Guérandel C. (2014). « Enseigner l'EPS en milieu populaire urbain : revendiquer, subir, ignorer ou questionner les rapports sociaux de sexe », in S. Ayrat, Y. Raibaud (dir.), *Pour en finir avec la fabrique des garçons, Vol II. Loisirs, sport, culture*. Bordeaux, Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, Vol 2, 2014, 37-5.
- Guérandel C. (2014). « Les collégiennes des milieux populaires en EPS : influence des stéréotypes de sexe et des enseignants sur leur engagement dans la discipline », in Buisson-Fenet H. (dir.), *Ecole des filles, école des femmes. L'institution scolaire face aux parcours, normes et rôles professionnels sexués*, Bruxelles, De Boeck, 2017, 105-118.
- Guérandel C., Lentillon- Kaestner V. et Thorel-Hallez S.(2024). « Filles et garçons en éducation physique : genre, discriminations et formation des enseignants », in V. Cece & V. Lentillon-Kaestner (dir.), *Les différences entre élèves en Education physique : un regard à 360 degré !*, Berne, Peter Lang, 19-37.
- Guérandel, C. & O., Hidri Neys (dir.) (2024). *Les sportives dans les médias*. Limoges, Presses Universitaires de Limoges, Collection Desport et des histoires.
- Guibert, C. (ed.). (2020). *Les mondes du surf : Transformations historiques, trajectoires sociales, bifurcations technologiques*. Pessac: MSHA.
- Hély, M. (2010). Le travail « d'utilité sociale » dans le monde associatif. *Management & Avenir*, 40(10), 206-217.
- Hidri Neys, O., & Bohuon, A. (2008). Faire du sport pour être embauché ? Logiques et pratiques de recrutement du personnel commercial chez Decathlon. *Staps*, 82(4), 57-70.
- Joly, F., Le Yondre, F. (2021). Sociologie du sport pour le développement : état de l'art anglo-saxon et projection en sociologie française, *Revue STAPS*, 134, 7-33.
- Julhe, S., & Honta, M. (2012). L'articulation travail-famille chez les conseillers techniques sportifs : situations asymétriques entre hommes et femmes, *Sociologie*, 3(4), 341-357.
- Klein, G. (2003). *Une affaire de discipline. L'Éducation Physique en France et en Europe (1970-2000)*. Paris: Ed. Revue EPS.
- Lanfranchi, P. (2004). La consommation du spectacle sportif : Une comparaison entre l'Allemagne, l'Italie et la France dans l'entre-deux-guerres. *Le Mouvement Social*, (206), 115-125.
- Lassalle, F. (2015). *Management des organisations sportives*. Cormelles-le-Royal: EMS Editions.
- Louchet, C. & Hidri Neys, O. (2018). Les centres de remise en forme « réservés aux femmes » : une injonction à la santé d'un nouveau genre ? *Sciences sociales et santé*, 36(3). 5-30.



- Marsault, C. (2009). *Socio-histoire de l'éducation physique et sportive*. Paris: PUF.
- Martin, J. L. (1999). *La politique de l'éducation physique sous la Ve République*. Paris: PUF.
- Michot, T. & Shorlé, C. (2006). L'école et les métiers du sport, *Diversité – VEI*, (146), 159-166.
- Montañola S. (2024), « De la couverture médiatique aux conditions de travail des journalistes : le sport sous l'angle du genre 2003-2023 », in Guérandel, C. & O., Hidri Neys (dir.). *Les sportives dans les médias*. Limoges, Presses Universitaires de Limoges, Collection Desport et des histoires, 43-77.
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs
- Perez-Roux, T. (2011). *Identité(s) professionnelle(s) des enseignants. Les enseignants d'EPS entre appartenance et singularité*. Paris: Revue EPS.
- Pierre, J., & Dalla Pria, Y. (2022). La digitalisation du sport au travail : une approche par la théorie de l'acteur-réseau. *Loisir & Société*, 45(3), 571-585
- Raveneau, G. (2008). Traitement de la sueur et discipline du corps. *Journal des anthropologues*, (112-113), 301-321.
- Raynaud, D. (2018). *Sociologie des controverses scientifiques*. Paris: PUF.
- Richet, C., & Soulé, B. (2008). Des maîtres-nageurs à l'épreuve de la délégation de service public : rapports de force et de grandeur au travail, *Staps*, 82(4), 71-84.
- Rosa, H. (2022). *Pédagogie de la résonance*. Paris: Le Pommier.
- Sayeux, A (2024). Quand le corps meurtri devient marin Sens et identités dans le handisurf. *Corps*, (22), 291-303.
- Schnitzler, C. & Saint-Martin, J. (2021). Éduquer aux activités de pleine nature en France : un défi pour l'EPS du XXIe siècle ? *eJRIEPS*, 49(2), 35-55.
- Schotté, M. (2011). Quand les « valeurs du sport » fragilisent les sportifs : L'exemple d'une course sur route ordinaire. *Savoir/Agir*, 15(1), 19-24.
- Schotté, M. (2022). *La valeur du footballeur. Socio-histoire d'une production collective*. Paris: éditions CNRS.
- Schwob, V., & Jarthon, J.-M. (2023). Le long-côte, une activité physique de santé en pleine nature. *Mouvement & Sport Sciences - Sciences & Motricité*, (122), 41-52.
- Studer, M. (2021). *Évaluer l'économie sociale et solidaire : socioéconomie des conventions d'évaluation de l'ESS et du marché de l'évaluation d'impact social*. Thèse de doctorat. Université de Lille.
- Terret, T. (2016). *Histoire du sport* (5^e édition). Paris: PUF, Que sais-je.
- Trouvé, H. & Jolivet, P. (2009). L'utilité sociale des associations : à la recherche d'une convention de coordination, *Revue des politiques sociales et familiales*, 97, 51-60.
- Travaillot, Y. (1998). *Sociologie des pratiques d'entretien du corps*. Paris: P.U.F.
- Tribou, G., Dermit-Richard, N., Wojak, C. (2018). *Management du sport: Marketing et gestion des clubs sportifs*. Malakoff: Dunod.
- Tripier, P., Dubard, C. & Boussard, V. (2015). *Sociologie des professions* (4^e ed.). Paris: Armand Colin.
- UNESCO (2021). *Apprendre pour la planète : une étude mondiale de l'intégration des questions environnementales dans l'éducation*. Éditions UNESCO.
- Vigarello, G. (1995). Le temps du sport. In A. Corbin (Ed.), *L'avènement des loisirs (1850-1960)* (pp. 253-290). Paris: Flammarion.



- Vigarello, G. (2006). Stades. Le spectacle sportif des tribunes aux écrans. In A. Corbin, J.J. Courtine & Vigarello, G. (dirs.). *Histoire du corps, vol.3. Les mutations du regard. Le XXe siècle*, Paris: Seuil, 343-369.
- Wahl, A. (1986). Le footballeur français : de l'amateurisme au salariat (1890-1926). *Le Mouvement Social*, (135), 7-30.
- Wilson, J. P. (2022). Homes of sports: a study of cultural heritage tourism and football. *Journal of Sport & Tourism*, 26(4), 315-333.
- Wittersheim, E. (2014). *Supporters du PSG*. Paris: BDL éditions.
- Zimmermann, A, Ito, E, & Chung Saura, S (2021). La perception de plénitude dans l'escalade durable : l'écologie corporelle pour une éthique du soin. *Staps*, 2021/2 n° 132. pp. 15-25. <https://doi.org/10.3917/sta.132.0015>.

Comité d'organisation local

- ABI-TEBOUL OUGER Théo, étudiant en Master 2 management du sport
- BERTUCCI William, Professeur des universités, Doyen de l'UFR STAPS
- BOUTROUX Mathieu, enseignant titulaire
- BRIDE Jérémy, Maître de conférences
- COLIN Axel, étudiant en Master 2 management du sport
- DE BARQUIN-BERNARD Maëline, étudiante en Master 2 management du sport
- FRANCOIS Amaël, Doctorant, représentant de la 3SLF.
- JACQUES Thibault, étudiant en Master 2 management du sport
- GATELIER Elsa, Maître de conférences
- LAFFOND Lucie, étudiante en Master 2 management du sport
- LEMARIÉ Jérémy, Maître de conférences, coordinateur du comité d'organisation local
- M'BARKI Anissa, étudiante en Master 2 management du sport
- PAINTENDRE Aline, Maîtresse de conférences
- NOIREZ Philippe, Directeur du laboratoire PSMS
- VILLIÈRE Sandra, assistante de direction de l'UFR STAPS

Comité scientifique

- ADOLIN Francis, Docteur
- BASTIEN Jérémie, Maître de conférences
- ERARD Carine, Maître de Conférences HDR (Présidente de la SSSLF)
- FALCOZ Marc, Maître de conférences HDR
- FRANCOIS Amaël, Doctorant
- FROISSART Tony, Professeur émérite
- GATELIER Elsa, Maîtresse de conférences
- LEMARIÉ Jérémy, Maître de conférences
- MARSAC Antoine, Maître de conférences
- MICHOT Thierry, Professeur des Université (CA de la SSSLF)
- MATTONT Josselin, Doctorant



- PAINTENDRE Aline, Maîtresse de conférences
- SAINT-MARTIN Jean, Professeur des universités en STAPS
- WALTER Emmanuelle, Maîtresse de conférences

Lieu du congrès

Université de Reims Champagne-Ardenne, Campus Croix Rouge, 57 Rue Pierre Taittinger
51100 Reims

Calendrier

- Fin septembre 2024 : Première diffusion de l'appel à communication
- Début novembre 2024 : Deuxième diffusion de l'appel à communication
- 20 décembre 2024 : Réception des résumés de proposition de communication (site de dépôt communiqué prochainement).
- 3 février 2024 : Réponse du Comité scientifique
- 10 février 2024 : Ouverture des inscriptions
- 5 avril 2025 : Date limite de réception des inscriptions
- 21 avril 2025 : Envoi du programme définitif
- 3 juin 2025 : Journée du Réseau des Jeunes Chercheurs
- 4-6 juin 2025 : Déroulement du Congrès à Reims

Nombre de sessions/thèmes

4 sessions en parallèle de 9h à 12h, puis de 13h30 à 16h30

Évènements proposés en cours de programmation

- Deux conférences plénières de deux personnalités francophones invitées, le mercredi 4 juin en matinée, et le vendredi 6 juin en matinée.
- Dîner de gala des congressistes le jeudi 5 juin 2025 après l'AG de la 3SLF à 16h30.