

**LA NOUVELLE ENCEINTE SPORTIVE : ENTRE NON-LIEU, HYPER-LIEU ET HETEROTOPIE  
FOUCALDIENNE**

**REFLEXION THEORIQUE POUR DE MEILLEURES PRATIQUES STRATEGIQUES ET  
MANAGERIALES**

**Jérôme Boissel**

Professeur Associé  
ESC Clermont Business School  
Bureau 310, 4 boulevard Trudaine  
63000 Clermont-Ferrand.

Docteur en Sciences de Gestion  
Laboratoire CleRMa EA 3849  
11, boulevard Charles de Gaulle  
63000 Clermont-Ferrand.

[jerome.boissel@esc-clermont.fr](mailto:jerome.boissel@esc-clermont.fr)

06 52 947 847

**LA NOUVELLE ENCEINTE SPORTIVE : ENTRE NON-LIEU, HYPER-LIEU ET HETEROTOPIE  
FOUCALDIENNE**

**REFLEXION THEORIQUE POUR DE MEILLEURES PRATIQUES STRATEGIQUES ET  
MANAGERIALES**

Résumé :

Alors qu'un grand nombre de stades et d'arénas ont été construits en France ces dernières années et que certains projets sont encore en développement, ce projet de recherche vise à revisiter la place de la nouvelle enceinte sportive, non pas sous l'angle économique comme c'est souvent le cas, mais sous celui des sciences humaines et sociales, et plus précisément en s'interrogeant sur le statut de la nouvelle enceinte comme non-lieu, hyper-lieu ou hétérotopie foucauldienne. Initialement « *non-lieu* » (Augé, 1992) car dépourvu d'identité, de relation et d'histoire commune avec les spectateurs, les clubs résidents auraient peut-être intérêt à faire basculer leur nouvel « *outil-stade* » vers un statut d'« *hyper-lieu* » (Lussault, 2017) ou d'hétérotopie foucauldienne (Foucault, 2009) afin de mieux attirer, satisfaire et fidéliser les différents segments de spectateurs qui le fréquentent.

Mots clefs : « stade » ; « lieu » ; « non-lieu » ; « hyper-lieu » ; « hétérotopie »

**NEWLY-BUILT SPORT FACILITIES AS NON-PLACES, HYPER-PLACES OR FOUCAULDIAN  
HETEROTOPIA:**

**THEORETICAL REFLECTION TO SUPPORT MORE EFFICIENT STRATEGIC AND MANAGERIAL  
PRACTICE**

Abstract:

A number of stadia and arenas have been built in France over the last few years and other projects are still under development. Academic research on newly-built sports facilities have mainly focused on the economic impact of such projects. The present research aims at revisiting the place of new stadia, through the scope of human and social sciences, and more precisely through the lens of non-places, hyper-places and heterotopia. With an original status of "non-place" (Augé, 1992) because it does not convey any identity, relationship nor common history with the spectators, clubs that operate newly-built stadium may wish to convert their new facility into an "hyper-place" (Lussault, 2017) or an "heterotopia" (Foucault, 2009) in order to attract, satisfy and retain each spectator segment that visit their premises more efficiently.

Keywords : « stadium » ; « place » ; « non-place » ; « hyper-place » ; « heterotopia »

## Introduction : le lieu dans la littérature en sciences humaines et sociales

L'étude des comptes des clubs professionnels des quatre sports majeurs en France montre que les « *recettes matches* » ne représentent que 10 à 13% de leurs produits d'exploitation<sup>1</sup>. Ce résultat en trompe-l'œil pourrait faire oublier que les contrats de partenariats publics et privés incluent des prestations de visibilité (textile, panneautique, etc.) et de relations publiques (billetterie à prestation) principalement activables les jours de matches ; que les ventes de produits dérivés s'envolent les jours de matches et que des stades pleins représentent un produit télévisuel beaucoup plus attractif que des rencontres disputées à huis-clos. Dès lors, le rôle de l'« *outil-stade* » dans les réflexions stratégiques des clubs devient primordiale. Or, seules les considérations d'ordre économique ont eu les faveurs de la recherche scientifique (Noll et Zimbalist, 1997 ; Szymanski, 2010 ; Zimbalist, 2015) et il nous semble que celles-ci omettent un élément essentiel : de quel type de lieu parle-t-on lorsqu'on évoque le stade en général, et une nouvelle enceinte en particulier ? Cette question est d'autant plus pertinente que la consommation du spectacle sportif s'inscrit parfaitement dans le cadre de l'expérience. En effet, comme un point de vente en distribution (Bitner, 1992) ou une salle de spectacle pour un concert (Mencarelli, 2008) l'enceinte sportive joue un rôle essentiel dans l'expérience de consommation du spectacle sportif (Boissel, 2021), qui plus est dans une optique de Service Dominant Logic (Vargo et Lusch, 2004). Nous proposons donc une nouvelle lecture du stade qui permettrait de déterminer si la nouvelle enceinte relève du non-lieu, de l'hyper-lieu ou de l'hétérotopie. Nous pensons, effectivement, qu'une telle démarche pourrait permettre aux praticiens de développer des stratégies et de mettre en œuvre des moyens d'action mieux adaptés et plus efficaces.

## Définitions du lieu dans la littérature en sciences humaines et sociales

La question du lieu a fait l'objet d'une attention particulière en sciences humaines et sociales. Il revêt un caractère polysémique et complexe qui le rend difficilement saisissable. Sa signification varie d'un champ disciplinaire à un autre : d'une conception géométrique où le lieu est un espace physique identifiable objectivement et indépendant de ce qu'il contient ; à une conception plus complexe, plus relationnelle, plus subjective et plus relative quand on l'envisage sous l'angle des sciences humaines et sociales.

En géographie, Lussault propose une définition suffisamment neutre du lieu pour être consensuelle. Pour l'auteur, le lieu est un espace doté d'une identité, c'est-à-dire d'« *un ensemble de valeurs (...) qui constitue une référence utilisée par un et/ou des acteurs qui le pratiquent pour se définir en se distinguant des autres acteurs* » (2007, p. 93). Lussault estime donc qu'un lieu est un espace particulier à l'intérieur duquel les acteurs construisent collectivement une identité spatiale, « *quitte à déformer, par exemple, ce que la science historique peut dire de l'origine et du développement d'un espace* » (2007, p. 93).

D'autres tentatives de clarification conceptuelle ont été avancées. Pour certains (Tuan, 1975, 1977 ; Relph, 1976 ; Porteous, 1976 ; Hay, 1998, Lewicka, 2011), un lieu se définit par sa continuité historique, son caractère unique, son périmètre délimité, et le havre de paix qu'il propose. Ce courant de pensée traditionnelle et conservatrice du lieu stable, protecteur, au périmètre délimité et à l'histoire continue a fait l'objet de critiques d'auteurs (Milligan, 1998 ; Massey, 2004 ; Harvey, 1996) dont la vision est plus libérale et pour lesquels le lieu serait

---

<sup>1</sup> Rapport Annuel DNACG 2021 – Economie du Rugby Français – Compte des Clubs Professionnels, Saison 2019-2020, [rapport annuel dnacg 2021.pdf \(lnr.fr\)](#) ; Situation du Football Professionnel – Saison 2020/2021, [rapport francais dncg rvb final \(1\).pdf](#) ; Rapport CNACG 2019 – Economie du Handball Masculin de 1<sup>ère</sup> et 2<sup>nde</sup> division, Saison 2017/2018, [LNH | Rapport CNACG 2019](#) ; Rapport DNCCGCP, Saison 2019/2020 – Compte des Clubs Professionnels au 30 juin 2020, [rapport-dnccgcp-2019-2020.pdf \(lnb.fr\)](#).

source d'interactions dans un monde globalisé. Pour eux, le lieu serait un carrefour ouvert, un point de rencontres et d'interactions qui inviterait à la diversité et au multiculturalisme.

Les lieux peuvent varier en fonction de leur taille et de leur voisinage et les chercheurs ont montré qu'un espace ne devient pas toujours un lieu (Bédard et Breux, 2011 ; Bradford, Williams et Sherry, 2015 ; 2018). Bédard (2002) recense ainsi le lieu de mémoire (Nora, 1997), le lieu exemplaire (Micoud, 1991), le lieu de cœur (Bonnemaison, 1996), le lieu parlant (par opposition au lieu dormant, Nora, 1997), le haut-lieu et le bas-lieu (Corajoud, 1990), l'entre-lieu (Turgeon, 1998) ou encore le non-lieu (Augé, 1992).

### **Le nouveau stade : un lieu ni identitaire, ni relationnel, ni historique ?**

En 1992, Augé théorise le concept de « *non-lieu* » et estime que « *si un lieu peut se définir comme identitaire, relationnel et historique, un espace qui ne peut se définir ni comme identitaire, ni comme relationnel, ni comme historique définira un non-lieu* » (1992, p. 100). C'est le cas des « *voies aériennes, ferroviaires, autoroutières et les habitacles mobiles dits « moyens de transport » (avions, trains, cars), les aéroports, les gares et les stations aérospatiales, les grandes chaînes hôtelières, les parcs de loisir, et les grandes surfaces de la distribution, l'écheveau complexe, enfin, des réseaux câblés ou sans fil qui mobilisent l'espace extra-terrestre aux fins d'une communication si étrange qu'elle ne met souvent en contact l'individu qu'avec une autre image de lui-même* » (1992, pp. 101-102). Lors de son retour sur les non-lieux, Augé qualifie les « *non-lieux empiriques* » comme des « *espaces de circulation, de consommation et de communication* » (2010, p. 172).

Dans cette perspective, on peut, effectivement envisager les nouveaux stades comme des « *espaces d'anonymat avec lesquels l'utilisateur entretient une relation contractuelle symbolisée par le billet d'entrée* », au même titre que le passager d'un train avec son titre de transport ou le client d'un hôtel avec la confirmation de sa réservation. Des relations existeront sans doute entre le porteur de billet et ses compagnons de match mais pas nécessairement avec les autres spectateurs. Il est donc important pour les responsables de clubs ayant récemment pris possession d'une nouvelle enceinte de tout mettre en œuvre pour faire basculer le stade du statut de non-lieu, c'est-à-dire un espace « *non-identitaire, non relationnel et non historique* », à celui d'hyper-lieu (Lussault, 2017) ou à celui d'hétérotopie (Foucault, 2009) car, si les constructions de l'identité et de l'histoire de la nouvelle enceinte prendront du temps, des relations pourront vraisemblablement se forger beaucoup plus rapidement.

### **Le nouveau stade : exemple-type de l'hyper-lieu ?**

Aux non-lieux d'Augé, le géographe Michel Lussault oppose les hyper-lieux (2017) qu'il caractérise comme un espace de rassemblement où les individus composent une société locale à partir de cette agrégation. Les hyper-lieux de Lussault reposent sur cinq critères fondamentaux. Aussi, un hyper-lieu est (1) « *avant tout dense, divers et intense* » (2017, p. 56) ; (2) empreint d'hyper-spatialité, c'est-à-dire toujours susceptible d'être connecté à d'autres via les réseaux sociaux mobilitaires et télécommunicationnels ; (3) hyper-scalaire, tant il est difficile de trouver une taille pour définir un hyper-lieu puisqu'il joue sur toutes les échelles en même temps en raison de la tension entre le global et le local ; (4) source de partages d'expériences ; et (5) affinitaire, au sens où l'individu est familier de ceux qui l'entourent.

Si l'on extrapole la vision de Lussault, on peut aisément envisager qu'une nouvelle enceinte puisse devenir un hyper-lieu. En effet, les stades répondent aux cinq critères qui définissent l'hyper-lieu. L'exemple du but marqué de plus de soixante mètres par un joueur

stéphanois à Metz en novembre 2021 et relayé immédiatement sur les réseaux sociaux<sup>2</sup> montre qu'un événement local, partagé par quelques milliers de spectateurs peut devenir, immédiatement, mondial grâce aux nouvelles technologies. Pendant plusieurs jours, le stade Saint-Symphorien de Metz est devenu le centre d'attention des fans de football à travers le monde entier. N'en va-t-il pas de même pour la relance de Romain N'Tamack au stade de France pendant le match contre les All Blacks de novembre 2021<sup>3</sup> ? D'ailleurs, cette action ne nous rappelle-t-elle pas « *l'essai du bout* » du monde marqué par Philippe Sadourny en Nouvelle-Zélande, après une relance de Philippe Saint-André ? Inscrit en 1994, à une époque où les réseaux sociaux n'existaient pas encore, l'action a pourtant fait le tour du monde et a été visionnée plus de deux millions de fois sur YouTube<sup>4</sup>. Le statut d'hyper-lieu pour un stade revêt un intérêt managérial intéressant dans la mesure où il peut venir renforcer le sentiment de vivre la réussite par procuration (Cialdini, Borden, Thorne, Walker, Freeman et Sloane, 1976) chez les supporters et leur revendication du « *j'y étais* » par rapport à ceux qui devront se contenter de suivre les meilleurs moments de la rencontre par écran interposé, en direct, ou en différé.

### **Le nouveau stade : métaphore de l'hétérotopie foucauldienne ?**

Impossible d'aborder les hétérotopies foucauliennes sans revenir sur l'utopie, néologisme gréco-latin popularisé par Thomas More en 1516, et dont la signification demeure encore ambiguë. Pour Paquot, l'euphonie du terme dans la langue anglaise laisse planer le doute entre ce « *nouveau pays de nulle part* », qui ne plaisait pas trop à Thomas More » et ce « *pays du bonheur* ». L'utopie serait donc « *le meilleur des mondes (eutopia)* » mais qui « *n'existe sur aucune carte* » (2007, pp. 5-6). L'« *utopie* » revêt ainsi deux facettes : « *l'une positive – le projet d'une nouvelle société plus juste, plus fraternelle, plus généreuse et libératrice – et l'autre négative – un projet contraignant, totalitaire, irréfléchi, inconséquent, peu sérieux...* » (2007, p.9). Les thèses de Marc Perelman (1998, 2010) et de Christian Bromberger (1989, 1995, 1998, 2010) rejoignent l'idée d'un stade utopique contraignant et totalitaire, notamment lorsque Perelman évoque le « *stade barbare* », par exemple. Par opposition, les développeurs, les architectes, les promoteurs immobiliers, les collectivités territoriales, et les clubs, ne promeuvent-ils pas un stade utopique porteur de valeurs positives lorsqu'ils dévoilent les projets de nouveaux stades avec des impressions artistiques très flatteuses ?

Pour Foucault, « *il y a – et ceci dans toute société – des utopies qui ont un lieu précis et réel, un lieu que l'on peut situer sur une carte ; des utopies qui ont un temps déterminé, un temps qu'on peut fixer et mesurer selon le calendrier de tous les jours. Il est bien probable que chaque groupe humain, quel qu'il soit, découpe, dans l'espace qu'il occupe, où il vit réellement, où il travaille, des lieux utopiques, et, dans le même temps où il s'affaire, des moments uchroniques* » (2009, p. 24). Ces utopies particulières, ces « *contre-espaces* » (2009, p. 24), sont ce que Foucault appelle des hétérotopies, c'est-à-dire « *des espaces singuliers que l'on retrouve dans certains espaces sociaux dont les fonctions sont différentes de celles des autres, voire carrément opposées* » (Defert, 2009, p. 58). Roux et Guillard (2014) envisagent les trottoirs comme des hétérotopies foucauliennes ; tandis que Masset et Decrop (2017) étudient le festival musical Tomorrowland sous cet angle et l'envisage tel une « *hétérotopie de déviance* ».

Les hétérotopies foucauliennes sont « *des lieux réels, des lieux effectifs, des lieux dessinés dans l'institution même de la société* » et qui « *fonctionnent comme des utopies effectivement réalisées dans lesquelles tous les autres emplacements réels que l'on peut trouver à l'intérieur*

---

<sup>2</sup> [FC METZ - AS SAINT-ÉTIENNE \(1 - 1\) - Résumé - \(FCM - ASSE\) / 2021-2022 - YouTube](#), visité le 28 novembre 2022.

<sup>3</sup> [Test-match : le résumé de France - Nouvelle-Zélande - YouTube](#), visité le 28 novembre 2022.

<sup>4</sup> [L'essai du bout du monde \(3 juillet 1994\) - YouTube](#), visité le 28 novembre 2022.

*de la culture sont à la fois représentés, contestés, et inversés, des sortes de lieux qui sont hors de tous les lieux, bien que pourtant ils soient effectivement localisables* » (2001, p. 1574, cité dans Roux et Guillard, 2014, pp. 1-2). D'après l'auteur, « *il n'y a probablement pas une société qui ne constitue son hétérotopie ou ses hétérotopies* » (2009, p. 25). Ces hétérotopies prennent « *des formes extraordinairement variées* » (2009, p. 25), des prisons aux asiles psychiatriques, en passant par les maisons closes et les maisons de retraites (Foucault, 2009 ; Roux et Guillard, 2014). La question que l'on peut légitimement se poser est de savoir si l'enceinte sportive peut constituer une hétérotopie moderne.

Selon le premier principe de l'hétérotopie, le stade ne correspond ni à l'hétérotopie de crise des sociétés primitives, « *lieux privilégiés ou sacrés (...) en général réservés aux individus « en crise biologique* » » (Foucault, 2009, p. 26), ni aux « *hétérotopies de déviation : (...) lieux que la société ménage dans ses marges, dans les places vides qui l'entourent [et] (...) plutôt réservés aux individus dont le comportement est déviant par rapport à la moyenne ou à la norme exigée* » (Foucault, 2009, pp. 26-27). Pourtant, selon la vision d'Hetherington, l'hétérotopie « *découle d'une conception moderne et utopique de l'espace social où coexistent à la fois l'expression de la liberté et l'exercice du contrôle* » (Roux et Guillard, 2014, p. 4). Cette ambivalence se retrouve dans la littérature sportive avec, d'un côté, les partisans du supportérisme libre, tel « *l'éloge du supporter* » de Pradeau (2010) ; et, de l'autre, une vision moins flatteuse héritées des sociologues anglo-saxons (Dunning, Murphy et Williams, 1986) ou d'auteurs français comme Perelman ou Bromberger, cités précédemment.

Le second principe fondateur de l'hétérotopie repose sur le fait que, d'après l'auteur, « *au cours de son histoire, toute société peut parfaitement résorber et faire disparaître une hétérotopie qu'elle avait construite auparavant, ou encore en organiser qui n'existaient pas avant* » (Foucault, 2009, p. 27). Aux exemples de la fermeture des maisons closes en Europe et du cimetière dans la civilisation occidentale, Roux et Guillard ajoutent « *la création des assurances sociales qui a contribué à la disparition des maisons de mendicité (...) [et] les mouvements hygiénistes du XIX<sup>ème</sup> siècle [qui] ont marqué les villes de leurs utopies de l'ordre en organisant la collecte des ordures et en faisant disparaître du même coup les « classes malpropres » et « dangereuses »* » (2014, p. 5). En faisant appel aux recherches en urbanisme, on se rend compte, par exemple, que les enceintes sportives auraient tendance à être poussées au-delà de la cité (Ahlfeldt et Maenning, 2010, 2012 ; Bale, 1993, 1999, 2000 ; Van Dam, 2000) dans une optique de gentrification des centres-villes.

Comme troisième principe, Foucault avance que « *les hétérotopies sont liées le plus souvent à des découpages singuliers du temps* » (2009, p. 30), permettant ainsi de juxtaposer en un même lieu des espaces et des temps normalement incompatibles. Comme au théâtre, au cinéma ou au jardin zoologique, « *Foucault (2001) montre que ces lieux combinent en un même point des présences réelles ou figurées du monde qui ne pourraient simultanément se rencontrer dans la réalité* » (Roux et Guillard, 2014). L'enceinte sportive, telle qu'elle est décrite par les sociologues anglo-saxons ou les chercheurs français, est un véritable creuset de mixité où toutes les strates de la société peuvent se regrouper autour d'une même passion.

Quatrième principe, les hétérotopies accompagnent, le plus souvent, des hétérochronies, c'est-à-dire des « *ruptures du temps traditionnel* » (2009, p. 30). Foucault distingue les « *hétérotopies du temps (...) dont découlent (...) des espaces d'accumulation (...) [qui] ont pour fonction d'enfermer dans un lieu tous les temps, toutes les formes, tous les goûts...* » (Roux et Guillard, 2014, p. 5). C'est le cas des cimetières et des bibliothèques ; des « *hétérotopies chroniques (...) dont la particularité est d'abolir le temps et d'offrir des moments éphémères d'inversion et de régénération (Bakhtine, 1970)* » (Roux et Guillard, 2014, p. 6), comme les foires, les fêtes et les carnivals. On pourrait ajouter à cette dernière liste d'« *hétérotopies de la fête* » (Foucault, 2009, p. 31) les enceintes sportives les jours de match.

Le cinquième principe de l'hétérotopie est qu'elle « *constitue un lieu ni tout à fait fermé, ni tout à fait ouvert* » (Roux et Guillard, 2014, p. 6). C'est le cas des collèges et des casernes du XIX<sup>ème</sup> siècle ou des prisons contemporaines. Les hétérotopies sont alors liées « *au passage, à la transformation, au labeur d'une génération* » (Foucault, 2009, p. 31). De la même manière que les trottoirs les jours de collecte des encombrants, les enceintes sportives deviennent des « *espaces privés à usage public* » (Roux et Guillard, 2014, p. 6) les jours de match mais également les autres jours de la semaine quand les enceintes hébergent un musée ou une brasserie ou que le club organise des visites du stade.

Le sixième et dernier principe définit l'hétérotopie comme « *un espace de contestation qui fonctionne soit comme une « illusion » dénonçant « toutes les autres réalités comme des illusions* », soit comme une « *compensation* » d'un monde inaccompli, c'est-à-dire comme « *autre espace réel aussi parfait, aussi méticuleux, aussi bien arrangé que le nôtre est désordonné, mal agencé et brouillon* » (Foucault, 2001, p. 1581, cité par Roux et Guillard, 2014, p. 3-7). La colonie des XVII<sup>ème</sup> et XVIII<sup>ème</sup> siècle, qu'elle soit une tentative de création d'une société parfaite ou la mise en place d'une société hiérarchisée et militaire, illustre la première forme d'illusion. La maison close est « *une hétérotopie qui est assez subtile ou habile pour vouloir dissiper la réalité avec la seule force des illusions* » (2009, p. 35). Or les stades ne sont-ils pas à la fois des espaces de compensation et d'illusion où l'on mêle le jeu comme contrepoint de la vie réglée, tout en reproduisant l'ultra-performance de la vie quotidienne (Scott, Cayla et Cova, 2017) ?

### **Conclusion : une perspective théorique riche qui mériterait une étude empirique**

Alors que le rôle du point de vente a fait l'objet de nombreuses études en distribution, celui de l'enceinte sportive n'a pas fait l'objet d'un grand engouement académique. Pourtant, mieux comprendre de quel type de lieu relève la nouvelle enceinte peut offrir des axes de réflexion stratégique et managériales pour les praticiens : comment attirer les spectateurs dans une nouvelle enceinte dans laquelle ni l'identité, ni les relations, ni l'histoire commune ne se sont développées ? Comment conserver ces spectateurs dans le long terme une fois l'effet de nouveauté estompé ? Force est de constater que, tôt ou tard, la nouvelle enceinte perdra son statut de non-lieu puisque, dans un premier temps, des relations vont s'y nouer, puis, dans un second temps, une histoire commune entre les spectateurs et l'enceinte va se développer, parallèlement à la création de son identité propre. Une fois le statut de non-lieu perdu, il appartient aux dirigeants et aux salariés des clubs de faire de la nouvelle enceinte un hyper-lieu ou une hétérotopie. Les exemples mentionnés précédemment montrent qu'un nouveau stade peut rapidement devenir un hyper-lieu. De même, si les deux premiers principes de l'hétérotopie foucauldienne ne sont pas déterminants dans la mesure où toutes les sociétés ont eu leurs hétérotopies et que celles-ci peuvent apparaître ou disparaître, force est de constater que le stade semble être d'une grande constance depuis l'Antiquité. En revanche, le stade correspond parfaitement à l'hétérotopie chronique (principes 3 et 4). Enfin, la nouvelle enceinte reflète bien les principes 5 et 6 dans la mesure où c'est un espace ni tout à fait ouvert, ni tout à fait fermé, à la fois vecteur de compensation et d'illusion.

La présente recherche demeure théorique et permet d'alimenter le statut de la nouvelle enceinte et la place de celle-ci dans l'expérience de consommation du spectacle sportif. Il nous semblerait pertinent de continuer cette réflexion en menant une étude empirique, vraisemblablement d'ordre qualitatif et exploratoire dans un premier temps, où la parole pourrait être donnée aux usagers de nouvelles enceintes ainsi qu'aux dirigeants et salariés de clubs qui évoluent dans de telles infrastructures dans une logique dyadique afin de mieux comprendre comment les différentes parties-prenantes envisagent ce nouveau « *servicescape* » (Bitner, 1992).

## Références bibliographiques

Ahlfeldt, G. et Maenning, W. (2010), Stadium Architecture and Urban Development from the Perspective of Urban Economics, *International Journal of Urban and Regional Research*, 34, 3, 629-646.

Ahlfeldt, G. et Maenning, W. (2012), Voting on a NIMBY Facility: Proximity Cost of an 'Iconic' Stadium, *Urban Affairs Review*, 48, 2, 205-237.

Augé, M. (1992), *Non-lieux – Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Seuil, Paris, 150p.

Augé, M. (2010), Retour sur les « non-lieux » - Les transformations du paysage urbain, *Communications*, 87, 2, 171-178.

Bale, J. (1993), *Sport, Space and the City*, Routledge, Londres, 211p.

Bale, J. (1993), The Spatial Development of the Modern Stadium, *International Review for the Sociology of Sport*, 28, 2-3, 121-133.

Bale, J. (1999), Parks and Gardens: Metaphors of the Modern Places of Sport, in D. Crouch (ed.), *Leisure/Tourism Geographies*, Routledge, Londres.

Bale, J. (2000), The Changing Face of Football: Stadium and Community, *Soccer & Society*, 1, 1, 91-101.

Bédard, M. (2002), Une typologie du haut-lieu, ou la quadrature d'un géosymbole, *Cahiers de Géographie du Québec*, 46, 127, 29-74.

Bédard, M. et Breux, S. (2011), Non-lieux et grands projets urbains – Une inéluctable équation ? Perspectives théoriques et propositions analytiques, *Annales de Géographie*, 2, 135-156.

Bitner, M.J. (1992), Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees, *Journal of Marketing*, 56, 2, 57-71.

Boissel, J. (2021), Evolution de la perception de la proximité, de la valeur perçue et de l'attachement dans un contexte de changement majeur – le cas du déménagement du Racing 92 du stade Yves-du-Manoir de Colombes à la Paris La Défense Arena, *Thèse de Doctorat*, Université de Tours.

Bonnemaison, J. (1996), *Les fondements géographiques d'une identité : l'archipel du Vanuatu, Essai de géographie culturelle, Livre 1 : Gens de pirogue et gens de la terre*, Orstom, Paris, 460p.

Bromberger, C. (1989), Le stade de football : une carte de la ville en réduction, *Mappemonde*, 2, 40-57.

Bromberger, C. (1998), *Football, la bagatelle la plus sérieuse du monde*, Bayard, Paris.

Bromberger, C. (2010), Sport, Football and Masculine Identity. *Stadium Worlds: Football, Space and the Built Environment*, 181-194.

Bromberger, C., Hayot, A. et Mariottini, J.-M. (1995), *Le match de football : Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*, Maison des Sciences de l'Homme, Paris, 406p.

Defert, D. (2009), in M. Foucault, *Les corps utopiques, Les hétéropies*, Nouvelles Editions Lignes, Paris, 64p.



- Cialdini, R.B., Borden, R.J., Thorne, A., Walker, M.R., Freeman, S. et Sloane, L.R. (1976), Basking in Reflected Glory: Three (Football) Field Studies, *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 3, 366-375.
- Corajoud, M. (1990), Regarder le haut-lieu de dos, *Hauts-lieux – Une quête de racines, de sacré, de symboles*, 39-41.
- Dunning, E., Murphy, P. et Williams, J. (1986), Spectator Violence at Football Matches: Towards a Sociological Explanation, *British Journal of Sociology*, 221-244.
- Foucault, M. (2009), *Les corps utopiques, Les hétérotopies*, Nouvelles Editions Lignes, Paris, 64p.
- Harvey, D. (1996), *Justice. Nature and the Geography of Difference*, Blackwell, Cambridge, MA, USA.
- Hay, R. (1998), Sense of Place in Developmental Context, *Journal of Environmental Psychology*, 18, 5-29.
- Lewicka, M. (2011), Place Attachment: How Far Have We Come in the Last 40 Years?, *Journal of Environmental Psychology*, 31, 207-230.
- Lussault, M. (2017), *Hyper-lieux – Les nouvelles géographies politiques de la mondialisation*, Seuil, Paris, 307p.
- Masset, J. et Decrop, I. (2017), Le festival Tomorrowland – L'expérience d'une vie, *Actes du 33<sup>ème</sup> Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Tours, France.
- Massey, D. (2004), Geographies of Responsibility, *Geografiska Annaler*, 86B, 5-18.
- Mencarelli, R. (2008), L'interaction lieu-objet comme conceptualisation de l'expérience vécue : test d'un modèle intégrateur, *Recherche et Applications en Marketing*, 23, 3, 51-69.
- Micoud, A. (1991), *Des hauts-lieux – La construction sociale de l'exemplarité*, Editions CNRS, 136p.
- Milligan, M.J. (1998), Interactional Past and Potential: The Social Construction of Place Attachment, *Symbolic Interaction*, 21, 1, 1-33.
- Noll, R.G. et Zimbalist, A. (eds.) (1997), *Sports, Jobs & Taxes – The Economic Impact of Sports Teams and Stadiums*, Brookings Institution Press, Washington D.C., USA, 525p.
- Nora, P. (1997), *Les lieux de mémoire*, Gallimard, Paris.
- Paquot, T. (2007), *Utopies et utopistes*, La Découverte, Paris, 128p.
- Perelman, M. (1998), *Le stade barbare – La fureur du spectacle sportif*, Mille et une nuits, Paris,
- Perelman, M. (2010), *L'ère des stades – Genèse et structure d'un espace historique*, Infolio, Paris, 461p.
- Pine, J.B. et Gilmore, J.H. (2011), *The Experience Economy*, Harvard Business Review Press, Boston, 359p.
- Porteous, J.D. (1976), Home : The Territorial Core, *Geographic Review*, 66, 383-390
- Pradeau, J.F. (2010), *Dans les tribunes, Eloge du supporter*, Les Belles Lettres, Paris.
- Relph, E. (1976), *Place and Placelessness*, Londres, Pion.

Roux, D. et Guillard, V. (2014), Le trottoir comme hétérotopie : exploration d'une nouvelle utopie contemporaine dans la consommation, *13<sup>ème</sup> Conférence Internationale Marketing Trends*, Venise, Italie, 1-12.

Szymanski, S. (2010), *Football Economics and Policy*, Palgrave Macmillan, 246p.

Tuan, Y.-F. (1975), *Place : An Experimental Perspective*, *Geographical Review*, 65, 151-165

Tuan, Y.-F. (1976), Geopieté, a Theme in Man's Attachment to Nature and to Place. In D. Lowenthal et M.J. Bowen (eds), *Geographies of the Mind*, New York, Oxford University, 11-39.

Turgeon, L. (ed.) (1998), *Les entre-lieux de la culture*, Presses de l'Université de Laval et L'Harmattan, Québec, 493p.

Van Dam, F. (2000), Refurbishment, Redevelopment or Relocation? The Changing Form and Localisation of Football Stadia in the Netherlands, *Area*, 32, 2, 133-143.

Zimbalist, A. (2015), *Circus Maximus – The Economic Gamble Behind Hosting the Olympics and the World Cup*, Brookings Institution Press, Washington D.C., USA, 174p.