

Éditorial

## UN TOURISME SPORTIF ? LES ENTREPRISES TOURISTIQUES ET LE DÉVELOPPEMENT DES SPORTS EN FRANCE ET EN SUISSE (1850-1950)

[Laurent Tissot](#), [Grégory Quin](#), [Philippe Vonnard](#)

ESKA | « Entreprises et histoire »

2018/4 n° 93 | pages 5 à 11

ISSN 1161-2770

ISBN 9782747228725

Article disponible en ligne à l'adresse :

-----  
<https://www.cairn.info/revue-entreprises-et-histoire-2018-4-page-5.htm>  
-----

Distribution électronique Cairn.info pour ESKA.

© ESKA. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

# É D I T O R I A L

## UN TOURISME SPORTIF ? LES ENTREPRISES TOURISTIQUES ET LE DÉVELOPPEMENT DES SPORTS EN FRANCE ET EN SUISSE (1850-1950)

par **Laurent TISSOT**

professeur émérite d'histoire, Université de Neuchâtel

**Grégory QUIN**

maître d'enseignement et de recherche, Université de Lausanne

et **Philippe VONNARD**

chercheur FNS senior, Université de Lausanne

### INTRODUCTION<sup>1</sup>

Quelques semaines avant le début de la Coupe du monde de football de 1954, soit l'un des plus grands événements sportifs de l'époque et qui est d'autant plus attendu qu'il voit le retour du tournoi en Europe 16 ans après l'édition de 1938 organisée sur le sol français, le président d'un club du championnat de première division suisse (en l'occurrence le FC Sion) envoie un courrier au comité d'organisation de la Coupe du monde afin de

déplorer l'absence de rencontres du tournoi mondial dans le stade de son équipe. Outre le côté prestigieux d'accueillir une partie de la Coupe du monde, ce sont aussi des enjeux économiques, et plus particulièrement, touristiques, que le président du club valaisan met en exergue dans sa lettre. En effet, le fait qu'aucune rencontre ne soit disputée dans le canton du Valais risque, selon lui, de limiter les visites des nombreux touristes étrangers qui viendront en Suisse à l'occasion de la Coupe du monde. Le comité d'organisation s'empresse de lui répondre que s'il a

<sup>1</sup> Les auteurs souhaitent remercier différentes personnes qui ont rendu ce numéro possible. Nous sommes redevables en particulier à Patrick Fridenson et à Sylvain Lenfle pour leurs conseils ainsi qu'à Rachelle Belinga pour son constant suivi. Merci aussi à Arielle Haakenstad pour nous avoir encouragés dans nos démarches initiales, ainsi qu'à Patrick Clastres pour avoir accepté d'héberger le débat dans le cadre du séminaire de recherche qu'il anime à l'Université de Lausanne.

effectivement décidé de ne pas confier de rencontres du tournoi à la ville de Sion, la semaine de pause octroyée aux équipes entre le premier et le second tour de la compétition devrait tout de même permettre aux visiteurs étrangers de venir séjourner quelques jours dans le canton du Valais<sup>2</sup>.

Cet exemple révèle au moins deux dynamiques des relations entre sport et tourisme en Europe. Premièrement, il témoigne des déplacements croissants des citoyens européens à travers le continent – favorisés par le développement du train depuis le milieu du XIX<sup>e</sup> siècle puis, à partir des années 1930, par les progrès successifs de l’aviation civile – avec une motivation sportive, que ce soit la pratique même du sport ou le fait d’assister à des compétitions internationales. Deuxièmement, il montre que le tourisme est, et depuis fort longtemps, une composante essentielle de l’événement sportif, que celui-ci s’organise à l’échelle locale, nationale ou internationale.

Ce numéro a pour but d’interroger précisément les liens entre sport et tourisme, tels qu’ils se sont établis en France et en Suisse entre le milieu du XIX<sup>e</sup> siècle – période qui correspond au début de l’essor de ce que nous pouvons nommer un tourisme sportif – et le milieu des années 1950 – décennie qui marque le début d’un nouvel élan qui va déboucher sur l’essor d’un tourisme de masse dans lequel le sport va jouer un rôle

très important. Parallèlement, cette période est décisive dans la mise en place de structures qui permettent le développement des sports modernes<sup>3</sup>, que ce soit à l’échelle locale (clubs), nationale (fédérations ou associations nationales) ou internationale (organisations internationales sportives).

Historiquement, si les premiers déplacements touristiques n’avaient pas pour principal but la pratique d’un sport<sup>4</sup>, ceux-ci – et notamment à l’initiative de citoyens britanniques – ont pourtant largement contribué à la diffusion des sports modernes à travers l’Europe et le monde. En effet, s’ajoutant à un tourisme de cure<sup>5</sup>, les hôteliers des régions alpines ou des principales régions côtières européennes développent progressivement une offre sportive en vue d’attirer la riche clientèle britannique dans leurs établissements<sup>6</sup>.

Dès le milieu du XIX<sup>e</sup> siècle, sport et tourisme vont construire des synergies toujours plus nombreuses, entraînant l’apparition d’entreprises dédiées et d’une véritable économie, définissant les contours d’un marché toujours plus florissant. Ces relations vont s’affirmer au courant de l’entre-deux-guerres pour trouver un plein épanouissement dans les années qui suivent la Seconde Guerre mondiale. L’avènement d’une véritable quête pour la montagne et la plage, favorisée par le développement des transports et l’amélioration du pouvoir d’achat d’une grande

<sup>2</sup> J. Berthoud, G. Quin, P. Vonnard, *Le football suisse. Des pionniers aux professionnels*, Lausanne, Presses polytechniques et universitaires romandes, 2016, p. 64.

<sup>3</sup> Ce débat sur l’émergence des sports modernes, et en contrepartie les ruptures avec les pratiques physiques telles qu’elles étaient effectuées lors des siècles précédents en Occident, a débuté dans les années 1970 autour des publications de Norbert Elias en Angleterre et Allen Guttmann aux États-Unis, suivies par celles de Georges Vigarello en France. Pour une synthèse récente sur le propos, cf. G. Vigarello, *Histoire*, Paris, Carnets Nord-Le Pommier, 2018.

<sup>4</sup> Cf. L. Tissot (dir.), *Le tourisme, Entreprises et Histoire*, n° 47, juin 2007.

<sup>5</sup> Par exemple : D. Lüthi, *Le compas et le bistouri : architecture de la médecine et du tourisme curatif : l’exemple vaudois (1760-1940)*, Lausanne, Éditions BHMS, 2012 ; P. Esposito, *‘Health & pleasure’ : le tourisme médico-sanitaire dans l’Arc lémanique et le Chablais vaudois : de la consommation de soins à l’innovation de produit (1850-1914)*, thèse de doctorat d’histoire, Université de Lausanne, 2017.

<sup>6</sup> Pour des références sur ces développements et aussi sur ceux des lignes suivantes, nous renvoyons à L. Tissot et G. Schneider, « Hôtel et sport : quelles relations ? L’exemple de la Suisse alpine (XIX<sup>e</sup> siècle-1954) », *Entreprises et Histoire*, n° 93, décembre 2018.

partie de la population (du moins dans les pays d'Europe de l'Ouest<sup>7</sup>), vont entamer une nouvelle phase du développement de la relation entre les deux pôles. L'inclusion toujours plus systématique des enjeux touristiques dans l'agenda des organisateurs de grands événements sportifs est évidemment révélatrice de ce processus. Depuis près de deux siècles, sport et tourisme n'ont donc cessé de s'influencer mutuellement, alors que les pratiques sportives continuent d'entraîner leurs adeptes sous des latitudes toujours plus exotiques et que le tourisme considère le sport comme un argument de vente majeur.

Mais ces relations dépassent le cadre strictement économique pour toucher le cœur même des activités touristiques et sportives. Pour le tourisme, il s'agit de montrer comment les infrastructures se modèlent par rapport à des clients et des clientes qui attendent d'autres fonctionnalités que le déplacement, l'hébergement et la restauration. Dans cette perspective, il y a lieu de se demander si le tourisme n'est pas seulement disponible pour intégrer des activités sportives déjà existantes, mais s'il n'est pas aussi créateur d'activités. Pour le sport, il s'agit de voir comment celui-ci parvient non seulement à faire pression sur les acteurs touristiques pour qu'ils aménagent leur offre différemment, mais profite aussi des opportunités offertes par le tourisme pour

accroître sa diffusion et s'imposer dans la palette des distractions. De ce point de vue, on peut comprendre dans quelle mesure les interactions transforment structurellement les configurations initiales.

---

## SPORT ET TOURISME : BREF ÉTAT DE L'ART

---

La relation entre sport et tourisme a déjà fait l'objet de nombreux travaux historiques. En 1998, Heather Gibson a dressé un bilan de la littérature sur cette thématique, soulignant notamment les motivations « touristiques » des organisateurs de la Coupe du monde de 1994, qui souhaitaient faire des États-Unis une attraction touristique en soi<sup>8</sup>. À sa suite, des historiens ont étudié cette prise en compte du tourisme dans le cadre d'événements sportifs et notamment des Jeux olympiques. Nous pouvons citer en particulier les travaux de Pierre-Olaf Schut et Éric Levret-Labry sur les Jeux olympiques d'hiver de 1924<sup>9</sup>. De même, des recherches ont été consacrées à l'héritage olympique comme vecteur touristique<sup>10</sup>. Un des angles d'attaque les plus explorés par les historiens qui s'intéressent aux liens entre sport et tourisme porte sur la prise en compte du sport par les hôteliers. Sur les bords de mer<sup>11</sup>

<sup>7</sup> Sur le tourisme dans les pays du bloc communiste, voir H. Grandits et K. Taylor (eds.), *Yugoslavia's Sunny Side. A History of Tourism in Socialism (1950s-1980s)*, Budapest, Central European University Press, 2010; A. E. Gorsuch, *All this is your world: Soviet tourism at home and abroad after Stalin*, New York, Oxford University Press, 2011.

<sup>8</sup> H. Gibson, « Sport Tourism: A Critical Analysis of Research », *Sport Management Review*, vol. 1, janvier 1998, p. 45-76.

<sup>9</sup> P.-O. Schut et E. Levret-Labry, « Les relations entre tourisme et sport autour des Jeux Olympiques de 1924 », *Staps*, vol. 105, n° 3, septembre 2014, p. 37-49.

<sup>10</sup> Par exemple : M. Dyreson et M. Llewellyn, « Los Angeles is the Olympic city: Legacies of the 1932 and 1984 Olympic games », *The International Journal of the History of Sport*, vol. 25, n° 14, septembre 2008, p. 1991-2018; S. Penrose, « London 1948: the Sites and Afterlife of the London Austerity Olympics », *World Archeology*, vol. 44, n° 2, juin 2012, p. 306-325; R. Cashman, *The Legacy of the Sydney 2000 Olympic Games*, Sydney, Walla Walla Press, 2011.

<sup>11</sup> M. Huggins, « Sport and the English Seaside Resort 1800-1914 », *The International Journal of Maritime Studies*, vol. 11, n° 1, juin 1997, p. 213-232. Dans une perspective plus large voir aussi les travaux de J. K. Walton, *The British seaside: holidays and resorts in the twentieth century*, Manchester, Manchester University Press, 2000; G. S. Cross et J. K. Walton, *The playful crowd: pleasure places in the twentieth century*, New York, Columbia University Press, 2005; J. K. Walton, *Riding on rainbows: Blackpool Pleasure Beach and its place in British popular culture*, St. Albans, Skelter Publishing, 2007. De même : J.-Y. Andrieux et P. Harismendy (dir.), *Initiateurs et entrepreneurs culturels du tourisme (1850-1950)*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2011.

et dans les régions alpines<sup>12</sup>, ces derniers ont été obligés de rapidement tenir compte de cette composante afin de répondre à la demande des résidents fortunés. Au fil du temps, et marqués par un contexte de forte concurrence entre les régions ainsi que par la recherche constante d'innovation, les hôteliers deviennent de véritables acteurs du développement des sports, mettant notamment en place de nombreux tournois internationaux de tennis, bobsleigh ou ski. Autres aspects étudiés : le cas des firmes spécialisées dans le tourisme sportif. Ici, nous renvoyons le lecteur vers les études récentes d'Anne Dalmasso et de Régis Boulat, qui ont notamment travaillé sur le cas de la firme Rossignol, de Franck Cauchoy ou d'Isabelle Gaillard<sup>13</sup>.

Dans un texte publié en 2013 et dont le but était de proposer un état des lieux de la littérature sur la thématique sport et tourisme Mike Huggins soulignait néanmoins le nombre peu élevé d'études conduites sur ce sujet par les historiens et ce en comparaison avec celles réalisées par les géographes, les spécialistes

de politiques publiques ou encore les économistes<sup>14</sup>. En outre, Mike Huggins indiquait quelques champs de recherche encore à explorer, tels que les événements sportifs de moindre importance (par exemple les courses d'un jour), l'impact touristique des nombreuses tournées effectuées par les équipes de clubs et nationales ou encore le tourisme des supporters dont le manque d'études est surprenant au regard des très nombreux déplacements de supporters dans toute l'Europe (par exemple pour les matchs de compétitions européennes de football).

À la suite des constats établis dans la revue de littérature proposée par Mike Huggins ainsi que des avancées faites par les travaux indiqués préalablement, il s'agit dans le cadre de ce numéro d'*Entreprises et Histoire* d'aborder différents types d'entreprises touristiques qui sont intervenues dans le développement du sport. En effet, à côté des organisations sportives nationales et internationales<sup>15</sup>, des journalistes<sup>16</sup>, des multiples autorités étatiques<sup>17</sup>, des entités politiques supranationales<sup>18</sup> ainsi

<sup>12</sup> M. Boyer, « Les Alpes et le tourisme », *Histoire des Alpes-Storia delle Alpi-Geschichte der Alpen*, vol. 9, 2004, p. 19-30 ; S. Barton, *Healthy living in the Alps: the origins of winter tourism in Switzerland, 1860-1914*, Manchester, Manchester University Press, 2008 ; C. Humair et alii, *Système touristique et culture technique dans l'arc lémanique : analyse d'une success story et de ses effets sur l'économie régionale (1852-1914)*, Neuchâtel, Alphil, 2014.

<sup>13</sup> R. Boulat, « Les territoires des fabricants alpins français de matériel de sports d'hiver (fin XIX<sup>e</sup>-début XXI<sup>e</sup> siècles) », *Entreprises et Histoire*, n° 74, avril 2014, p. 88-103 ; A. Dalmasso et R. Boulat, « Un nouveau tissu industriel né du tourisme alpin : le cas de Rossignol (1907-1970) », in M. Gigase et alii (dir.), *Le tourisme comme facteur de transformations économiques, techniques et sociales (XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècles)*, Neuchâtel, Alphil-Presses universitaires suisses, 2014, p. 59-74 ; I. Gaillard, « Les mutations du commerce des articles de sport en France (années 1990-2014) : le cas du commerce de montagne avec La Clusaz », communication au colloque Étienne Thil, 2017 [https://www.association-etienne-thil.com/wp-content/uploads/2018/01/16-Gaillard\\_Thil2017.pdf](https://www.association-etienne-thil.com/wp-content/uploads/2018/01/16-Gaillard_Thil2017.pdf). Voir également M. Parsons et B. Rose, *Invisible on Everest: Innovation and the Gear Makers*, Philadelphie, Northern Liberties Press, 2003 et F. Cauchoy, *Une histoire du ski, Aluminium, gens de glisse et « coopération »*, Aix-en-Provence, REF 2c éditions, 2015.

<sup>14</sup> M. Huggins, « Sport, tourism and history: current historiography and future prospects », *Journal of Tourism History*, vol. 5, n° 2, printemps 2013, p. 107-130.

<sup>15</sup> Pour une réflexion, fondée à partir du cas du football, voir P. Vonnard, *L'Europe dans le monde du football. Genèse et formation de l'UEFA*, Bruxelles, Peter Lang, 2018.

<sup>16</sup> T. Jobert, « L'Auto, un organe de presse ? », in E. Combeau-Mari (dir.), *Sport et presse en France (XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècles)*, Paris, Le Publieur, 2007, p. 13-21 ; G. Montéremal, « L'Équipe : médiateur et producteur de spectacle sportif (1946-1967) », *Le Temps des Médias*, n° 9, mai 2007, p. 107-120.

<sup>17</sup> L'investissement des États dans le sport est croissant depuis l'entre-deux-guerres. Pour une synthèse sur le cas français, cf. J.-P. Callède, *Les politiques sportives en France. Éléments de sociologie historique*, Paris, Economica, 2000. Au sujet de la Suisse, il n'existe à ce jour pas une étude comparable. Voir néanmoins L. Eichenberger, *Die Eidgenössische Sportkommission. 1874-1997*, Macolin, Éditions EFSM, 2001, ainsi que G. Quin, *L'Odyssée du sport universitaire lausannois*, Paris, Glyphe, 2016.

<sup>18</sup> P. Vonnard, « "Populariser davantage l'idée européenne par l'aide des sports" : la CEE, l'UEFA et le projet de Coupe du Marché commun en football (1966-1968) », *Journal of European Integration History*, vol. 24, n° 2, 2018, p. 353-370.

que des corporations de métiers (comme les ingénieurs<sup>19</sup>), les nombreux acteurs qui agissent dans le secteur touristique apparaissent également comme des promoteurs essentiels du développement des pratiques sportives. Si ce point a déjà été souligné dans les études qui ont été consacrées à la prise en compte du sport par les hôteliers, rares sont néanmoins les auteurs qui prennent cette problématique comme point de départ de leur recherche<sup>20</sup>. Au contraire, celle-ci est le plus souvent traitée de manière latérale dans les travaux sur le tourisme préalablement cités ou alors c'est la démarche opposée qui est effectuée, à savoir mettre au jour le rôle du sport dans le développement du tourisme<sup>21</sup>. Or c'est un important champ d'étude qui s'ouvre à nous car, outre l'affinement des études sur l'action des hôteliers dans le développement des sports, c'est le rôle de nombreux autres acteurs du tourisme qui reste à explorer tels les grandes entreprises (comme les sociétés de chemin de fer<sup>22</sup>), les organismes étatiques (comme l'Office national du tourisme)<sup>23</sup> ou encore les sociétés à but non lucratif (comme l'Interassociation suisse pour le ski<sup>24</sup>).

Tenant compte de cette diversité, nous considérons ici le terme entreprise dans son acception large, ce qui permet de prendre en compte des entreprises privées et publiques, à but lucratif et non lucratif. De fait, les auteurs de ce numéro s'attellent principalement à étudier comment différentes entreprises

touristiques se sont emparées de la composante du sport dans deux pays, la France et la Suisse. Certes voisins et connaissant une chronologie générale comparable dans le développement du tourisme, les deux pays n'en ont pas moins des conditions démographiques, un régime politique et une construction du cadre structurel des sports fort différents. Ces éléments offrent donc des éléments en vue d'établir à terme des tendances lourdes grâce à la comparaison des processus.

## STRUCTURE ET APPORTS DU NUMÉRO

Ce numéro s'ouvre par un texte de Laurent Tissot et Grégoire Schneider dans lequel les auteurs reviennent sur les liens qui existent, du milieu du XIX<sup>e</sup> siècle au milieu des années 1950, entre les hôteliers et le secteur touristique. Cet article fait office de prologue à la thématique, offrant autant une réflexion générale sur le processus qu'un état relativement exhaustif de la littérature existante sur le sujet du tourisme sportif – ce qui explique au passage le choix d'un éditorial relativement court. Enfin, L. Tissot et G. Schneider proposent quelques pistes en vue de conduire de futures recherches.

Ensuite quatre articles traitent chacun d'études de cas permettant de souligner

<sup>19</sup> L. Tissot, « Civil Engineering and the Development of Sport and Leisure in Swiss Cities », *The International Journal of the History of Sport*, vol. 29, n° 14, septembre 2012, p. 2067-2083.

<sup>20</sup> F. Favre et P. Vonnard, « Un tourisme sportif ? Le rôle des hôteliers dans l'apparition des sports dans la région de Montreux (1880-1914) », *Revue historique vaudoise*, n° 123, novembre 2015, p. 219-233.

<sup>21</sup> Par exemple : P.-O. Schut, « Sport as a Major Player in the Development of Tourism: The History of Mountaineering in the Pelvoux Massif, France, from 1861 to 1914 », *The International Journal of the History of Sport*, vol. 30, n° 12, 2013, p. 1329-1350.

<sup>22</sup> L. Tissot, « À travers les Alpes. Le Montreux-Oberland Bernois ou la construction d'un système touristique, 1900-1970 », *Histoire des Alpes-Storia delle Alpi-Geschichte der Alpen*, vol. 9, 2004, p. 227-244 ; C. Bouneau, « Le rôle de la Compagnie des chemins de fer du Midi dans les trajectoires d'innovation des aires touristiques du grand Sud-Ouest de 1852 à 1937 », *Sud-Ouest Européen*, vol. 39, 2015, p. 13-29.

<sup>23</sup> B. Larique, « Les débuts et déboires de l'organisation officielle du tourisme en France : l'expérience malheureuse de l'Office National du Tourisme (1910-1935) », *Entreprises et Histoire*, n° 47, juin 2007, p. 73-92.

<sup>24</sup> G. Quin, « De la cure d'air à l'or blanc, une Interassociation Suisse pour le Ski face aux enjeux de l'essor du ski en Suisse (années 1920-années 1960) », *Histoire des Alpes-Storia delle Alpi-Geschichte der Alpen*, vol. 22, 2017, p. 135-155.

l'étendue des recherches possibles en matière de liens entre les entreprises touristiques et le domaine sportif. Steve Hagimont retrace, sur une période relativement longue (des années 1910 aux années 1970), les stratégies successives de la Société des chemins de fer et hôtels de montagne aux Pyrénées (CHM), fruit de l'alliance entre la Compagnie des chemins de fer du Midi et divers acteurs locaux poursuivant des velléités de diversification touristique. Le but recherché par ses promoteurs est de développer les activités sportives estivales et hivernales dans deux stations, Superbagnères (Haute-Garonne) et Font-Romeu (Pyrénées-Orientales). Pierre-Olaf Schut aborde un autre type d'acteur : le Touring-Club de France (TCF). Au départ promoteur du cyclisme, l'organisme étend rapidement ses activités et l'objet du texte de Pierre-Olaf Schut est justement de souligner le rôle joué par le TCF dans le développement des sports d'hiver durant les dix années qui précèdent la Première Guerre mondiale. Passons la frontière et rendons-nous en Suisse, plus précisément dans le Jura vaudois avec l'article de Sébastien Cala. Ce dernier analyse les dynamiques qui ont permis au ski et au tourisme hivernal de se développer dans la Vallée de Joux au cours de la première moitié du XX<sup>e</sup> siècle. Il cherche notamment à comprendre les logiques de l'engagement des acteurs principaux de ce développement, pour saisir les influences réciproques entre les milieux touristiques et les milieux du ski. Si les trois premières études de cas portent sur le cas de l'investissement de promoteurs divers dans le développement du tourisme sportif hivernal, la dernière contribution s'interroge sur un événement sportif international qui a eu lieu en été 1954 dans la Confédération helvétique : la Coupe du monde de football. Dans ce cadre, Philippe Vonnard et Grégory Quin étudient une thématique encore peu traitée : la prise en compte du tourisme par les membres du comité d'organisation d'une épreuve internationale dans les années qui

suivent la Deuxième Guerre mondiale. Ils montrent que le tourisme devient progressivement un argument essentiel pour le succès de la manifestation. Outre le fait de toucher un public étranger, la rhétorique touristique permet également de conférer davantage de légitimité à une épreuve qui rencontre des réserves, en particulier chez les autorités politiques et au sein de la population helvétique.

L'ultime article est dû à Jean-Loup Chappelet. Spécialiste internationalement reconnu en matière d'études du management des grands événements sportifs et au bénéfice d'une participation à de nombreuses olympiades depuis 1972, J.-L. Chappelet propose ici une réflexion générale sur les liens entre tourisme et Jeux olympiques tels qu'ils se sont établis ces 30 dernières années, avec en toile de fond une discussion sur la validité de l'argument touristique déployé lors des candidatures pour les Jeux. Ce texte prospectif pose des jalons pour le débat publié dans ce numéro, qui porte sur les rapports entre le tourisme et les grandes manifestations sportives internationales organisées en Suisse au XX<sup>e</sup> siècle. Celui-ci est le résultat d'une table ronde organisée au printemps 2018 à l'Université de Lausanne<sup>25</sup> et qui a réuni (par ordre alphabétique) Serguei Aschwanden, directeur de l'Office du tourisme de la station de moyenne montagne de Villars ; Chantal Bournissen, professeure associée à la Haute école spécialisée du Valais, qui met en lien sport et éducation ; Cédric Humair, maître d'enseignement et de recherche à l'Université de Lausanne et spécialiste de l'histoire internationale du tourisme ; Denis Pittet, journaliste et délégué du canton de Vaud aux affaires sportives ; Bertrand Réau, professeur au Conservatoire national des arts et métiers et spécialiste de l'étude des pratiques touristiques en Europe et en Asie du Sud-Est ; Claude Stricker, directeur de l'Académie Internationale des Techniques du Sport et qui a activement participé aux candidatures de la ville de Sion aux Jeux olympiques de 2006 et 2026.

<sup>25</sup> Dans le cadre du séminaire du Centre d'études olympiques et de la globalisation du sport (CEOGS) animé par Patrick Clastres à l'Université de Lausanne.

Les rubriques spécialisées de ce numéro ont été choisies dans le même esprit : le document montre l'influence des hôteliers dans l'élaboration du premier « manuel suisse » de ski ; les nouvelles des archives éclairent les ressources documentaires des associations sportives suisses ; le clin d'œil évoque un film français bien connu de 1979, dans lequel un groupe d'amis se retrouvent dans la station de sports d'hiver de Val-d'Isère.

Nous souhaitons ainsi mettre en lumière la complexité des liens qui existent entre tourisme et sport. Sous cet angle, les contributions de ce numéro permettent de souligner la multiplicité des acteurs touristiques (les associations sportives, les firmes voire les comités touristiques dans le cadre des manifestations sportives internationales) qui s'additionnent aux actions des hôteliers et qui agissent dans le développement des sports. Les acteurs du secteur touristique apparaissent donc comme des acteurs majeurs de ce processus et il s'avérerait assurément intéressant, en vue de pouvoir davantage affirmer le propos, d'étendre ces études à d'autres pays.

De plus, les études proposées ici amènent des réflexions sur les structures même de

l'économie du sport, remettant au passage en question un discours dominant – tenu en particulier chez les journalistes – qui veut que le domaine sportif ne soit véritablement investi par des acteurs économiques que depuis les années 1980-1990. Dans de futures recherches, il s'agira dès lors de prendre davantage en compte ces développements économiques du sport et de suivre les travaux pionniers sur l'histoire économique du domaine qui ont été conduits par Wray Vampley<sup>26</sup>, Patrick Fridenson<sup>27</sup> ou encore Pierre Lanfranchi<sup>28</sup>. En effet, force est de constater que ces études n'ont jusqu'ici suscité qu'un intérêt modeste dans la communauté des historiens, ce qui a pour conséquence que les travaux restent rares<sup>29</sup> – situation semble-t-il amplifiée en raison de difficultés de recherches propres au domaine du sport lui-même<sup>30</sup>. Ainsi, et en superposant nos efforts à ceux d'autres projets actuellement en cours<sup>31</sup>, notre souhait est de répondre à terme à ce manque. Se focaliser sur les multiples dimensions économiques du sport n'est pas une gageure mais cela doit permettre de proposer des éléments de compréhension nouveaux afin de mieux saisir la place importante prise par le sport dans les sociétés contemporaines occidentales au XX<sup>e</sup> siècle.

<sup>26</sup> W. Vampley, *Pay up and play the game. Professional sport in Britain, 1875-1914*, Cambridge, Cambridge University Press, 2010.

<sup>27</sup> P. Fridenson, « Les ouvriers de l'automobile et le sport », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n° 79, septembre 1989, p. 50-62.

<sup>28</sup> P. Lanfranchi, « La consommation du spectacle sportif. Une comparaison entre l'Allemagne, l'Italie et la France dans l'entre-deux-guerres », *Le Mouvement Social*, n° 206, janvier-mars 2004, p. 115-125.

<sup>29</sup> Pour un état de l'art cf. T. Terret et A. Dalmasso, « Histoire du sport et histoire économique », in T. Terret et T. Froissart (dir.), *Le sport, l'historien et l'histoire*, Reims, Presses universitaires de Reims, 2013, p. 123-148.

<sup>30</sup> Laurent Tissot soulignait récemment la difficulté de faire une histoire économique du sport car « son existence est directement liée à la possibilité de la démontrer par des chiffres » : L. Tissot, « Une histoire économique du football suisse au XX<sup>e</sup> siècle est-elle possible et utile ? », in T. Busset (dir.), *En marge des grands : le football en Belgique et en Suisse*, Berne, Peter Lang, 2018, p. 99. De même, selon Manuel Schotté, la critique constante de la déviance économique du sport faite en particulier par les journalistes empêche d'entamer une véritable réflexion sur le sujet : M. Schotté, « "Acheter" et "vendre" un joueur. L'institution du transfert dans le football professionnel », *Marché et organisations*, vol. 27, n° 3, septembre 2016, p. 149-165.

<sup>31</sup> Un projet de recherche sur l'histoire économique du sport est actuellement en cours en France, coordonné par deux professeurs de l'Université de Franche-Comté, Paul Dietschy et Catherine Vuillemot. Par ailleurs, le dernier colloque annuel du Réseau d'études des relations internationales sportives (RERIS) organisé à Cologne en juillet 2018 a eu pour thème l'histoire économique du sport international : <https://www.reris.net/single-post/2018/02/22/RERIS-congress-2018July>