



HAL
open science

La représentation du tennis à travers les affiches de Roland Garros depuis 1980

Margot Morin

► **To cite this version:**

Margot Morin. La représentation du tennis à travers les affiches de Roland Garros depuis 1980. Education. 2022. dumas-03791713

HAL Id: dumas-03791713

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03791713>

Submitted on 18 Nov 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

Margot MORIN



La représentation du tennis à
travers les affiches de Roland
Garros depuis 1980

Mémoire dirigé par Cyril POLYCARPE

Master 2 – MEEF EPS

Année 2021 - 2022

Remerciements :

Avant de débiter et de rentrer dans le cœur du sujet, j'aimerais effectuer quelques remerciements.

Tout d'abord, je souhaiterais remercier mon directeur de mémoire, Monsieur Cyril POLYCARPE, qui a su me conseiller, me guider, me suivre, répondre à mes interrogations pour mener à bien ce projet et qui a été présent tout au long de ces deux années afin de faciliter mon travail et de m'accompagner dans l'approfondissement et l'analyse de mes recherches. J'aimerais également remercier Monsieur Christian VIVIER qui n'a pas hésité à me conseiller et à me guider pour poursuivre davantage ces recherches.

Enfin, je voulais également remercier l'INSPE pour m'avoir permis de mener à bien un projet qui me tenait à cœur.

Sommaire

Intérêt, traitement et interprétation du sujet :.....	4
Les enjeux internes et externes du sujet	6
Le territoire du sujet, le corpus utilisé	7
La démarche suivie dans l'analyse des affiches de Roland Garros	8
Pourquoi les affiches sont-elles nées ? :	8
Pourquoi avoir la volonté de faire parler du tournoi ? :	13
Pourquoi vouloir s'adresser à la jeunesse ? :	13
Pourquoi faire appel à des artistes contemporains dans les affiches de Roland Garros ? :	15
Pourquoi Roland Garros a besoin d'une identité visuelle ? Pourquoi millésimer les éditions ? :	17
Les catégories issues de l'analyse des affiches de Roland Garros	18
La médiatisation.....	19
Le matériel tennistique	26
La patrimonialisation	30
Le patriotisme	33
Le sport spectacle – esthétique	41
L'institutionnalisation.....	58
D'autres indicateurs secondaires	62
Les répercussions des affiches de Roland Garros de 1980 à 1999 pour le tournoi	65
Problématique	69
Conclusion	69
Bibliographie	71
Annexes	76

Intérêt, traitement et interprétation du sujet :

Le 5 février dernier est révélée l’affiche officielle de Roland Garros 2021 qui aura lieu du 24 mai au 13 juin. Cette dernière est signée Jean Claracq, un artiste peintre français.

L’Affiche de Roland Garros : « *C'est une figure de style. Incontournable. Comme l'affiche du Festival de Cannes. Une image qui illustrera et accompagnera la quinzaine sur terre comme la vertigineuse montée des marches. Roland Garros confie, depuis 1980, l'affiche de son tournoi à un artiste. [...] L'affiche s'invite comme un moment précieux, intime qui éveille les souvenirs, attise le désir ou suscite l'incompréhension* »¹.

Selon Jean-Yves Guillaïn : « *l’affiche sportive est un moyen de communication de masse qui contribue à façonner une partie de l’imaginaire social d’une époque* ». Il fait l’hypothèse que le contenu des affiches à thème sportif est le résultat d’une combinaison de trois logiques :

- Une logique idéologique représentée par les discours journalistiques, littéraires et pédagogiques de l’époque qui porte sur ce que doit être en France le sport masculin et féminin
- Une logique artistique rendant compte des pratiques des affichistes qui en tant qu’artistes sont insérés dans un contexte esthétique donné
- Une logique publicitaire dans laquelle les préconisations marketing et graphiques de la profession ainsi que la nature et la finalité particulière des différentes catégories d’affiches publicitaires s’avèrent déterminantes.²

Ainsi nous pouvons nous questionner sur le fait que ces trois logiques transparaissent ou non dans les affiches de Roland Garros. Comment transparaissent-elles ? Comment sont-elles représentées et pourquoi sont-elles mises en avant ?

Chaque année depuis 1980 le public français et international est impatient de découvrir l’affiche qui représentera Roland Garros le long d’une édition, mettant alors en haleine les futurs témoins de ce véritable spectacle sportif.

En effet, c’est en 1980 que Daniel Lelong, directeur de la galerie du même nom, propose à la Fédération Française de Tennis (FFT) de confier la conception de l’affiche à un grand nom de l’art contemporain. C’est Valeria Adami qui signera l’affiche de 1980, puis suivront Miro,

¹ Jean-Julien Ezvan, Les tops et les (nombreux) flops des affiches de Roland-Garros, Publié dans Le Figaro, le 20/03/2018

² Jean-Yves Guillaïn : Quand le sport s’affiche, 2008

Arman, Tapiés, Pignon-Ernest... Depuis cette première affiche, quarante autres ont suivi, toutes différentes les unes des autres reflétant le style de chaque artiste, avec des messages plus ou moins explicites et de nombreuses interprétations possibles, mettant toutes en avant le spectacle que représente Roland Garros. Dès lors, nous pouvons apercevoir que Roland Garros détient une grande place, notamment en France, pays hôte de l'événement, et que ce dernier représente un atout majeur et un enjeu économique important pour le pays mais aussi pour la fédération. Il devient alors intéressant de s'intéresser à cet enjeu.

Roland Garros est une institution culturelle en France et il devient alors intéressant de comprendre les enjeux de la pratique de ce sport dans la société française à travers les affiches de Roland Garros. Ces enjeux peuvent être multiples et il est alors intéressant de se demander quels sont ceux mis en avant par la fédération et par les affiches de Roland Garros ? Ces derniers peuvent être économiques, comme précisé ci-avant mais aussi culturels et sociétaux. En effet, ces affiches peuvent constituer un enjeu de compréhension culturelle de la place du tennis et de Roland Garros en France. La culture de cette pratique permet dès lors de comprendre les enjeux sociétaux autour de Roland Garros et du spectacle sportif qu'il représente en France et à l'international.

Ainsi, ces affiches semblent être un outil de compréhension majeur permettant de déterminer la place de Roland Garros en France et à l'international, mais aussi du spectacle sportif qu'il représente pour les spectateurs, ceci en analysant si les enjeux détaillés précédemment ressortent et s'ils sont en lien avec le contexte français d'une époque.

Temps fort du calendrier sportif, Roland-Garros, diffusé en direct depuis 1978, est devenu en peu de temps une grande messe sportive cathodique dont la capacité de séduction est notamment liée à son statut de laboratoire de la télévision sportive³. Quels sont alors les outils, les moyens trouvés qui ont permis cet engouement ?

Le tournoi de Roland Garros peut alors être considéré comme un produit en soi, un produit pour lequel il faut acheter ses places afin d'assister à un véritable spectacle sportif, constituant un produit en lui-même. Ce produit résulte notamment de la création de l'événement et l'abattage médiatique qu'il y a eu autour de ce tournoi. La Fédération Française de Tennis, avec la sélection et la création des affiches pouvant ainsi promouvoir Roland Garros via ce canal de

³ TETART Philippe, « Roland Garros », in CHAUCHEAU Agnès, DEHEE Yannick (dir.), *Dictionnaire de la télévision populaire*, Paris, Nouveau Monde, 2007, pp. 417-418.

communication, n'est pas en reste sur ce point en s'étant inscrite dans les logiques de financiarisation du sport.

« Roland Garros irrigue l'ensemble du tennis français, offrant à la Fédération française de tennis (FFT) 85% de ses ressources annuelles »⁴. En effet, « Roland Garros fait vivre le tennis en France. Ça représente l'essentiel des ressources financières de la FFT »⁵. La Fédération Française de Tennis est une des rares fédérations olympiques à ne dépendre qu'à la marge des subventions publiques. Propriétaire du tournoi, et ayant le statut d'association à but non lucratif, « les profits dégagés par Roland Garros sont utilisés au service d'une politique fédérale destinée à promouvoir le tennis en France », depuis la formation des jeunes champions au soutien du tennis amateur, via les clubs et les ligues⁶. Le virage remonte aux années 1980. Depuis le chiffre d'affaires de Roland Garros s'est envolé, de 300 000 en 1980, jusqu'à 230,7 millions d'euros en 2017⁷.

De plus, Roland Garros est un tournoi télévisé à l'international, dès lors l'image que renvoie ce tournoi a un impact sur la promotion du tennis dans le monde entier. De plus, il fait partie de l'un des quatre tournois les plus prestigieux du circuit ATP, un des quatre tournois qui rapporte le plus de points à l'ATP (Association of Tennis Professionals) pour le vainqueur (le tournoi apparaît dès lors très important dans la programmation des joueurs et des joueuses), c'est l'un des quatre tournois du grand chelem. Sa place est donc très importante dans la diffusion et la promotion du tennis en France, à l'international et sur le circuit ATP.

Les enjeux internes et externes du sujet :

Le 5 juin 1983, la victoire de Yannick Noah en finale du tournoi de tennis de Roland Garros fait la joie de la France entière. En pleine crise économique et sociale, confronté à la fois à la récession et à la montée du racisme que dénoncent les enfants d'immigrés, le pays s'est trouvé une icône⁸. Icône représentant le tennis français à l'international, Y. Noah devient alors une figure de promotion du tennis. Ce dernier n'est pas la première ni la dernière icône, à l'instar

⁴ Information issue de l'AFP, 22/05/2018, *Roland Garros, poumon du tennis français*

⁵ PULMAN Bertrand, *Rouge est la terre – Dans les coulisses de Roland Garros*, éditions Calmann-Lévy, 2013, Saint-Amand Morond, France.

⁶ Information issue de l'AFP, 22/05/2018, *Roland Garros, poumon du tennis français*

⁷ PULMAN Bertrand, *Rouge est la terre – Dans les coulisses de Roland Garros*, éditions Calmann-Lévy, 2013, Saint-Amand Morond, France.

⁸ MOURLANE Stéphane, TETART Philippe, « La victoire de Yannick Noah à Roland-Garros : ou le rêve déçu d'une icône antiraciste », *Hommes & migrations*, Musée de l'histoire de l'immigration, pp. 105-112, 2016.

de Bjorn Borg alors à son apogée dans les années 1980. Ces icônes vont alors favoriser l'engouement des spectateurs autour de tournois notamment des tournois du grand chelem, l'Open d'Australie, Roland Garros, Wimbledon et l'US Open, en attente de réels combats et spectacles sportifs proposés par les joueurs dès leur entrée sur le court. Dès lors, ces icônes, véritables héros sportifs, vont servir de vitrine du tennis pour susciter chez de plus en plus de personnes l'envie de prendre une licence ou encore vont pousser les acteurs de l'éducation à réfléchir à son intégration en milieu scolaire.

Cet engouement se reflète alors dans les affiches de Roland Garros, véritable moyen d'expression permettant de mettre en avant ce que reflète ce tournoi et ce pourquoi les spectateurs ont envie d'y assister. Dès lors, quelle est la place du spectateur au sein de ce spectacle sportif ?

Ainsi, avec toutes ces informations, il devient alors intéressant de décortiquer ces affiches pour en comprendre leur(s) signification(s) et voir si ces dernières s'ancrent dans le contexte de leur époque.

Le territoire du sujet, le corpus utilisé :

Premièrement, pour démarrer l'objet d'étude, il a fallu déterminer un corpus. Quel corpus utiliser pour répondre au sujet ? Il a donc fallu premièrement faire un choix tant le sujet est vaste et riche.

Nous avons donc fait le choix de partir sur une analyse d'images et plus particulièrement des affiches de Roland-Garros. Un large corpus de document était à ma disposition puisque la première affiche de Roland Garros date de 1980, comme annoncé précédemment.

Il a dès lors fallu à nouveau faire un choix car 40 ans d'affiches représentent un très grand corpus pour démarrer mes recherches.

Après avoir répertorié toutes les affiches de Roland Garros par décennie, de 1980 jusqu'à celle de 2021 en prenant soin de noter le nom des artistes à chaque fois (Cf. annexes), j'ai essayé de prendre un certain recul par rapport à ces affiches et voir celles qui me parlaient le plus, sur lesquelles j'avais envie de travailler, lesquelles j'avais envie d'analyser et surtout lesquelles j'avais envie d'exploiter par rapport à mon objet de recherche plutôt historique. Je me suis alors orientée vers les affiches de la décennie 1980-1989 qui me semblaient très intéressantes.

La démarche suivie dans l'analyse des affiches de Roland Garros :

Premièrement, pour l'analyse des affiches, j'ai adopté une méthode type de l'analyse d'image.

J'ai premièrement identifié l'œuvre (la seule chose que j'ai pu déterminer était le type d'œuvre et le lieu de conservation de ces affiches).

J'ai ensuite observé la construction de l'image en délimitant les lignes des tiers, en observant les éléments du premier plan et du second plan ou encore en déterminant les lignes directrices de l'image. J'ai par la suite déterminé ce que je voyais en le décrivant d'une façon d'abord générale pour aller de plus en plus vers les détails pour ensuite mettre relation ces observations avec ce que je savais, personnellement ou grâce à des recherches que j'ai réalisé en parallèle afin d'approfondir davantage mon analyse, pour enfin pouvoir en déduire des éléments.

J'ai ensuite fait de nombreuses recherches sur le contexte des années 1980 – 1990 afin de le mettre en lien avec le tennis, le tournoi de Roland Garros ou encore la fédération, également sur le contexte de la création des affiches me permettant d'approfondir mon analyse et ainsi en extraire de nouvelles informations. Ceci en essayant d'approfondir chaque recherche à travers différentes questions rhétoriques auxquelles j'ai apporté des réponses toujours dans l'optique d'aller plus loin dans l'analyse et de pouvoir expliquer davantage de choses notamment dans les affiches des années 1990 que j'ai dans un second temps également analysé.

Je vais premièrement exposer ces recherches qui vont me permettre ensuite de justifier et de les relier à ce que j'ai pu observer dans les affiches.

Ces recherches autour du contexte ont donc cadré la poursuite de mes recherches et l'analyse des affiches. Voici ce que nous pouvons en retenir :

Pourquoi les affiches sont-elles nées ? :

L'idée de recourir à un artiste plutôt qu'aux bonnes vieilles recettes publicitaires date de 1980. Jusqu'alors, le tournoi, créé en 1891, utilisait chaque année la même affiche dessinée en 1957 par Raymond Templier, dont seul le bandeau indiquant les dates changeait. Mais, à la fin des années soixante-dix, trois amis veulent donner un coup d'accélérateur au tournoi : l'ancien président de la FFT, Philippe Chatrier (décédé en 2000) ; le propriétaire d'une galerie d'art, Daniel Lelong ; et l'ex- joueur Jean Lovéra. « En 1978, nous étions en pleine reconstruction du stade, se souvient Jean Lovéra. Le tournoi n'avait pas **d'identité visuelle**. J'étais passionné d'art

contemporain et j'ai proposé l'idée à Philippe Chatrier. »⁹ Malgré un doute, ce dernier donne le feu vert. L'Italien Valério Adami est aussitôt contacté. « Un artiste pas facile, confie Jean Lovéra. À la première présentation, au début 1980, Philippe Chatrier est resté coi. Puis m'a dit que si j'étais sûr que c'était bien, il fallait y aller. »¹⁰ Adami fut le premier à illustrer cette idée de millésimer les éditions, comme des étiquettes d'un Mouton-Rothschild. Suivront notamment Jean-Michel Folon, Jacques Monory, Pierre Alechinsky, Claude Garache, Joan Miró ou Ernest Pignon-Ernest.

Ainsi, la majeure partie de la politique de la fédération part d'un homme en particulier ; Philippe Chatrier. Il accède à la présidence de la FFT en 1972. « Il a une idée visionnaire, utiliser Roland Garros comme une vitrine pour assurer des revenus à la fédération et convertir les français à son cher tennis »¹¹.

Les volontés de la fédération sont donc claires, développer le tennis français grâce à la fédération en utilisant Roland Garros comme vitrine. Les affiches de Roland Garros vont donc servir de moyen de communication de cette vitrine afin de développer la fédération et d'attirer le plus de monde possible. Les affiches font donc partie de la stratégie de Philippe Chatrier dans le développement du tennis français.

De 1970 à 1990 s'observe un développement et structuration du tennis en France et à l'international :

En effet, de 1972 à 1992, P. Chatrier, président de la FFT souhaite mettre en œuvre une politique de structuration et de développement de la fédération notamment grâce à un outil promotionnel et financier que représente Roland-Garros. Et cela passe également par la promotion d'une marque que représente Roland Garros (depuis 1987 Roland Garros est officiellement une marque) et cela est possible grâce aux affiches. Ces dernières permettent de promouvoir le tennis¹².

La mise en place, au début des années 1970, d'une politique ambitieuse de structuration et de développement de la FFT par P. Chatrier repose sur 3 axes et notamment le plus parlant pour nous, le 1^{er} qui est : « la **compétition** et la **médiatisation** (organiser des grandes compétitions

⁹ Article dans la revue *Stratégies*, Roland-Garros : Les artistes montent au filet, 16/05/2003

¹⁰ *Ibidem*

¹¹ Podcast : centenaire de la FFT : Podcast 5 – Philippe Chatrier, l'homme tennis, 29 octobre 2021

¹² Emmanuel Bayle, *Les Grands dirigeants du sport : 23 portraits et stratégies de management*, Chapitre 9 : Philippe Chatrier à l'épreuve de l'argent dans le sport : une nouvelle doctrine fondatrice pour le mouvement sportif olympique, 2014, p.173 – 188

internationales dont Roland Garros [...] »¹³. Ainsi, l'utilisation d'affiches va permettre de donner une identité visuelle au tournoi et de le développer grâce à un moyen de communication qu'est l'affiche de Roland Garros.

La médiatisation accrue des stars permet également cette médiatisation et c'est ce qui se retrouve dans les affiches puisque plusieurs têtes d'affiches sont parfois au cœur des affiches de Roland Garros comme Bjorn Borg sur celle de 1981 ou encore d'anciens champions comme Zeljko Franulovic (1985) ou Suzanne Lenglen (1990).

L'originalité du tennis par rapport aux autres sports, c'est son développement explosif à partir de 1975. En 10 ans les effectifs ont été multipliés par 5¹⁴.

« Face au constat d'une fédération coupée de sa base (Waser, 1995), la « révolution Chatrier » repose sur quatre points clés énoncés dès 1968 : multiplier le nombre de courts et de pratiquants en portant attention au développement du tennis scolaire, doter la fédération d'une structure moderne de gestion, donner plus d'autonomie aux ligues, et préparer les futurs champions en prenant exemple sur le tennis australien soutenu par la fédération. »¹⁵. Cependant, ceci nécessite de grands moyens, mais comment obtenir ces moyens ? C'est à ce moment que le tournoi de Roland Garros intervient participant à 85% des revenus de la fédération française de tennis. Ainsi, pour augmenter ces moyens, il revient à augmenter le chiffre d'affaires récolté grâce au tournoi de Roland Garros. Néanmoins pour augmenter ce chiffre d'affaires, il va être nécessaire d'attirer davantage de public au tournoi, et ceci passe notamment par la médiatisation du tournoi possible notamment grâce aux affiches de Roland Garros.

L'ambition de P. Chatrier, dès le début de son action, est de s'appuyer sur Roland Garros afin de développer la fédération. Dans la conception du nouveau président de la FFT, le tournoi doit être à la fois un événement lucratif, fédérateur et mobilisation¹⁶.

Cet événement va pouvoir devenir lucratif à condition de promouvoir le tournoi et ceci va passer notamment par sa médiatisation en partie grâce aux affiches de Roland Garros. De plus, la

¹³ Emmanuel Bayle, Les Grands dirigeants du sport : 23 portraits et stratégies de management, Chapitre 9 : Philippe Chatrier à l'épreuve de l'argent dans le sport : une nouvelle doctrine fondatrice pour le mouvement sportif olympique, 2014, p.173 – 188

¹⁴ ROLLAN, Françoise ; RENEAUD, Martine. Tennis : Pratiques et société. Nouvelle édition [en ligne]. Pessac : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, Chapitre IV. Les étapes de la diffusion du tennis en France 1913-1992, **Première partie. Le tennis en France : du jeu aristocratique à la pratique banalisée**, 1995, p.67-90.

¹⁵ Emmanuel Bayle, La gouvernance de la Fédération Française de Tennis entre 1970 et 2020 : entre autonomie et dépendances dans la relation à la sphère publique, Movement & sport Science – Science & Motricité, article reçu le 12 octobre 2020, accepté le 4 mars 2021

¹⁶ Selon un entretien avec P. Darmon, ancien n°1 du tennis français et ancien directeur de Roland Garros, proche de P. Chatrier

volonté de fédérer se retrouve dans les affiches à travers la notion de patriotisme que l'on retrouve dans celles de Roland Garros.

Selon Thierry Gandillot, « *l'affaire avait mal débuté. Il y a exactement trente ans, le galeriste Daniel Lelong rencontre Philippe Chatrier, le président de la Fédération française de tennis, pour lui proposer de confier l'affiche du tournoi à un artiste contemporain de renom. Il lui montre trois œuvres réalisées par Valerio Adami. Chatrier les regarde longuement - perplexe ? -avant de lâcher : « Pourquoi voulez-vous foutre en l'air mon tournoi ? » Mais, tout de suite après, continue Daniel Lelong, « il a eu un réflexe formidable. Il s'est levé, a ouvert la porte et a appelé tous les gens qui travaillaient dans les bureaux, parmi lesquels beaucoup de jeunes ». Le premier à réagir fut Patrice Clerc, le directeur du tournoi. « Ah ! Président, c'est formidable. » Philippe Chatrier a alors revu son jugement avec classe. « Il m'a dit : "Ils sont **jeunes**, c'est eux qui ont raison. On va le faire." » »¹⁷*

« Sous l'ère Chatrier, un principe clair de gouvernance est adopté : une direction collective et solidaire associant tous les présidents de ligue et qui délègue à des cadres salariés la gestion technique et opérationnelle des dossiers. »¹⁸. « Ses vingt-et-une années à la tête de la FFT vont permettre à Philippe Chatrier d'élaborer une politique de long terme de développement et de structuration du tennis qu'il s'agit d'adapter aux nouvelles conditions socio-économiques et médiatiques. »¹⁹. Les nouvelles conditions médiatiques peuvent alors renvoyer à l'utilisation des affiches comme média de communication de l'évènement.

« Selon le rapport moral de l'AG 1978, le bureau de la FFT s'est réuni à plus de 20 reprises en 1978 contre 12 fois par an depuis la fin des années 1980 et les années 1990. Ces chiffres témoignent de la période d'innovation et des besoins de coordination ressentis par les dirigeants de la fin des années 1970. »²⁰ Cette période d'innovation se traduit par une volonté de renouveau pour le tournoi et cela peut s'observer notamment l'utilisation d'affiches comme moyen de communication innovant puisque la première affiche date de 1980.

De plus, ceci répond également à un objectif de P. Chatrier qui est d'apporter de la modernité, du renouveau. Ceci passe par de nouvelles méthodes, comme l'utilisation des affiches, ce qui n'existait pas avant 1980 et cela également afin de s'adresser à une jeunesse, jeunesse prometteuse afin de développer le sport professionnel en détectant une élite.

¹⁷ Thierry Gandillot, Roland-Garros s'affiche, Publié dans Les Echos le 19 mai 2010

¹⁸ Emmanuel Bayle, La gouvernance de la Fédération Française de Tennis entre 1970 et 2020 : entre autonomie et dépendances dans la relation à la sphère publique, Movement & sport Science – Science & Motricité, article reçu le 12 octobre 2020, accepté le 4 mars 2021

¹⁹ *Ibidem*

²⁰ *Ibidem*

Or, la FFT est une association à but non lucratif, sous le régime de la loi de 1901, chargée par délégation ministérielle de développer le tennis en France. Elle a pour mission d'accompagner le haut niveau, mais aussi de soutenir les clubs affiliés, de renforcer l'enseignement, de promouvoir le tennis amateur. Ce sont les recettes dégagées par Roland-Garros qui permettent à la FFT de remplir ces tâches. La réussite du tournoi engage le tennis dans l'Hexagone²¹. C'est pourquoi Roland Garros est très important pour la fédération, il faut donc le médiatiser davantage et ceci est possible grâce aux affiches de Roland Garros.

Sachant que la FFT est une association à but non lucratif, pour la faire fonctionner, les revenus de Roland Garros vont permettre de financer des clubs, des terrains, etc... Il est donc nécessaire pour la FFT d'avoir un chiffre d'affaires important pour continuer de faire tourner la fédération et rallier des gens à cette dernière. Dès lors, les affiches servent de vitrine de ce spectacle sportif et permettent de le promouvoir et de le vendre. La politique de la fédération veut ainsi que l'on parle du tournoi et ceci va pouvoir se faire grâce aux affiches.

En effet, Roland Garros étant organisé par la fédération permet la diffusion du tennis. Dès lors, pour que le tennis soit diffusé il est nécessaire de promouvoir l'événement et cela sera possible grâce aux affiches de Roland Garros. Ces dernières permettent donc de promouvoir l'événement mais également de le diffuser et plus précisément de diffuser la pratique du tennis. D'une part, Roland Garros va permettre de récolter de l'argent qui va être utile au développement de la fédération et d'autre part c'est un événement qui va permettre de mettre en avant la pratique du tennis et ainsi pouvoir toucher de plus en plus de personnes susceptibles de se licencier à la fédération. Dès lors les affiches se révèlent comme un moyen pour atteindre ces deux objectifs car elles permettent la diffusion de l'événement, d'attirer ainsi des personnes à y assister, et également la diffusion du tennis en lui-même en donnant envie aux spectateurs de se licencier.

Ces affiches permettent donc de promouvoir l'événement et ainsi répondre aux volontés de la fédération, à la politique de cette dernière. Cette augmentation témoigne d'une volonté de la fédération de se développer en attirant le plus de personnes possibles.

Roland Garros représente un réel moyen d'attirer les foules afin de participer au financement de la fédération et ainsi à son expansion mais représente également un réel moyen de promotion du tennis permettant de donner envie à plus en plus de personnes de pratiquer et ainsi de se licencier. C'est alors qu'il faut promouvoir davantage le tournoi afin d'attirer toujours plus de

²¹ Bertrand Pulman, Roland Garros ou les enjeux d'un événement sportif mondialisé, Tribune du 23 mai 2013

personnes potentiels futurs licenciés et ceci peut se faire à travers les affiches de Roland Garros, véritable moyen de communication de l'événement. Il y a alors une réelle volonté de promouvoir l'évènement en faisant parler du tournoi.

Pourquoi avoir la volonté de faire parler du tournoi ? :

La volonté de faire parler du tournoi se rattache alors aux objectifs de la fédération française de tennis. Le but de faire parler du tournoi est de le promouvoir afin d'attirer le plus de personnes possibles dans l'optique de développer la fédération par la suite ainsi que le tennis français puisqu'une grande partie des revenus de la fédération est obtenu grâce au tournoi. Dès lors pour parler du tournoi il est nécessaire d'avoir un moyen de communication, ce que représentent les affiches de Roland Garros. Elles permettent ainsi d'annoncer le tournoi de façon originale, de façon récurrente dans l'idée de donner une réelle identité visuelle au tournoi. Ainsi, « dans un modèle d'organisation du sport français fortement soutenu par l'État et plus largement par la sphère publique, la FFT [...] a en effet construit son modèle économique et d'organisation autour du tournoi de Roland Garros (RG) dont elle est propriétaire exploitant. »²² Ainsi, les revenus de la fédération dépendent beaucoup de l'événement Roland Garros. Ceci peut donc expliquer pourquoi il est important de promouvoir le tournoi, afin qu'ils soient vu par le plus de personnes possibles et ainsi que le tournoi engendre de bons revenus à la fédération. Et comment promouvoir le tournoi ? En utilisant des moyens de communication et notamment les affiches de Roland Garros.

Pourquoi vouloir s'adresser à la jeunesse ? :

En effet, la jeunesse est de plus en plus présente dans la société et on lui accorde davantage d'importance. En effet, dans les années 1980, les mobilisations lycéennes s'inscrivent dans l'héritage de Mai 68 tant dans leur contenu (l'autonomie, la responsabilité) que dans leurs formes (manifestations spontanées). Les manifestations récurrentes des lycéens dans les années 1980-1990 revêtent une nouvelle signification. Il s'agit moins de protestations politiques qu'une affirmation et d'une revendication d'autonomie et de responsabilité.

En dépit d'un poids démographique déclinant, la jeunesse conserve des éléments d'identité forts et reste un marché porteur pour l'économie.

²² Emmanuel Bayle, La gouvernance de la Fédération Française de Tennis entre 1970 et 2020 : entre autonomie et dépendances dans la relation à la sphère publique, *Movement & sport Science – Science & Motricité*, article reçu le 12 octobre 2020, accepté le 4 mars 2021

En effet, face à la massification et l'augmentation des publics jeunes, la jeunesse est présente physiquement par son grand nombre et reste donc un public cible.

Le fait de redonner de la jeunesse au tournoi de Roland Garros permet dès lors de lui donner un nouveau souffle mais permet également de toucher un nouveau public de plus en plus important dans la société (par son nombre mais également par sa voix), la jeunesse. Toucher ce public dans afin que les jeunes se licencient à la fédération française de tennis (FFT) car c'est eux qui ont un grand potentiel et qui sont les plus susceptibles de s'affilier à la FFT. D'où le développement des affiches et notamment de l'utilisation de l'art contemporain dans ces dernières.

La volonté de s'adresser à la jeunesse à travers les affiches est alors une véritable volonté affichée par la fédération française de tennis. En effet, selon Jean Lovera (ancien joueur professionnel et à l'origine de la première affiche en 1980) dans un entretien pour le magazine Courts, magazine Courts n°9, automne 2020 « celle (l'affiche) d'Antonio Saura en 1997 a peut-être été la plus difficile à faire, et a d'ailleurs provoqué une vraie tempête au conseil ! Mais paradoxalement, c'est le visuel qui a le plus marché auprès des jeunes. »²³. Dans cette citation, l'importance de la jeunesse et la volonté de plaire à la jeunesse ressort une nouvelle fois comme expliqué précédemment. La jeunesse est donc un acteur clef du développement du tournoi mais surtout de la fédération française de tennis à travers les affiches de Roland Garros.

Entre 1978 et 1993, la croissance des ressources du tournoi s'effectue principalement par l'augmentation de deux postes de recettes (notamment un qui nous intéresse) multiplié par 24 pour les recettes publicitaires²⁴ et ce grâce aux affiches de Roland Garros qui permettent de promouvoir le tournoi. Or pour promouvoir le tournoi, il faut s'adresser à un public type, un public cible (public susceptible de se licencier à la fédération : fans de tennis, la jeunesse, ...) et cette stratégie de communication se retrouve dans les affiches et divergent selon les époques. C'est pourquoi il nous revient à périodiser ces époques et montrer ce qui en ressort des affiches, ceci en lien avec le contexte du pays. C'est ce que nous ferons plus tard dans ce mémoire.

Comme expliqué précédemment, selon Thierry Gandillot, « *l'affaire avait mal débuté. Il y a exactement trente ans, le galeriste Daniel Lelong rencontre Philippe Chatrier, le président de la Fédération française de tennis, pour lui proposer de confier l'affiche du tournoi à un artiste*

²³ Jean Lovera dans un entretien pour le magazine Courts, magazine Courts n°9, automne 2020

²⁴ Selon des entretiens réalisés avec la direction de Roland Garros et les comptes fédéraux

contemporain de renom.»²⁵. Cependant, il semble légitime de se demander pourquoi vouloir faire appel à un artiste contemporain dans la réalisation de ces affiches ? Quel est le lien avec les volontés de la fédération à travers ces affiches ? Les artistes sont-ils les personnes les mieux placées pour faire de la publicité et ainsi participer à l'élaboration des affiches de Roland Garros ?

Pourquoi faire appel à des artistes contemporains dans les affiches de Roland Garros ? :

Annonce publicitaire ou œuvre d'art ? Depuis toujours, Roland-Garros tourne le dos aux agences de communication. Le célèbre tournoi de tennis préfère remettre sa communication entre les mains **d'artistes contemporains**. Excepté la présence du nom Roland-Garros et de l'année, les artistes sont libres dans leur exécution. « Nous demandons seulement un format en hauteur, explique Philippe Fages, directeur délégué de la communication de la Fédération française de tennis (FFT) et de Roland-Garros. Mais tous connaissent déjà plus ou moins le tournoi et ils se documentent seuls. »²⁶ ?

En effet, la communication des internationaux de France de tennis se distingue par ses visuels signés d'artistes contemporains. Une approche singulière de l'affiche publicitaire²⁷. Le tournoi fait le choix de faire appel à des artistes contemporains afin de toucher les jeunes comme expliqué précédemment.

En effet, selon un article : « La culture et l'art ont toujours été intégrés à la pub, mais jamais sans doute autant qu'aujourd'hui. »²⁸

D'après Danièle Schneider, historienne, « En utilisant l'art, les publicitaires ont envie de faire reconnaître la publicité comme de l'art : en citant une œuvre, ils parlent de la communauté d'essence qu'il y a entre toutes les formes de création. Et espèrent ainsi une réévaluation du statut de la publicité. »²⁹ Elle nous explique que les publicitaires veulent que le statut des publicités change, c'est à dire qu'elles soient considérées comme de l'art.

Au cours des deux derniers siècles, un lien étroit s'est développé entre l'Art et la Publicité. Dès l'aube de la publicité, à une époque où celle-ci se faisait encore appeler « la réclame », les artistes se sont intéressés à cette nouvelle discipline. Selon Mélanie Gentil, auteur du l'ouvrage

²⁵ Thierry Gandillot, Roland-Garros s'affiche, Publié dans Les Echos le 19 mai 2010

²⁶ Article dans la revue Stratégies, Roland-Garros : Les artistes montent au filet, 16/05/2003

²⁷ *Ibidem*

²⁸ L'art comme objet marketing, Pourquoi les entreprises vont-elles se servir de l'art, 6 février 2013

²⁹ *Ibidem*

« Art & Pub », ces derniers « trouvent dans cette dernière un formidable moyen d'expérimentation de leur créativité »³⁰. Ainsi en 1890, le peintre renommé Henri de Toulouse-Lautrec réalisait des publicités. L'artiste a déjà une réputation de peintre à Paris dans les milieux du spectacle dans lesquels il évolue (au moulin rouge), lorsqu'il va accepter une commande de lithographie publicitaire. Et c'est sa première affiche, pour la Goulue au Moulin Rouge en 1891, qui a fait connaître son nom au grand public. Pour les publicitaires, le monde de l'art est aussi une immense base de données, dans laquelle ils peuvent piocher des idées sans limite. Les créatifs en agence de publicité n'hésitent pas à s'inspirer des créateurs, quitte à détourner leurs œuvres, au grand dam des artistes. Notamment à la fin du 19^{ème} où se développe en grande partie cette relation avec un mouvement appelé « affichomanie » c'est à dire que les rapports publicité et art sont mélangés, ils ne forment qu'un. Beaucoup d'artistes contemporains ont été sollicités pendant cette période pour la réalisation d'affiche, qui deviendront par la suite de véritables œuvres d'art.

« L'artiste contemporain a besoin de marketing et de communication, et la communication a besoin de valeurs artistiques pour pouvoir faire la différence. C'est surtout à travers l'affiche, lien direct avec la peinture, et à travers l'écran publicitaire que peuvent être traités les rapports de la publicité avec l'art. »³¹

« L'élément indispensable de la publicité est la créativité »³², et les artistes contemporains apportent ainsi leur créativité nécessaire à la publicité et donc ici aux affiches de Roland Garros nécessaires à la promotion de l'événement tout en lui donnant une identité visuelle. L'affiche « cherche avant tout à faire passer un message (vendre, inciter, faire agir le consommateur...) », ici les affiches de Roland Garros cherchent à faire déplacer le spectateurs (le consommateur) afin d'assister au spectacle sportif qu'est Roland Garros.

De nos jours, l'utilisation de l'art dans la publicité représente une stratégie intéressante pour l'entreprise. Ainsi, cette pratique permet un gain de notoriété, un avantage concurrentiel évident, une amélioration de l'image du produit ou de l'entreprise, ...

« Plus particulièrement, l'affiche profite, pour sa légitimation culturelle, de son association à la modernité, en tant qu'art jeune, vivant, né en dehors du système académique, et qui renoue avec les tendances les plus contemporaines de la peinture. »³³. Utiliser l'art contemporain, c'est un

³⁰ Gentil Mélanie, Art et Pub, 26 mars 2018

³¹ L'art comme objet marketing, Pourquoi les entreprises vont-elles se servir de l'art, 6 février 2013

³² *Ibidem*

³³ Katarzyna Matul, Quand le détail fait signe : le rôle du détail dans la légitimation culturelle de l'affiche, dans A contrario, 2014, (n°20), pages 69 à 89.

indice de modernité et c'est ce que souhaite Roland Garros, se moderniser à travers ses affiches afin d'apporter du renouveau, une nouvelle jeunesse au tournoi, toucher la jeunesse pour attirer d'autant plus de monde.

Jean Lovera (ancien joueur professionnel et à l'origine de la première affiche en 1980) dans un entretien pour le magazine Courts, magazine Courts n°9, automne 2020 :

« L'idée est d'amener une constance liée à l'événement et un renouvellement. Il y a une dynamique forte. Depuis que l'on a commencé, il y a eu des rejets et pas mal de critiques tout de même. Je me rends compte avec le recul que le fait de parler du tournoi à travers l'art n'a pas plu à tout le monde. Mais l'affiche est aussi là pour faire parler, pour promouvoir l'évènement, donc ce n'est pas une mauvaise chose. »³⁴

L'affiche est donc un réel outil de promotion de l'évènement et fait parler d'elle en bien comme en moins bien, mais au final, peu importe, tant qu'elle fait parler d'elle, elle fait parler du tournoi, et c'est ce qui est recherché par la FFT.

Selon lui, « une bonne affiche doit surprendre, éveiller l'intérêt, faire transparaître une facette du tournoi. » et « il y a toujours un angle d'attaque lié au tennis, au tournoi ou à la terre battue. »³⁵

« C'est arrivé à de nombreuses reprises, depuis plus de quarante ans, que l'artiste joue sur la matière de la terre battue, sur les couleurs, les lumières, les détails. »³⁶

Pourquoi Roland Garros a besoin d'une identité visuelle ? Pourquoi millésimer les éditions ? :

Plus les choses sont millésimées, plus elles sont rares et ont de l'importance, de la valeur, du prestige, et c'est la volonté du tournoi de Roland Garros, l'un des 4 tournois les plus prestigieux au monde.

À travers ce descriptif, nous pouvons comprendre comment sont nées les affiches de Roland Garros. Cependant il est intéressant de se poser la question du pourquoi ces affiches sont-elles nées. Il revient alors à se pencher sur la politique de la fédération dans ces années afin d'expliquer la genèse de ses affiches et de comprendre pourquoi elles sont nées et à quoi vont-elles servir pour le tournoi mais surtout pour la fédération.

³⁴ Jean Lovera dans un entretien pour le magazine Courts, magazine Courts n°9, automne 2020

³⁵ *Ibidem*

³⁶ *Ibidem*

Maintenant que nous connaissons ces informations, nous allons pouvoir approfondir notre analyse des affiches. Voici ce que l'on obtient :

Les catégories issues de l'analyse des affiches de Roland Garros :

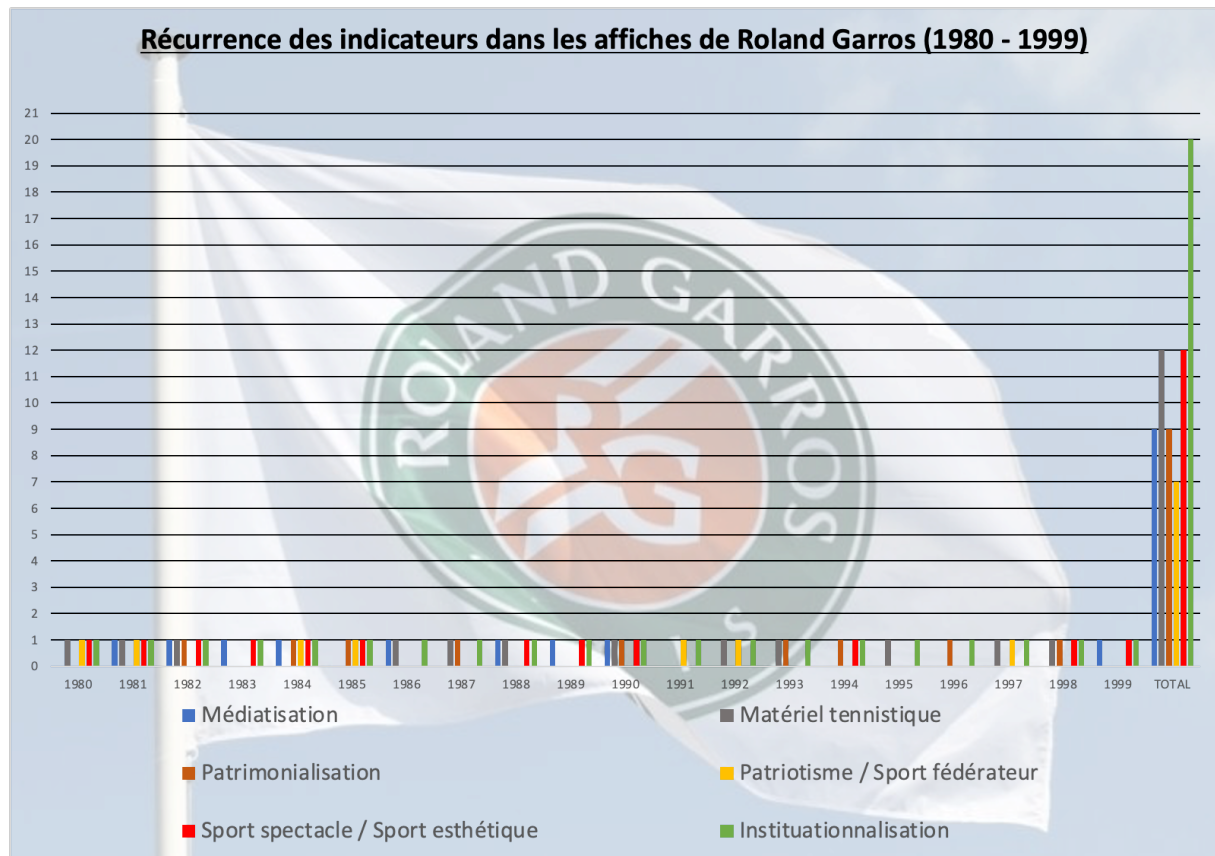
Maintenant que nous connaissons différentes informations sur le contexte sociétal, économique et politique des années 1980 – 1990 et de la fédération et à travers l'analyse des affiches de Roland Garros, il convient de nous intéresser à différents indicateurs.

En effet, l'analyse des affiches de Roland Garros fait ressortir différents indicateurs qu'il est intéressant de considérer et de caractériser au sein de ces dernières afin de connaître leur récurrence ou non. Ainsi cela nous permet de déterminer des continuités et des ruptures dans les affiches et dès lors nous permet de comprendre si le contexte sociétal, économique ou encore politique français et de la fédération française de tennis se ressent et transparait dans les affiches.

Pour cela, différents indicateurs ont été identifiés notamment la **médiatisation**, la présence du **matériel tennistique**, la **patrimonialisation**, la présence du **patriotisme**, le **sport spectacle et esthétique** et enfin l'**institutionnalisation** ; puis un tableau récapitulatif des continuités et des ruptures concernant les éléments analysés dans les affiches de Roland Garros de 1980 à 1999 a été construit.

	Médiatisation	Matériel tennistique	Patrimonialisation	Patriotisme / Sport fédérateur	Sport spectacle / Sport esthétique	Institutionnalisation
1980		X		X	X	X
1981	X	X		X	X	X
1982	X	X	X		X	X
1983	X				X	X
1984	X		X	X	X	X
1985			X	X	X	X
1986	X	X				X
1987		X	X			X
1988	X	X			X	X
1989	X				X	X
1990	X	X	X		X	X
1991				X		X
1992		X		X		X
1993		X	X			X
1994			X		X	X
1995		X				X
1996			X			X
1997		X		X		X
1998		X	X		X	X
1999	X				X	X
TOTAL	9	12	9	7	12	20

Tableau récapitulatif des continuités et des ruptures concernant les éléments analysés dans les affiches de Roland Garros de 1980 à 1999.



Nous allons maintenant caractériser ces indicateurs.

La médiatisation :

1- Définition :

La médiatisation est définie comme l'action de faire connaître un événement à un maximum de personnes grâce à tous les médias possibles.

« Cette puissante « médiatisation » du sport, qui accroît les enjeux auxquels nul gouvernant ne peut rester insensible, possède sa logique propre (fonctions distractives, sanctions de l'audience, exigences des annonceurs) qui transforme progressivement les produits sportifs utilisés. La télévision ne manque pas de façonner les sports qu'elle exploite en fonction de ses contraintes, intérêts et **enjeux propres**. Par exemple, le « jeu décisif » (tie-break) fut exigé par les télévisions américaines afin que la durée des matchs de tennis n'excède pas l'horaire alloué du programme. [...] Le média dominant fait subir un traitement proprement « télévisuel » aux images et aux rencontres sportives afin de les rendre plus aisément lisibles, attrayantes ou stimulantes pour le grand public, de les inclure savamment dans ses programmes, de les encadrer par des spots publicitaires lucratifs. En exploitant les grandes rencontres sportives

internationales périodiques, la télévision s'assure un fond permanent d'audience. »³⁷. Ceci que l'événement soit télévisuel ou qu'il soit vécu de façon réelle, dans la vraie vie et pas forcément à travers un écran et c'est ce que l'on retrouve à Roland Garros lorsque le tournoi propose des affiches attrayantes et stimulantes pour le public dans le but d'attirer toujours plus de public et de fans de tennis. Dès lors l'affiche est utilisée comme un outil de médiation afin de promouvoir l'événement sportif proposé ; événement attrayant et stimulant pour les spectateurs.

C'est ainsi que cela se retrouve dans les affiches et dans la volonté de promouvoir un événement sportif. Ceci dans le but de médiatiser l'événement et ainsi attirer davantage de personnes.

Pourquoi ? Ceci afin de financer la fédération et ainsi pouvoir la développer par la suite.

L'année 1979 marque le début de la médiatisation des Internationaux de France, 1980 voit l'édification d'un central bis qui accueille 4 000 spectateurs supplémentaires et en 1983 Yannick Noah triomphe sur le central de Roland-Garros³⁸.

2- La médiatisation dans les affiches de Roland-Garros :

La mise en avant dans les affiches de la médiatisation de l'événement connaît une certaine continuité sur la première décennie (1980 – 1990) et est très présente dans ces dernières. En effet, la médiatisation de l'événement est très importante et est au cœur des stratégies marketing de l'événement. En effet, plus il est médiatisé, plus il est visible et ainsi plus de personnes sont susceptibles d'être au courant et d'avoir envie de se déplacer pour assister à l'événement. Dès lors il y a toujours une envie de ramener de plus en plus de spectateurs (français et étrangers) dans le but d'enranger de l'argent et ainsi pouvoir financer la fédération. Dès lors cela fait partie des volontés de la fédération et ceci se retrouve dans les affiches de Roland Garros. Toutefois, cet indicateur est moins présent dans les affiches de 1991 à 1998. Ainsi, sur les deux décennies 1980-1990, la médiatisation ressort essentiellement à 9 reprises.

La volonté de mettre en avant les codes et le patrimoine que représente Roland Garros fait partie de la stratégie marketing afin de médiatiser davantage l'événement et toucher le plus de personnes possibles. Ainsi ces codes se retrouvent dans les affiches de Roland Garros de façon continue depuis l'affiche de 1980 jusqu'à l'affiche de 1999.

³⁷ Christian POCIELLO, « SPORT (Histoire et société) - Sociologie », Encyclopædia Universalis [en ligne], consulté le 29 décembre 2021.

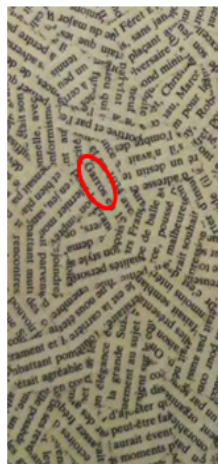
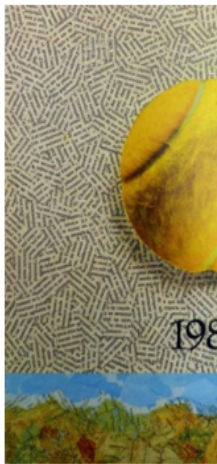
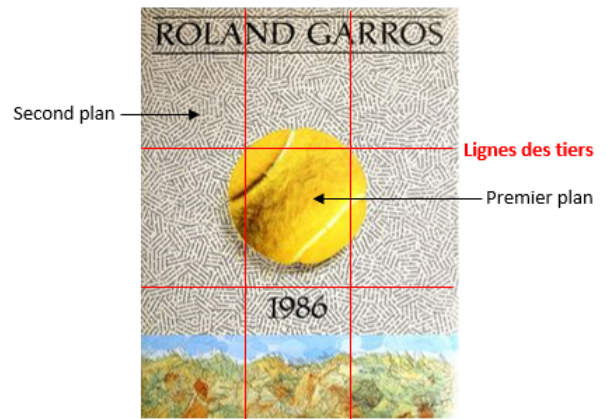
³⁸ ROLLAN, Françoise ; RENEAUD, Martine. Tennis : Pratiques et société. Nouvelle édition [en ligne]. Pessac : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, Chapitre IV. Les étapes de la diffusion du tennis en France 1913-1992, **Première partie. Le tennis en France : du jeu aristocratique à la pratique banalisée**, 1995, p.67-90.

En effet, une des affiches les plus parlantes et mettant en avant la médiatisation de l'évènement est l'affiche de 1986 :

Nom de l'artiste : Jiri Kolar

Nature de l'œuvre : Collage

Lieu de conservation : Galerie Lelong



Ce que je vois : Au premier plan, au centre de l'affiche, on observe une balle de tennis texturée. Le second plan est décomposé en deux parties. Sur la partie haute s'observe tout un tas de petites lignes noires qui partent dans tous les sens. En réalité, lorsque l'on se rapproche de près de l'affiche, on observe des inscriptions, il s'agit en réalité de tout un tas de morceaux de journaux collés dans tous les sens qui, avec le recul, nous donnent une impression de texture, de petits traits qui permettent de mettre la balle en relief. Ces journaux sont composés d'un pêle-mêle d'articles publiés en français datant de différentes époques qui parlent de l'évènement, du tournoi de Roland Garros (ces journaux parlent de l'époque des Mousquetaires, de Yannick Noah, etc...). Sur la deuxième partie du second plan se trouve un fond bleu ainsi qu'une sorte de relief montagneux. Il s'agit en réalité encore une fois d'un collage de plusieurs morceaux de carte du monde entier (on peut observer l'Uruguay par exemple) et notamment de Paris en son centre, capitale Française qui accueille Roland Garros chaque année.

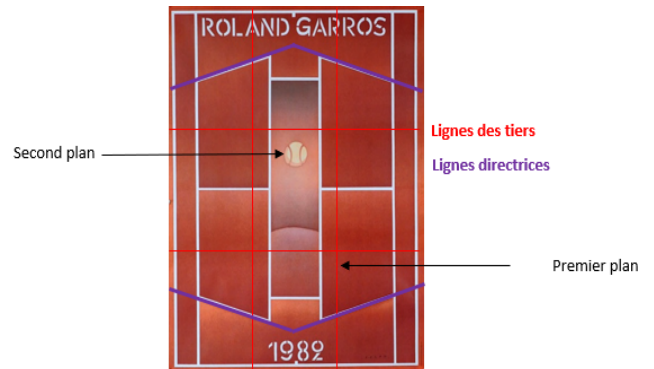
Ce que je sais : En effet, l'artiste, Jiri Kolar, est reconnu notamment pour ses œuvres faites à partir de collages. L'artiste est un collagiste, un plasticien. S'il est mondialement connu c'est comme créateur de collages. Dans son *Dictionnaire des Méthodes*, publié en 1991, il recense plusieurs techniques dont certaines sont issues de sa propre recherche créative.

De plus, le tennis a pris une place croissante dans la vie des Français au fur et à mesure des années et notamment des années 1980 à travers la massification du tennis et le sport spectacle. Cette imprégnation des cultures sportives au sein des mentalités françaises se retrouve principalement au sein des colonnes du Monde qui augmenta petit à petit les pages consacrées au tennis au fil des années. Que ce soit dans les colonnes de L'Équipe ou bien dans celles du Monde on remarque ainsi un plus grand nombre d'articles. Cette augmentation progressive du nombre d'articles consacrés au tournoi de Roland Garros peut aisément s'expliquer par la croissance qu'a pris le sport dans les mentalités collectives françaises au cours de cette période. Le sport est ainsi progressivement devenu un élément de vente des journaux, un élément mercantile. Le sport, en tant que feuilleton doit se retrouver dans chaque édition du journal car un élément important ressort toujours. Dès lors il permet d'entretenir l'envie de suivre le tennis épisode après épisode tel un spectacle. Les journaux participent à la construction et la continuité de l'engouement autour du spectacle sportif tennistique. Ils ont donc une grande importance dans la croissance du sport. Il est alors intelligent de les mettre en avant au sein même de cette affiche.

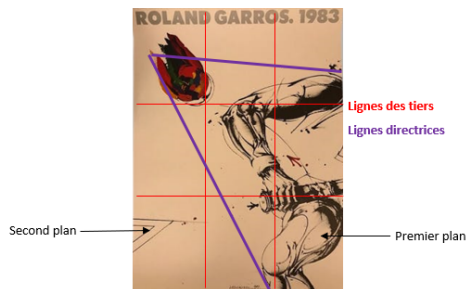
Ce que j'en déduis : Au premier abord, cette œuvre semble simple, mystérieuse et sans véritable signification, une balle de tennis en son centre et une inscription rappelant Roland Garros. Cependant lorsque le spectateur se rapproche de l'œuvre le mystère tombe et cette dernière prend tout son sens. Les morceaux de cartes rappellent au spectateur que les joueurs qui participent à Roland Garros proviennent du monde entier, que le tournoi rassemble de nombreuses nationalités qui parfois traversent les mers, les océans (symbolisés par les morceaux de papiers bleus) pour se rendre dans la capitale Française et participer à Roland Garros. Cette affiche rappelle également que les spectateurs aussi viennent du monde entier, que ce soit à Roland Garros même ou devant leurs postes de télévisions. De plus, les journaux renvoient au sport spectacle et à la volonté de retranscrire les exploits des joueurs de tennis (les mousquetaires, Yannick Noah par exemple) et permet de rattacher l'affiche à l'évènement. Cette affiche donne dès lors un sentiment de mystère au spectateur, mais lorsqu'il se rapproche de l'affiche, le spectateur trouve le sens de cette dernière et fait dès lors le rapprochement entre l'œuvre et le tournoi de Roland Garros qu'il a pu faire également avec la balle de tennis et les inscriptions « Roland Garros », « 1986 ». Cette affiche peut donc rappeler une mondialisation du spectacle sportif à travers les journaux, les médias. Il y a une réelle volonté de médiatiser le tournoi à travers cette affiche et notamment autour de la mondialisation. Ainsi la médiatisation de Roland Garros se retrouve au cœur de cette affiche qui est très représentative de l'indicateur « médiatisation ».

La médiatisation à travers le patrimoine :

Néanmoins, l’affiche de 1986 n’est pas la seule à mettre en avant cet aspect médiatique si important pour Roland Garros. En effet, comme expliqué précédemment, il y a une réelle volonté de faire voir le tournoi et ce à travers l’affiche, c’est notamment pourquoi cette dernière est née. Il y a une volonté de médiatiser le tournoi afin d’attirer du monde. Ainsi dans l’affiche de 1982, la mise en avant de la couleur ocre autour du terrain de tennis fait écho à la couleur de la terre battue, élément du patrimoine du tournoi qui lui permet de se donner une identité dans le but de médiatiser le tournoi. En effet, c’est en utilisant les codes faisant parties du patrimoine de Roland Garros et en s’appuyant sur ce qui fait que le tournoi est unique que ce dernier se médiatise.

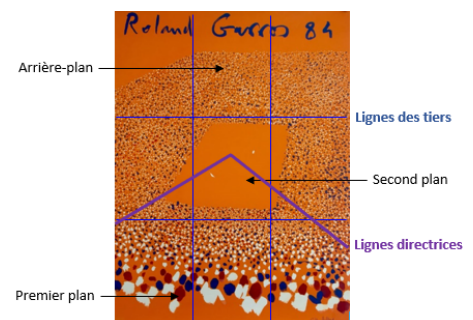


La médiatisation à travers le spectacle sportif :

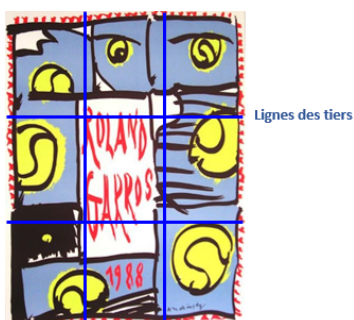


Cet indicateur se retrouve également dans l’affiche de 1983 en médiatisant et en mettant en avant la pureté du jeu à travers son esthétisme et le geste sportif détaillé sous forme de dessin. La médiatisation se retrouve également par la mise en image d’une personne importante sans qui le tournoi ne serait pas ce qu’il est, le spectateur. En effet, la médiatisation a

pour but d’attirer le spectateur. Le spectateur faisant partie intégrante du spectacle sportif, le tournoi permet de médiatiser et de mettre en avant l’ambiance du match rythmée par le spectateur. Elle met en avant les codes du tournoi et c’est notamment ce que l’on retrouve dans l’affiche de 1984 avec les spectateurs omniprésents dans l’affiche.



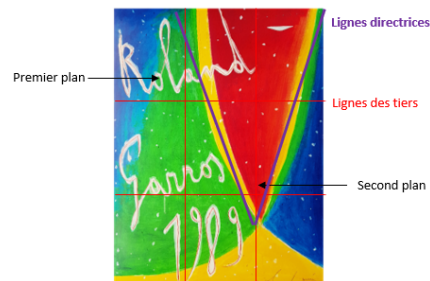
Celle de 1988 le fait notamment à travers la capture de l’instant présent et des différents points



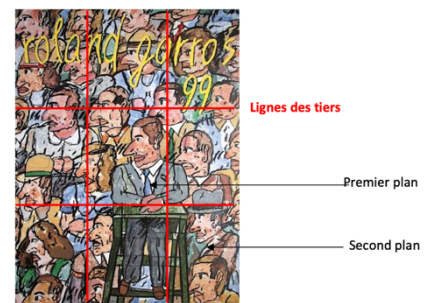
de vue de la balle de tennis sous forme de bande dessinée. Cette balle fait partie intégrante du tennis, sans qui il ne pourrait pas y avoir de match. Elle permet alors de raccrocher le spectateur au sujet qu’est le tournoi de Roland Garros et ainsi de médiatiser l’évènement à travers l’utilisation de ce matériel tennistique mais

également à travers la capture du moment présent et du spectacle sportif que représente le match.

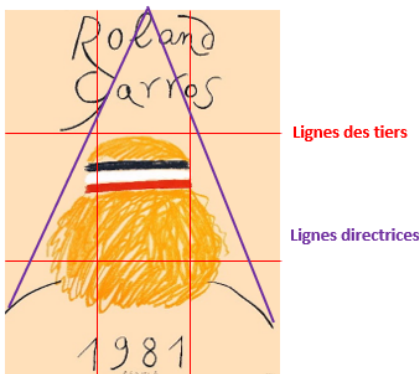
L’affiche de 1989 met également en avant la médiatisation de l’évènement à travers ce sport spectacle par le sentiment d’une ouverture de rideau directement dirigée sur le spectacle sportif auquel les spectateurs pourront assister.



Enfin cette volonté de médiatiser l’évènement en utilisant le spectacle sportif prend sens dans l’affiche de 1999 en mettant au cœur de l’affiche une nouvelle fois les spectateurs mais également l’arbitre qui lui est également très important dans le déroulement des matchs et du tournoi. Spectateurs et arbitres assistent au spectacle sportif procuré par les joueurs et par le tournoi.



La médiatisation à travers les figures emblématiques du tennis :



Dans l’affiche de 1981, c’est Bjorn Borg, figure importante pour Roland Garros car il a dominé le tournoi de 1974 à 1980, qui est placé au centre. En mettant en avant une tête d’affiche, le tournoi utilise le champion afin de médiatiser l’évènement en promettant au spectateur un spectacle intéressant avec les meilleurs joueurs du monde. Ceci se retrouve également à travers l’affiche de 1990 à travers laquelle le tournoi met en avant une réelle volonté de se fonder une identité visuelle notamment grâce à la

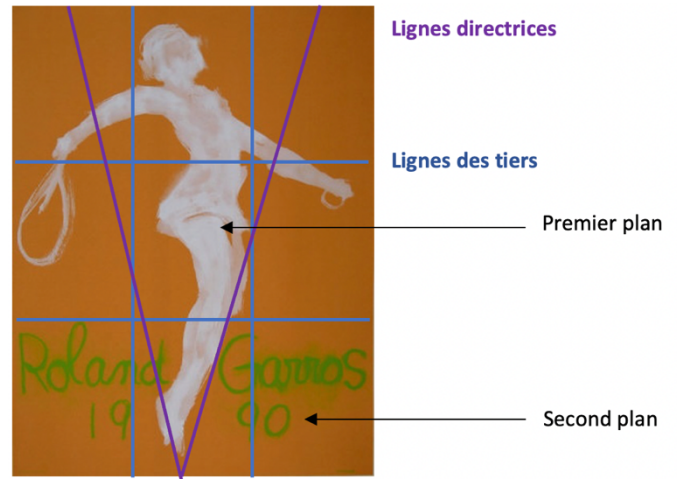
médiatisation de ce dernier. Voici l’analyse complète de l’affiche :

Nom de l'artiste : Claude Garache

Nature de l'œuvre : Peinture

Lieu de conservation : Galerie Lelong

Ce que je vois : Au premier plan, une silhouette de femme joueuse de tennis en blanc au centre de l'affiche, raquette et balle en main, en action comme si elle allait réaliser un service. La couleur blanche peut rappeler la couleur des lignes d'un terrain de tennis. Au second plan



s'observe un fond de couleur ocre rappelant la couleur de la terre battue si iconique de Roland Garros et faisant partie de son patrimoine.

Ce que je sais : Première fois que la femme est représentée sur une affiche depuis la création en 1980. Cette femme représente Suzanne Lenglen (figure emblématique du tennis dans les années 1920) car la joueuse possède comme un bandeau autour de la tête, comme Suzanne Lenglen en portait un, de plus elle danse comme Suzanne Lenglen ; dans sa jeunesse, Suzanne Lenglen avait étudié la danse, et tout son style de jeu est imprégné de cette discipline. Cette affiche met en avant une personne importante pour le tennis, une personne qui représente la grâce et le beau jeu.

Ce que j'en déduis : Dès lors, cela peut se relier avec le fait que Roland Garros cherche à prouver cette identité visuelle³⁹ et la fédération cherche à mettre en avant le prestige que le tournoi représente. C'est ce que l'on retrouve dans l'affiche. Ceci dans le but d'attirer le public en médiatisant l'évènement en se servant de figures emblématiques du tennis.

De plus, cette affiche peut se rattacher à l'esthétisme du geste, du service, Suzanne Lenglen ressemble à une danseuse et représente la beauté du spectacle, Suzanne Lenglen dansait sur le terrain. Dès lors le côté esthétique, comme détaillé précédemment, se retrouve également dans cette affiche. Ceci peut alors se relier avec la volonté de la fédération de toucher de plus en plus de public en leur proposant ce qu'ils ont envie de voir, à savoir du beau jeu.

La médiatisation du tournoi se fait alors notamment en réutilisant les codes du tennis à Roland Garros, la couleur ocre, le sport spectacle, la tête d'affiche ou encore le matériel tennistique dans le but de raccrocher le spectateur afin de faire voir le tournoi par un maximum de personnes et ainsi ramener du public.

³⁹ Article dans la revue Stratégies, Roland-Garros : Les artistes montent au filet, 16/05/2003

Le matériel tennistique :

1- Définition :

Il est intéressant de se tourner vers la place que prend le matériel tennistique dans les affiches, par là il s'agit de la raquette, de la balle, du filet, de tout ce qui fait le tennis et sans quoi il ne serait pas ce qu'il est et ne pourrait être mis en place, notamment depuis l'avènement de différents composants comme le graphite dans les années 1980⁴⁰.

2- Le matériel tennistique et les affiches de Roland Garros :

Le matériel tennistique apparaît également de façon continue dans les affiches de Roland Garros et ceci peut s'expliquer par le fait que sans ce matériel, il ne peut y avoir de tennis. Le matériel est au cœur du tennis et c'est grâce à lui que ce dernier est possible. De plus cela peut s'expliquer par l'avènement de nouveaux matériaux comme dans les années 1980 qui marquent l'avènement du graphite. Dès lors les raquettes deviennent plus grandes, plus légères et plus rigides. En un mot, elles deviennent plus faciles à prendre en main et donc plus performantes⁴¹ et participent encore plus au spectacle sportif que représentent les matchs.

Cela peut également s'expliquer à travers une facilité de compréhension par celui qui regarde l'affiche. En effet, en voyant et en identifiant le matériel tennistique, le spectateur va reconnaître immédiatement ce dont l'affiche parle et pourra alors s'y intéresser facilement. Cela s'inscrit donc dans une stratégie marketing et dans une transparence du message transmis.

Le matériel est toujours présent dans le tennis ce qui explique cette continuité dans les affiches de Roland Garros. Ainsi nous le retrouvons à 12 reprises dans les affiches de 1980 à 1999.

En effet la mise en avant du matériel tennistique se ressent dans différentes mais notamment les affiches de 1987 et 1992 :

⁴⁰ PARIER Jacques, « La raquette de tennis : quelles évolutions ? », 2015.

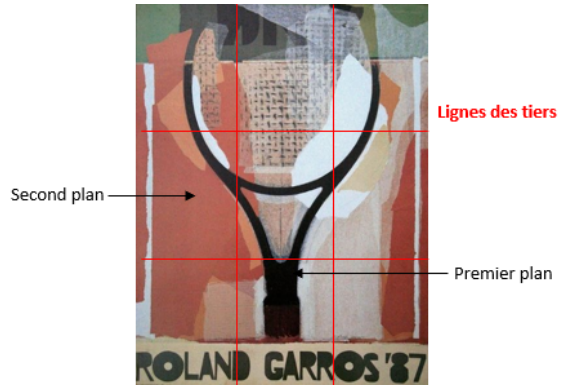
⁴¹ *Ibidem*

Nom de l'artiste : Gérard Titus-Carmel

Nature de l'œuvre : Peinture

Lieu de conservation : Galerie Lelong

Ce que je vois : Au premier plan, sur la partie centrale de l'affiche s'observe une silhouette noire d'une raquette de tennis. Au niveau du tamis de la raquette s'observe de nombreux petits traits noirs.



Ces derniers représentent en réalité le cordage de la raquette. Au second plan s'observe deux lignes blanches verticales à droites et à gauche de l'affiche. Ces dernières peuvent faire référence aux lignes blanches d'un terrain de tennis et place dès lors le contexte : la raquette est au centre du jeu du tennis. De plus, la couleur dominante de ce second plan est la couleur ocre. Cette dernière peut alors faire référence à la couleur de la terre battue présente à Roland Garros. Elle permet donc au spectateur de replacer l'affiche dans son contexte, également avec les inscriptions en bas de l'affiche (« Roland Garros '87 »), le contexte du tournoi de Roland Garros 1987.

Ce que je sais : Les années 1980 marquent l'avènement du graphite. Dès lors les raquettes deviennent plus grandes, plus légères et plus rigides. En un mot, elles deviennent plus faciles à prendre en main et donc plus performantes⁴². Cette idée de performance sportive se retrouve donc à son apogée dans ces années. En effet, comme nous avons pu le détailler précédemment, le sport spectacle, l'esthétique du jeu et la performance sportive font partie intégrante du contexte et du tennis de ces années. C'est alors ce que l'on peut retrouver dans cette affiche.

Ce que j'en déduis : L'artiste a voulu faire passer un message clair et simple au spectateur en allant directement droit au but à travers la raquette de tennis, star de cette affiche et à l'aide de l'inscription « ROLAND GARROS '87 ». L'artiste fait référence à Roland Garros également avec la couleur du second plan rappelant la couleur ocre de la terre battue du tournoi, et permet ainsi au spectateur de tout de suite s'y retrouver. A l'inverse de l'affiche de l'année précédente qui présentait quelques mystères lorsque l'on regardait l'affiche de loin, celle-ci va droit au but et permet au spectateur de s'y retrouver en un coup d'œil. De plus, cette affiche est tout de même en accord avec le contexte des années 1980, l'avènement du matériel tennistique dans le but de proposer plus de performances, plus de spectacle aux spectateurs. C'est également l'impression que peut dégager cette affiche.

⁴² PARIER Jacques, « La raquette de tennis : quelles évolutions ? », 2015

L'affiche de 1992 est un bon exemple également de la mise en valeur du matériel tennistique :

Nom de l'artiste : Voss

Nature de l'œuvre : Peinture

Lieu de conservation : Galerie Lelong

Ce que je vois : Une raquette, un filet, une balle, tout ce qui rappelle le tennis, avec des couleurs vives, notamment avec un cercle rouge. Le rouge est une couleur qui attire l'œil mais qui peut également rappeler la couleur de la terre battue. Ainsi le rond rouge peut



Lignes des tiers

signifier la balle, comme si celle-ci était imprégné de terre battue ; la terre battue si chère au tournoi de Roland Garros, constituant son prestige et ainsi son patrimoine. De même que dans l'affiche de 1991 les couleurs bleu, blanc et rouge sont présentes.

Ce que je sais : La mise en avant du matériel tennistique permet au spectateur d'identifier rapidement et facilement le sujet de l'affiche et permet dès lors d'attirer l'œil du consommateur. Ainsi c'est une stratégie qui permet à celui qui regarde l'affiche de s'y retrouver facilement. De plus, sans raquette, sans filet et sans balle il ne peut y avoir de tennis. Ces trois objets représentent le cœur du tennis en lui-même et sans qui il ne pourrait y avoir de spectacle. Ce sont donc les piliers du jeu et cela peut être une raison de leur mise en avant. De plus, il ne faut pas oublier que les années 1980 marquent l'avènement du graphite. Dès lors les raquettes deviennent plus grandes, plus légères et plus rigides. En un mot, elles deviennent plus faciles à prendre en main et donc plus performantes⁴³. C'est donc grâce à elle qu'il pourra y avoir un spectacle digne de ce nom proposé aux spectateurs.

Enfin, pour rappel, la France a gagné la coupe Davis en 1991. Dès lors la mise en avant des couleurs patriotiques ne fait que renforcer ce sentiment de rassemblement autour d'une même nation qu'est la France.

Ce que j'en déduis : La mise en avant des « piliers » du tennis sans lequel il ne pourrait y avoir de jeu permet de faire passer un message clair sans s'éloigner du sujet de l'affiche en mettant clairement en avant ce sur quoi l'affiche porte. Cela permet également de toucher rapidement le spectateur, les personnes appréciant le tennis afin d'attirer leur œil et ainsi potentiellement pouvoir les attirer au tournoi de Roland Garros toujours dans cette volonté de la fédération d'attirer le plus de monde possible. Ceci autour d'une même nation, la France, que l'on retrouve souvent dans les affiches avec les couleurs du drapeau tricolore.

⁴³ PARIER Jacques, « La raquette de tennis : quelles évolutions ? », 2015

Enfin, l'affiche de 1998 participe également à la mise en avant du matériel tennistique au cœur de l'affiche afin de mettre en avant le matériel nécessaire au déroulement d'un match :

Nom de l'artiste : Télémaque

Nature de l'œuvre : Peinture

Lieu de conservation : Galerie Lelong

Analyse :

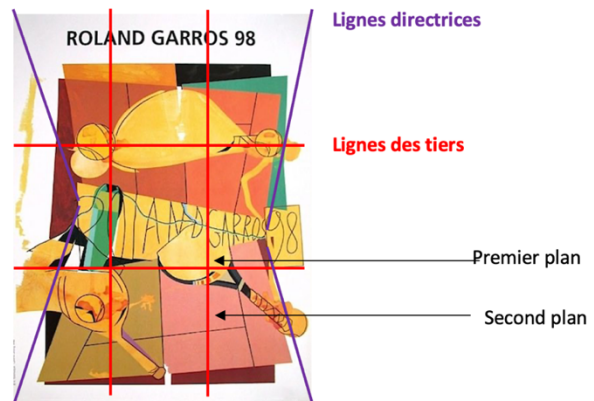
Ce que je vois : Différentes formes et différentes couleurs sont présentes sur l'affiche.

Au premier plan et sur l'ensemble de l'affiche

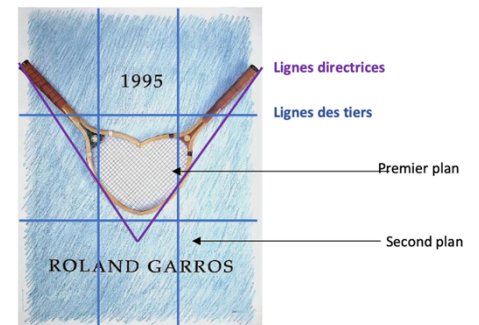
nous pouvons observer trois raquettes et cinq balles de couleur jaune. Au second plan se trouve des lignes pouvant rappeler les lignes du terrain de tennis de couleur ocre. En réalité, au second plan se trouve le terrain de tennis en lui-même.

Ce que je sais : Il y a la présence de la balle, de la raquette, du terrain. Au premier plan nous retrouvons la raquette et la balle qui constituent le matériel principal nécessaire pour jouer au tennis, ils représentent donc le centre du jeu. Ces derniers sont représentés en jaune, ce qui peut rappeler la couleur de la balle mais également la couleur des projecteurs que l'on peut retrouver sur les terrains. En effet, ces deux objets sont mis en lumière et font partie, en premier lieu, du spectacle sportif. En effet, les mots « Roland Garros 98 » sont au centre de l'image mais également ont un fond jaune de forme conique, comme la forme que pourrait avoir un faisceau de lumière sortant d'un projecteur. Cette forme est de la même couleur que les raquettes et les balles. Ainsi, la lumière est mise sur le jeu. Enfin, au second plan nous retrouvons le terrain, de couleur essentiellement ocre ce qui rappelle la couleur de la terre battue. Ce terrain, après la balle et la raquette, est la chose importante pour pouvoir jouer au tennis.

Ce que j'en déduis : On retrouve dès lors les codes du tennis sur cette affiche. La raquette, le terrain, la balle constituent les éléments au cœur du jeu, au cœur du spectacle sportif possible par le tennis. Cette affiche permet une véritable mise en lumière du tournoi et du spectacle représenté par la balle et le faisceau de lumière jaune et permet d'attirer l'œil. Elle permet également au spectateur de comprendre directement de quoi l'affiche parle. Le patrimoine de Roland Garros est une nouvelle fois mis en avant à travers la couleur ocre représentant la couleur de la terre battue.



Néanmoins, ce ne sont pas les seules affiches dans lesquelles nous retrouvons le matériel tennistique puisque qu'il est présent dans les affiches de 1980, 1981, 1982, 1986, 1988, 1990, 1993, 1995 et 1997. En effet, l'utilisation du matériel de tennis dans les affiches permet au spectateur de savoir directement de quoi parlent ces dernières et ainsi permet la médiatisation du tournoi plus facile.



Comme expliqué précédemment, en utilisant les codes du tennis, l'artiste rend l'affiche plus lisible et plus compréhensible pour le spectateur et ce dernier sera dès lors raccroché très rapidement au sujet et donc au tournoi de Roland Garros. Ceci encore une fois dans le but d'attirer des spectateurs et ainsi faire vivre le tournoi et par conséquent faire vivre la fédération française de tennis.

La patrimonialisation :

1- Définition :

Le phénomène de patrimonialisation désigne ce processus de création, de fabrication de patrimoine. La patrimonialisation est le processus socio-culturel, juridique ou politique par lequel un espace, un bien, une espèce ou une pratique se transforment en objet du patrimoine naturel, culturel ou religieux digne de conservation et de restauration.

La patrimonialisation correspond plus à une jouissance promise à une communauté par la (ré)**appropriation de biens communs**⁴⁴.

Dès lors, dans les affiches, cela renvoie au patrimoine que représente Roland Garros notamment par exemple à travers la terre battue ou encore le symbole de « classe » que représente le tournoi prestigieux.

2- La patrimonialisation dans les affiches de Roland Garros :

La patrimonialisation qui passe notamment à travers le patrimoine de Roland Garros (terre battue, symbole même de Roland Garros, le prestige que représente le tournoi) se retrouve de façon sensiblement continue de 1980 à 1999 essentiellement à travers la couleur ocre représentant celle de la terre battue. En effet la volonté de mettre en avant une identité visuelle⁴⁵

⁴⁴ Daniel J. Grange, Dominique Poulot, L'esprit des lieux : le patrimoine et la cité, Presses universitaires de Grenoble, 1997, p. 30.)

⁴⁵ Article dans la revue Stratégies, ROLAND-GARROS : LES ARTISTES MONTENT AU FILET, 16/05/2003

propre au tournoi transparait assez souvent dans les affiches afin que chacun, en regardant l’affiche, puisse identifier en un coup d’œil de quel tournoi l’affiche parle. Le fait de mettre en avant les codes de Roland Garros au sein des affiches permet alors de reconnaître facilement l’événement et d’aller droit au but dans la stratégie de médiatisation. Mettre en avant ce pour quoi Roland Garros est réputé, notamment la terre battue, permet à chacun d’identifier, de reconnaître le tournoi aisément. Ceci passe donc par le patrimoine et permet de mettre en avant le prestige de l’événement et ainsi attirer du public par ce côté prestigieux.

La patrimonialisation connaît donc un caractère continue dans les affiches de Roland Garros sur la période étudiée certainement car elle répond à la politique de la fédération sur les deux décennies. Ainsi la patrimonialisation ressort dans les affiches à 9 reprises.

Ainsi dans les affiches nous retrouvons de nombreux codes rappelant le patrimoine du tennis à la française à Roland Garros à travers la couleur ocre rappelant la terre battue, surface faisant la particularité du grand chelem qu’est Roland Garros, comme c’est le cas notamment dans l’affiche de 1996. Qui plus est, cette affiche met en avant la texture de la surface qu’est la terre battue et les traces laissées par les déplacements et les glissades des joueuses et des joueurs :

Nom de l’artiste : Meurice

Nature de l’œuvre : Peinture

Lieu de conservation : Galerie Lelong

Ce que je vois : Différents petits carrés sont présents sur l’affiche pouvant rappeler un puzzle, avec couleur ocre et il y a la présence d’un élément remarquable, le filet dans le tiers inférieur droit de façon assez visible tandis que d’autres petits filets moins marqués sont présents sur toute



Lignes des tiers

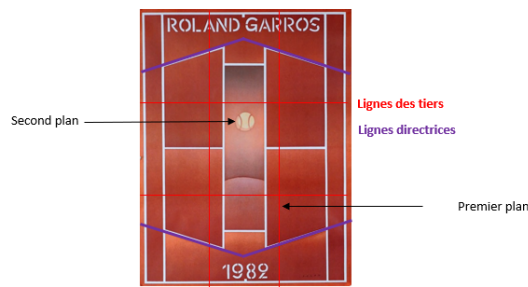
l’affiche. La couleur blanche est également une couleur très présente sur l’affiche. La couleur blanche peut rappeler la couleur des lignes du terrain de tennis tandis que la couleur ocre rappelle la couleur de la terre battue.

Ce que je sais : L’omniprésence de la couleur ocre et le jeu de texture donné dans l’affiche rappelle bien la texture de la terre battue avec les mouvements et les déplacements de joueurs sur cette dernière lors des matchs. Ce qui fait la réputation du tournoi, son prestige et qui fait donc partie de son patrimoine, la terre battue, est bien représentée dans cette affiche.

De plus, la présence de quadrillages blancs rappelle bien le filet et donc raccroche le spectateur au tennis et lui permet de saisir assez rapidement et facilement de quoi l’affiche parle.

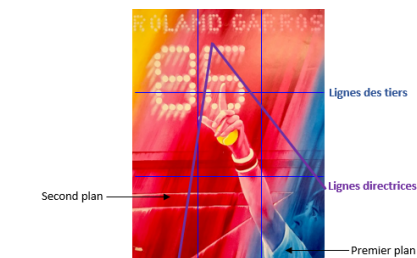
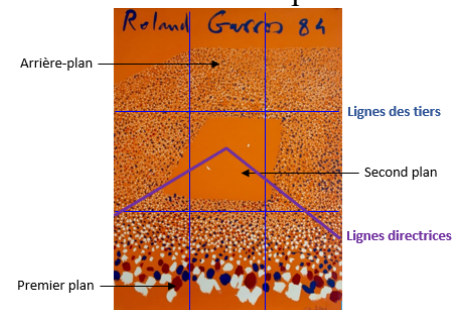
Ce que j'en déduis : L'affiche est assez épurée mais parle d'elle-même et permet d'envoyer un message clair à celui qui la regardera. Les codes du patrimoine de Roland Garros se retrouvent au cœur de l'affiche comme cette couleur ocre et ces jeux de textures qui rappellent la terre battue si chère à Roland Garros, faisant son prestige et sa particularité par rapport aux 3 autres tournois du grand chelem qui se déroulent sur d'autres surfaces.

Néanmoins cette couleur ocre rappelant la terre battue est également très présente dans d'autres affiches. C'est notamment le cas pour l'affiche de 1982 dans laquelle la couleur ocre est une



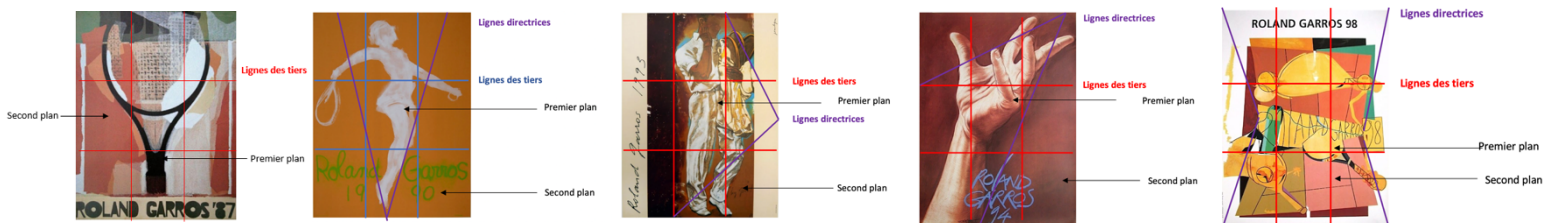
nouvelle fois omniprésente dans l'affiche mêlée à la couleur blanche des lignes de tennis. De même que l'affiche de 1984, en présentant en son centre le court central de Roland Garros rempli de spectateurs assistant à un match de tennis synonyme de spectacle sportif,

s'inscrit dans cet indicateur du patrimoine à la française grâce à la présence de la couleur ocre, couleur emblématique de la terre battue surnommée la terre d'ocre.



Les couleurs vives de l'affiche de 1985 et particulièrement la couleur rouge placée au centre de l'affiche rappelle également ce patrimoine à la française de Roland Garros à travers la couleur ocre. Enfin, cette couleur ocre faisant un rappel important à la terre battue et donc au patrimoine que possède Roland Garros se retrouve dans

les affiches de 1987, 1990, 1993, 1994 et 1998 avec toujours cette omniprésence de la couleur de la terre battue constituant la surface si particulière du tournoi du grand chelem qu'est Roland Garros.



L'indicateur du patriotisme est alors un indicateur assez important et assez présent dans les affiches de Roland Garros permettant de rappeler à la fois la couleur de la surface si emblématique de Roland Garros et permet au spectateur de saisir à quoi l'affiche se raccroche et ainsi de s'y retrouver et de reconnaître le tournoi assez rapidement. Ainsi autour de son patrimoine, Roland Garros se construit une identité visuelle en se servant de ce qui construit et

fait son patrimoine et donc son prestige. Néanmoins la patrimonialisation n'est pas le seul indicateur récurrent dans les affiches de Roland Garros.

Le patriotisme :

1- Définition :

Le sport patriotique est défini comme un sport qui témoigne d'un vif attachement au caractère sacré de la Patrie.

Comme expliqué précédemment lors de l'analyse des affiches, une inflexion s'opère autour du chauvinisme. Cette inflexion dans les discours à propos de l'éthique supportériste se retrouva par exemple en 1989 : « Autour d'eux, sur eux, convergeait la plus incroyable des marées humaines, celle des sorties de star victorieuse. Jérôme Potier, Rennais de vingt-sept ans, venait de venger Yannick Noah et la France en battant, en cinq sets, le Brésilien Luiz Mattar. Le court n°11 trépirait de joie chauvine et sifflait le tombeur du champion national. »⁴⁶, ce que l'on retrouve dans les affiches, notamment celles de 1980, 1981, 1985 et plus particulièrement celle de 1984. La perception de la dimension chauvine des tribunes apparaît comme un véritable tournant au cours de ma période. Les tribunes sont désormais considérées comme un endroit où il est normal et habituel d'être chauvin et d'exprimer son soutien à ses compatriotes. Le public prend désormais son parti et le soutien. Le chauvinisme n'est plus rejeté derrière une forme de bienséance des courts qui voudrait que les deux adversaires aient le même soutien du public. Cette pratique d'expression des émotions a ainsi outrepassé les codes et les règles qui existaient auparavant au-delà de la simple curiosité de l'affluence et de l'attractivité que pouvait représenter une demi-finale. Cette question du chauvinisme autour de l'événement est d'autant plus cruciale au sein des tribunes qu'elle soulevait le problème de l'identité du tournoi lui-même au cours de l'année 1983 : « Mais résistera-t-il au tourbillon de chauvinisme qu'entraînera une finale disputée par un Français au terme d'un événement qui aura été retransmis pendant plus de soixante heures par la télévision ? ». C'est l'identité du tournoi face aux masses qui est ici interrogée par le journaliste Alain Giraudo⁴⁷.

⁴⁶ BOGGIO Philippe, 6 juin 1989, « Potier ou le bonheur de Sophie », Le Monde, 845 mots, Paris France

⁴⁷ GIRAUDO Alain, 4 juin 1983, « Les Marronniers de Roland Garros », Le Monde, 1110 mots, Paris, France

2- Le patriotisme dans les affiches de Roland Garros :

Le tennis à la française. Voilà ce que veulent mettre en avant les affiches de Roland Garros ; le tennis à la française. Ainsi, les couleurs du drapeau français apparaissent de manière continue également sur la période étudiée (bien que pas toujours présente sur les affiches). En effet, il n'y a pas de réelle rupture observée. Ceci peut s'expliquer car le tournoi de Roland Garros à toujours lieu en France, à Paris, et permet donc de fédérer la population, fédérer le public autour de l'événement à travers ce côté « chauvin ». Pour rappel, une inflexion s'opère autour de ce terme (le chauvinisme) et de l'événement au cours des années 1980. Le chauvinisme, l'affirmation de l'amour de la nation, ne peuvent plus être niés⁴⁸. Une volonté de fédérer et de rassembler une nation se fait donc autour du tennis et autour du spectacle sportif que représente Roland Garros. Et ceci se ressent de façon assez continue dans les affiches de Roland Garros (couleurs bleu, blanc, rouge : 1980, 1981, 1984, 1985, 1988, 1991, 1992, 1997 entre autres). En effet, la volonté de la fédération de rassembler du public autour du tennis est toujours la même sur la période étudiée. Dès lors la politique de la fédération apparaît encore une fois. Ainsi, l'indicateur du patriotisme apparaît à 7 reprises dans les affiches de 1980 à 1999.

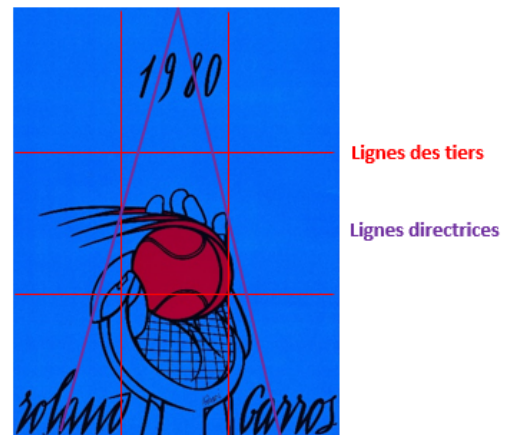
La toute première affiche dédiée à la promotion de Roland Garros en 1980 met d'ailleurs en avant cet aspect patriotique à travers ses couleurs rappelant celles du drapeau tricolore :

Nom de l'artiste : Valerio ADAMI : « *L'instrument qui permet de lire le dessin est la couleur* ».

Nature de l'œuvre : Peinture

Lieu de conservation : Galerie Lelong

Ce que je vois : Au premier plan, dans les deux tiers centraux, on observe une raquette de tennis ainsi qu'une main qui tient une balle. Quelques traits rouges partent de la balle pour aller vers l'extérieur pouvant représenter la vitesse de la balle, des effets de rotation appliqués à cette dernière par exemple ou encore des particules de terre battue qui s'échapperaient de la balle. De plus, seulement deux couleurs sont présentes sur cette affiche, une couleur chaude, le rouge



⁴⁸ BAYLE Emmanuel, « *Le Développement de la Fédération Française de Tennis sous la présidence de Philippe Chatrier (1973 – 1993) : un modèle stratégique pour le mouvement sportif et olympique ?* », *Paume et tennis en France – XV° - XX° siècle* (dir. CLASTRES Patrick et DIETSCHY Paul), Nouveau monde, 2009

(qui représente la balle pouvant renvoyer à la couleur de la terre battue également) et une couleur froide, le bleu, qui occupe le reste de l'image.

Ce que je sais : Dans les années 1980, le tournoi prend des couleurs patriotiques. En effet, une inflexion s'opère autour de ce terme (le chauvinisme) et de l'événement au cours des années 1980. Le chauvinisme, l'affirmation de l'amour de la nation, ne peuvent plus être niés. La massification de l'événement et le système de démocratisation mis en place par Philippe Chatrier⁴⁹ y est sans doute pour beaucoup.

Ce que j'en déduis : Ce que j'en déduis c'est que les deux couleurs présentes peuvent faire référence aux couleurs patriotiques, du drapeau tricolore Français, mais également aux couleurs associées à Roland Garros avec le rouge pouvant faire référence à la couleur de la terre battue. Sur le premier tiers central est rappelé la date de l'édition du tournoi.

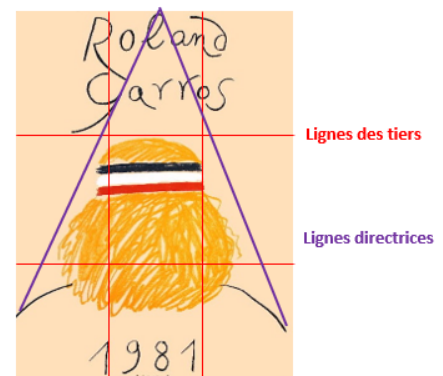
L'année suivante les couleurs patriotiques sont encore une fois présentes dans le bandeau que le joueur revêt :

Nom de l'artiste : Eduardo Arroyo

Nature de l'œuvre : Dessin au crayon

Lieu de conservation : Galerie Lelong

Ce que je vois : L'œuvre représente un homme de dos, avec un bandeau sur la tête (portant les couleurs du drapeau tricolore français) ainsi que de longs cheveux blonds frisés. De plus, on observe l'écriture « Roland Garros – 1981 ». L'œuvre est constituée d'un seul plan. Au premier plan nous observons donc cet homme de dos. L'œuvre est très légère, sans fioritures, va droit au but, elle est simple mais porteuse de sens.



L'homme de dos est placé au centre de l'image. Sur les deux tiers bas de l'œuvre se trouve l'homme. Sur la partie haute (un tiers) au centre se trouve l'inscription « Roland Garros ».

Les couleurs observées sont dans l'ensemble et sur la partie centrale chaudes (jaune, rouge), en contraste avec le fond, plus clair, plus froid (rose pâle). Ces couleurs peuvent être mises en relation avec la personnalité du joueur que nous détaillerons ci-après.

⁴⁹ BAYLE Emmanuel, « Le Développement de la Fédération Française de Tennis sous la présidence de Philippe Chatrier (1973 – 1993) : un modèle stratégique pour le mouvement sportif et olympique ? », *Paume et tennis en France – XV° - XX° siècle* (dir. CLASTRES Patrick et DIETSCHY Paul), Nouveau monde, 2009.

Ce que je sais : Cette affiche est en réalité une représentation de Bjorn Borg, joueur emblématique du tournoi de Roland Garros car de 1974 à 1980, le suédois Bjorn Borg domine le tournoi en remportant cinq fois la finale, son sixième sacre ayant lieu en 1981.

Les couleurs présentes sur l’affiche peuvent être mises en relation avec la personnalité et le jeu de Bjorn Borg. C’est le cas notamment du rose pâle, couleur froide. Borg est un joueur imperturbable, capable d’une concentration extrême sur les courts, froid, ce qui lui vaut le surnom d’« Ice-borg ». De plus, les couleurs du drapeau tricolore français sur son bandeau, marque de fabrique de Borg, sont en accord avec son jeu qui colle parfaitement aux exigences de la terre battue et donc du tournoi français qu’est Roland Garros, grand chelem que Borg remportera le plus durant sa carrière (six titres). Borg est le premier tennisman à axer l’essentiel de son jeu sur le lift, technique parfaitement adaptée aux longs échanges sur terre battue, ce qui plaît particulièrement au public, fasciné devant un tel spectacle. Ces couleurs sont donc celles du drapeau tricolore français rappelant ainsi ce côté patriote par la représentation du tennis à la française à travers des joueurs tels que Bjorn Borg qui a participé à l’engouement du tournoi grâce à ces performances sportives à Roland Garros.

Ce que j’en déduis : La longue chevelure blonde et frisée est caractéristique de ce joueur. De même que le bandeau, véritable symbole de Bjorn Borg à cette époque. Ce bandeau, qui porte les couleurs du drapeau tricolore français, permet alors de faire un rappel au tournoi français et donc permet au spectateur de s’y retrouver et fait ainsi un rappel aux couleurs patriotiques. De plus, cette chevelure caractéristique se trouve au centre de l’affiche car cette dernière est importante et permet au spectateur de reconnaître et d’identifier immédiatement le joueur.

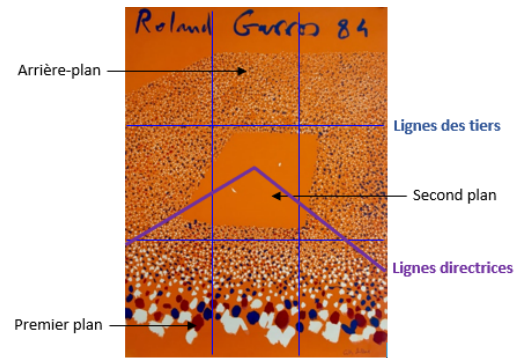
Néanmoins, l’affiche de 1984 est également un parfait exemple de la volonté d’afficher le côté patriotique grâce aux couleurs du drapeau tricolore, ceci mélangé avec le patrimoine de Roland Garros et donc la couleur ocre rappelant la couleur de la terre battue si mythique à Roland Garros. Une réelle volonté de rassembler la nation française autour d’un spectacle sportif se ressent dans cette affiche notamment grâce à l’omniprésence du public dans cette affiche :

Nom de l'artiste : Gilles Aillaud

Nature de l'œuvre : Peinture

Lieu de conservation : Galerie Lelong

Ce que je vois : Au premier plan, sur le premier tier bas de l'image, on observe de nombreuses silhouettes qui semblent assises et qui regardent tous dans la même direction. Au



second plan, au centre de l'affiche on observe une forme rectangulaire avec deux silhouettes blanches en son sein. Cette forme nous fait directement penser à un terrain de tennis. De part et d'autre de ce terrain, les mêmes silhouettes qui se retrouvent au premier plan sont également présentes mais celles-ci regardent en direction du terrain.

Enfin, au troisième plan, les mêmes silhouettes sont présentes et regardent en direction du terrain également. L'image met en avant une certaine perspective, si l'on traçait un point de fuite qui démarre du regard de ces individus, il se dirigerait en direction du terrain. L'affiche nous donne une impression de profondeur, ce qui se retrouve sur les courts de tennis, les places les plus éloignées du terrain sont les plus hautes pour avoir une vision directe sur le terrain, et les places les plus proches du terrain sont celles les plus basses. Cette perspective se retrouve dès lors sur cette affiche.

Toutes les silhouettes observées sur cette affiche sont représentées avec des cheveux bleus ou rouges ainsi que des habits blancs. Ces trois couleurs peuvent directement rappeler les couleurs du drapeau tricolore français. De plus, la seule couleur différente est la couleur ocre. Cette couleur renvoie directement à la couleur de la terre d'ocre, terre battue si emblématique de Roland Garros.

En réalité, cette affiche représente la vue de haut du court le plus prestigieux de Roland Garros, le court Philippe Chatrier.

Ce que je sais : Durant les années 1980 s'observe une massification sportive et une massification du tournoi. L'événement Roland-Garros participe ainsi à la spectacularisation de la société. De plus, en 1980 un second central est construit, nommé encore il y a quelques années, le « Court n°1 ». Il y avait en effet une volonté et surtout la nécessité de faire une extension des courts pour accueillir tout le public, comme on peut le voir sur l'affiche, très nombreux.

L'enceinte sportive qui nous occupe transparaît comme le lieu, l'espace de deux cultes. Tout d'abord un culte du patriotisme mais également un culte du sport en lui-même, du sport et de ses idoles, de la performance physique, technique et tactique.

De plus, les Internationaux de France de tennis sont religieux au sens étymologique du terme, c'est-à-dire qu'ils relient des personnes entre elles. Ce lien des masses par le sport et la nation est créé chaque année par cet événement de la Porte d'Auteuil l'un des quatre temples les plus importants du tennis mondial. Ce fait religieux relie les masses et même les élites qui participent à l'événement.

Encore une fois, avec les couleurs de la France, le tournoi prend des couleurs patriotiques. Le chauvinisme, l'affirmation de l'amour du pays, ne peuvent plus être niés.

Ce que j'en déduis : L'artiste a pu vouloir donner une impression d'immensité du terrain, une impression de foule, d'un stade rempli par les spectateurs. Dès lors, ceci renvoie directement au sport spectacle à son apogée durant cette période. Le tennis rassemble un grand nombre de spectateurs autour d'un même terrain. Toutes ces silhouettes reflètent l'immensité du stade mais également la force de rassemblement que peut apporter le tennis autour d'un match. De plus, l'utilisation des trois couleurs du drapeau tricolore renvoie directement au tournoi du Grand Chelem français, de plus avec la couleur ocre qui rappelle celle de la terre battue, emblématique du tournoi et se raccrochant à l'indicateur du patrimoine de Roland Garros à la française. Cette affiche peut donc montrer le prestige du court Philippe Chatrier, la grandeur du stade avec un grand nombre de spectateurs rassemblés autour d'un seul et même spectacle, un match de tennis. De plus, cette affiche renvoie au culte du sport en lui-même, comme si le terrain était un temple de culte où l'on admire une performance physique ou encore ses idoles. Cette affiche renvoie également au caractère religieux du sport et du tournoi dans le sens où il rassemble un certain nombre d'individus autour d'un même culte, le culte de la performance sportive, du tennis.

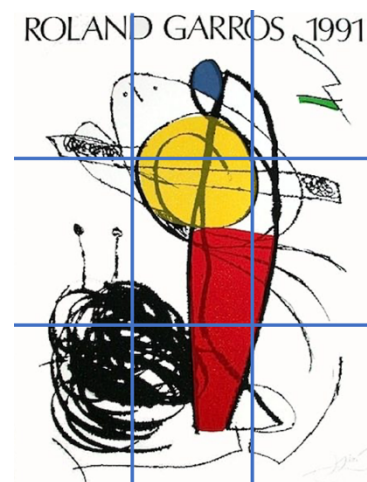
L'affiche de 1991 fait également une nouvelle fois apparaître les couleurs patriotiques ; couleurs dominantes ici :

Nom de l'artiste : Joan Miro

Nature de l'œuvre : Peinture

Lieu de conservation : Galerie Lelong

Ce que je vois : Au centre de l'image s'observe un rond de couleur jaune. De plus une forme ovale avec deux points et un trait pouvant représenter des yeux et un nez. Le cercle jaune au centre peut renvoyer à la balle de tennis



Lignes des tiers

et la forme ovale au centre nous rappelle le joueur, le joueur et la balle ne font qu'un, comme lors du jeu du tennis.

Les couleurs bleu blanc et rouge sont présentes sur l'image

Ce que je sais : Les couleurs bleu, blanc et rouge renvoient aux couleurs du drapeau tricolore et renvoient à cet esprit de patriotisme déjà présents dans les affiches des années 1980 et encore présentes dans les affiches des années 1990. En effet comme mis en avant précédemment et notamment dans l'analyse de l'affiche de 1980, dans les années 1980, le tournoi prend des couleurs patriotiques. Une inflexion s'opère autour du chauvinisme et de l'événement. Le chauvinisme, l'affirmation de l'amour de la nation, ne peuvent plus être niés. La massification de l'événement et le système de démocratisation mis en place par Philippe Chatrier⁵⁰ y est sans doute pour beaucoup.

Ce que j'en déduis : La mise en avant de la balle de tennis permet au spectateur d'identifier directement le sujet de l'affiche. De plus, les couleurs patriotiques sont très présentes en accord avec les valeurs que souhaitent véhiculer la fédération autour de la notion de rassemblement autour d'un même tournoi, d'un même match, d'une même discipline et ainsi d'une même fédération.

La volonté de mise en avant du tennis à la française à travers son patrimoine comme traité précédemment et à travers le patriotisme se retrouve également dans l'affiche de 1997 :

Nom de l'artiste : Saura

Nature de l'œuvre : Peinture

Lieu de conservation : Galerie Lelong

Ce que je vois : Deux formes sont présentes respectivement sur les 3 tiers inférieurs et les 3 tiers supérieurs de l'affiche. Ces formes sont assez semblables et tiennent dans leur main une raquette. Ces formes sont représentées de différentes couleurs assez distinctes, le bleu, le blanc, le rouge et le jaune-orange. Ces formes semblent porter sur leur tête un couvre-chef et plus précisément un béret. Au centre de l'image se trouve l'écriteau « Roland Garros 1997 ».



⁵⁰ BAYLE Emmanuel, « Le Développement de la Fédération Française de Tennis sous la présidence de Philippe Chatrier (1973 – 1993) : un modèle stratégique pour le mouvement sportif et olympique ? », *Paume et tennis en France – XV° - XX° siècle* (dir. CLASTRES Patrick et DIETSCHY Paul), Nouveau monde, 2009

Ce que je sais : Ce que l'on voit est en réalité deux adversaires qui s'opposent avec le rappel de la raquette, le rappel des couleurs tricolores et avec le port du béret, objet symbolique de la France mais également de René Lacoste qui jouait avec un béret.

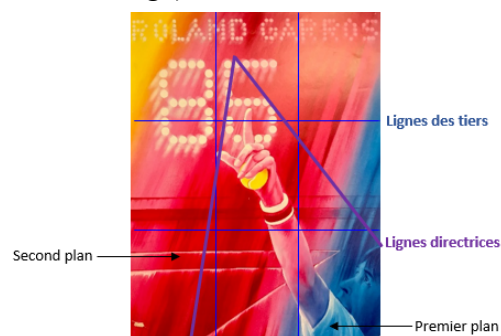
Dans la réalisation des deux joueurs, il peut y avoir une impression de plusieurs personnes au sein même du joueur, comme si plusieurs bras se levaient, ce qui peut symboliser les bras du public, des spectateurs en folie qui acclament les joueurs et sont spectateurs du spectacle sportif. L'écriteau « Roland Garros 1997 » fait office de filet qui sépare les deux joueurs comme sur un court de tennis.

Ce que j'en déduis : Au cœur de cette image se trouve les couleurs du patriotisme et le béret objet emblématique de l'ancien joueur René Lacoste et objet qui souvent représente la France. Ainsi la volonté de rassembler du monde autour d'un spectacle sportif se retrouve dans cette affiche avec les différents bras levés et rappel bien là où se déroule le tournoi, en France, et donc met en avant un symbole du patriotisme.

Enfin, cette volonté de rassembler des spectateurs autour du tennis à la française de Roland Garros apparaît dans les affiches de 1985 et de 1992 mettant toutes deux en avant les couleurs patriotiques du drapeau tricolore français (bleu, blanc et rouge).



Lignes des tiers



Lignes des tiers

Lignes directrices

Second plan

Premier plan

Néanmoins, la volonté de rassembler en mettant en avant l'indicateur du patriotisme n'est pas le seul moyen de rassembler du monde à Roland Garros. En effet, la volonté de la fédération d'attirer du public à Roland Garros afin de faire vivre cette fédération (qui je le rappelle est financée à 85% par les revenus de Roland Garros⁵¹) se retrouve par le biais du sport spectacle comme déjà évoqué précédemment. Le public est demandeur d'un spectacle sportif afin d'admirer le niveau des joueurs et la beauté de leur jeu à travers l'esthétisme que le tennis offre. Ainsi, en mettant en avant ce qu'attendent les spectateurs par le biais d'un spectacle sportif esthétique, le tournoi va pouvoir toucher du monde et ainsi se faire déplacer de nombreux spectateurs. Nous allons alors analyser et caractériser ce nouvel indicateur.

⁵¹ Information issue de l'AFP, 22/05/2018, *Roland Garros, poumon du tennis français*

Le sport spectacle – esthétique :

1- Définition :

Le sport spectacle est défini comme un sport que l'on regarde et qui met en scène des athlètes de haut niveau⁵². C'est un sport qui attire le regard, l'attention des spectateurs, qui attire la curiosité de la foule.

Comme l'expliquent Jean-Pierre CHOMBART et Raymond THOMAS, « devenu vers 1975 le deuxième sport français par le nombre de licenciés, le tennis connaît également dans notre pays un fort engouement au plan du spectacle. Les retransmissions télévisées des grands tournois sont fort appréciées par les Français. Chaque année nos compatriotes vibrent pour le tournoi de Roland-Garros. Certains d'entre eux délaissent même leurs occupations professionnelles pour se rendre au stade de la porte d'Auteuil profiter d'un billet difficilement acquis. »⁵³.

De plus, « les champions sont également source de prestige national. René Raymond souligne dans son histoire de France que les victoires des quatre mousquetaires ont tout autant contribué au rayonnement de notre pays [...]. Dans cet ordre d'idées on pourrait de nos jours citer le nom de Noah. Réussite sur le plan de la pratique, réussite sur le plan du spectacle et de la notoriété, les dynamiques dirigeants de la Fédération française et notamment son président, devraient être des hommes heureux si une ombre ne se profilait. »⁵⁴.

Enfin, « un sport qui produit un spectacle fort d'une large audience crée un enjeu économique conséquent »⁵⁵ dans le sens, plus le spectacle est fort, plus il attire de spectateurs et ainsi, plus de spectateurs seront prêts à déboursier de l'argent pour y assister. C'est en cela que le sport spectacle à son importance, et c'est donc pour cela qu'il transparaît dans les affiches, car d'un côté, c'est ce que les spectateurs attendent et recherchent et, d'un autre, cela constitue un enjeu économique important.

Le sport esthétique est défini comme un sport relatif à la beauté du jeu mais aussi du mouvement en lui-même. Ce dernier renvoie à la beauté du corps en action, durant l'effort physique.

⁵² GARNEAU-BEDARD Jean-François, *Le sport-spectacle : élément de construction et de consolidation du sentiment national des canadiens français entre 1945 et 1960*, Février 2016.

⁵³ CHOMBART Jean-Pierre, THOMAS Raymond, *Le Tennis*, Paris : Presses universitaires de France, 1990, p.3.

⁵⁴ *Ibidem*

⁵⁵ *Ibidem*

Comme expliqué lors de l'analyse des affiches, à travers les améliorations techniques des caméras, les ralentis ont commencé à être utilisés au cours des années 1970.

Dans les années 1980, ce que l'on retrouve tourne autour du « corps sportif, corps en forme, nouvel idéal d'excellence corporelle », de plus « au cours de cette période, l'attention toujours plus grande portée au corps se décline à travers la notion de forme : modeler, manipuler, transformer son corps doit permettre « d'être en forme », valeur cardinale de cette période intégrant les dimensions hygiénique et esthétique ».⁵⁶

2- Le sport spectacle esthétique dans les affiches de Roland Garros :

Ces deux éléments apparaissent de façon sensiblement continue sur la période 1980 – 1999 à travers l'esthétisation du geste sportif, de l'action du joueur sur la balle, de la balle en elle-même dans le but de mettre en avant un spectacle sportif.

En effet, les premières affiches de Roland Garros dans les années 1980 contribuent au sport spectacle, sport esthétique, en accord avec le contexte historique ou encore politique des années 1980 à travers le culte de la nation et le culte du sport en lui-même, de la performance sportive, physique, esthétique. Au fur et à mesure des années le spectateur est de plus en plus considéré comme un consommateur, un consommateur de spectacle sportif. Les affiches sont alors ciblées en direction du consommateur. Cette fonction de consommation du spectateur est aussi ancienne que le tournoi néanmoins il est possible de constater une augmentation de cette tendance économique au fur et à mesure.

Dès lors, ces deux éléments sont au souvent au cœur des affiches dans le but de s'adresser à un public demandeur de ce spectacle et de cette esthétisation comme détaillé précédemment, c'est ce à quoi il a envie d'assister, à du beau jeu et c'est pour cela qu'il se déplace, pour le voir de ses propres yeux. Les affiches sont un moyen de communication dans le but de promouvoir l'événement et ainsi que les gens se déplacent. Cependant, pour que les gens se déplacent il faut leur donner envie. Comment leur donner envie ? En leur promettant ce dont ils ont envie ; ici un sport spectacle et esthétique. Dès lors ceci peut s'inscrire dans la volonté politique de la fédération qui est de faire grandir la fédération. Comment la faire grandir ? En la finançant. Comment la financer ? Avec l'événement qui participe le plus à la financiarisation de la

⁵⁶ TRAVAILLOT Yves, HAISSAT Sébastien, « Corps sportifs : corps à la mode au féminin depuis les années soixante ? » in *CORPS*, n°2, 2007, p. 19-24.

fédération ; Roland Garros et en rassemblant le plus de spectateurs possibles en vendant le plus de billets possibles. C'est donc pour cela que le spectateur est également assez présent dans les affiches puisque c'est lui qui assiste à ce spectacle sportif, qui s'est déplacé pour le voir et qui a payé pour l'admirer.

Dans les années 1980, il y a une recherche de sophistication orientée surtout vers l'utilisation artistique de la photographie qui arrive à son apogée de perfection dans les années 1980 C'est ce que l'on retrouve dans les affiches de Roland Garros à travers l'esthétisme et la beauté du jeu sur des arrêts sur image comme peut le faire la photographie⁵⁷ (affiches 1990 et 1994 par exemple pour cette décennie).

« *Au début des années 80, la publicité devient un phénomène culturel et l'affiche crée l'évènement, elle est commentée, analysée* »⁵⁸, analysée pour les comprendre, comprendre les différentes stratégies de communication, comprendre ce que l'artiste a voulu dire à travers l'œuvre. « *Les années 80 marquent une nouvelle étape dans l'esthétique de l'affiche.* »⁵⁹. En effet, cette dernière devient à la fois commerciale et culturelle en voyant triompher un graphisme vivant, dynamique, d'une grande qualité. Ceci notamment car « La communication institutionnelle (Etat, collectivités locales, services publics) connaît à la fin des années 80 un développement particulier, témoignant de la force vive et de la qualité du graphisme français. »⁶⁰. « Mais cette recherche du beau geste, du suspense, conduit la télévision à s'intéresser à certains sports plutôt qu'à d'autres »⁶¹ notamment le tennis.

Ainsi l'indicateur du sport spectacle et esthétique est très présent dans les affiches de 1980 à 1999 et apparaît à 12 reprises.

Cette volonté de rassembler du public en offrant un spectacle sportif et en leur promettant une beauté du jeu apparaît déjà dans la première affiche en 1980 :

⁵⁷ Mad Paris, Les arts décoratifs, Petite histoire de l'Affiche Française, [en ligne], consulté le 8 novembre 2021

⁵⁸ *Ibidem*

⁵⁹ *Ibidem*

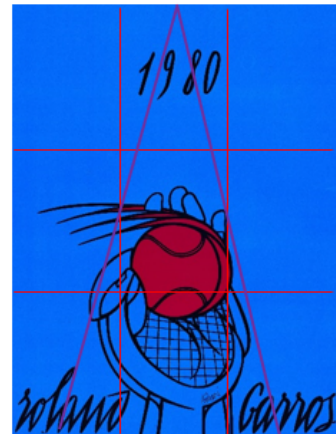
⁶⁰ Mad Paris, Les arts décoratifs, Petite histoire de l'Affiche Française, [en ligne], consulté le 8 novembre 2021

⁶¹ *Ibidem*

Nom de l'artiste : Valerio ADAMI : « *L'instrument qui permet de lire le dessin est la couleur* ».

Nature de l'œuvre : Peinture

Lieu de conservation : Galerie Lelong



Ce que je vois : Comme déjà détaillé auparavant, au premier plan, dans les deux tiers centraux, on observe une raquette de tennis ainsi qu'une main qui tient une balle. Quelques traits rouges partent de la balle pour aller vers l'extérieur pouvant représenter la vitesse de la balle, des effets de rotation appliqués à cette dernière par exemple ou encore des particules de terre battue qui s'échapperaient de la balle. De plus, seulement deux couleurs sont présentes sur cette affiche, une couleur chaude, le rouge (qui représente la balle pouvant renvoyer à la couleur de la terre battue également) et une couleur froide, le bleu, qui occupe le reste de l'image.

Ce que je sais : Ce geste est en réalité un geste de préparation au service. Par ailleurs, dans les années 1980, ce qui prédomine, c'est le sport spectacle. Dès lors, le niveau de jeu revêt un élément important du spectacle sportif. Du fait de la qualité du tournoi et de son importance dans le calendrier international, Roland-Garros est assuré d'avoir les meilleurs joueurs du monde, du moins les plus performants. Le public peut cependant être en recherche des joueurs et joueuses les plus séduisants, les plus esthétiques à regarder plutôt que de regarder un match où le spectacle présenté n'a aucune beauté et est terne émotionnellement.

Cette question de la beauté du jeu est perceptible dans les sources par ce qui émeut les foules au fil des matchs. La constante est évidemment le déplacement des corps sur le court, confirmant le fait que Roland-Garros est bel et bien un spectacle sportif, un spectacle des corps en mouvements. Certains gestes techniques comme l'amorti ou le passing-shot forcent l'émotion et les applaudissements de la foule, ce qui renvoie à la notion de sport spectacle.

Le point ne semble validé dans sa beauté et dans sa qualité que par l'applaudissement du public. On peut donc en déduire que c'est le spectacle et l'esthétisme du point qui comptent vraiment pour les spectateurs.

Ce que j'en déduis : Les traits rouges partant de la balle peuvent faire référence à l'effet de rotation de la balle. Ceci rentre donc dans l'esthétique, recherché à cette époque.

L'impression qui se dégage de cette image est une impression de pureté, de captation du moment présent, ici d'un moment important dans le tennis qui est le service, la première arme du jeu, mais également un moment de vitesse. Tout est dans l'esthétique, la beauté du geste qui nous fait directement penser au tennis. L'utilisation de matériaux comme la raquette et la balle

envoie tout de suite un message au spectateur, il identifie directement le tennis sans qu'il ait besoin de le spécifier. Par la suite, les écriteaux « Roland Garros » permettent au spectateur de rattacher l'image au contexte, au tournoi de Roland Garros.

Son affiche se caractérise par des aplats colorés, cernés de noir et évoque la main d'un joueur au service avec la représentation de la balle, la raquette et la main, la beauté du geste en somme. Jean Lovera explique : « *Née de la belle idée de représenter un trait, en une simple ligne, l'essence du tennis : une main, une balle et une raquette. Synthèse à la valeur de symbole que chacun peut s'approprier grâce à son caractère universel* »⁶².

Sport spectacle et tête d'affiche :

De plus, cette mise en avant du sport spectacle est possible grâce aux têtes d'affiche. En effet, en rassemblant les meilleurs joueurs et joueuses du monde, le tournoi propose le meilleur tennis possible et met dès lors en avant un spectacle sportif esthétique à son apogée. Dès lors le héros suscite l'adhésion du public au tournoi. L'affiche va alors voguer sur cette période et s'en servir pour promouvoir l'évènement grâce à ses têtes d'affiche.

C'est le cas notamment dans les affiches de 1981 et 1990 :

Nom de l'artiste : Eduardo Arroyo

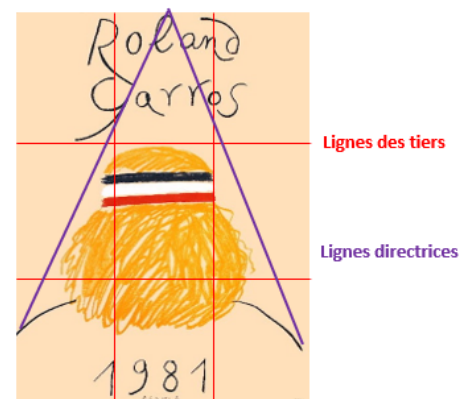
Nature de l'œuvre : Dessin au crayon

Lieu de conservation : Galerie Lelong

Ce que je vois : L'œuvre représente un homme de dos, avec un bandeau sur la tête (portant les couleurs du drapeau tricolore français) ainsi que de longs cheveux blonds frisés. De plus, on observe l'écriture « Roland Garros – 1981 ».

L'œuvre est constituée d'un seul plan. Au premier plan nous observons donc cet homme de dos. L'œuvre est très légère, sans fioritures, va droit au but, elle est simple mais porteuse de sens.

L'homme de dos est placé au centre de l'image. Sur les deux tiers bas de l'œuvre se trouve l'homme. Sur la partie haute (un tiers) au centre se trouve l'inscription « Roland Garros ».



⁶² IRIART Elodie, 29 juillet 2019, « *Trois affiches Roland-Garros emblématiques* », article en ligne, www.rolandgarros.com/fr-fr/article/trois-affiches-roland-garros-emblematiques, consulté le 1^{er} mai 2021

Les couleurs observées sont dans l'ensemble et sur la partie centrale chaudes (jaune, rouge), en contraste avec le fond, plus clair, plus froid (rose pâle). Ces couleurs peuvent être mises en relation avec la personnalité du joueur que nous détaillerons ci-après.

Ce que je sais : Cette affiche est en réalité une représentation de Bjorn Borg, joueur dominant du tournoi de Roland Garros durant ces années (de plus vainqueur de l'édition précédente en 1980). En effet, les années 1970 et le début des années 1980 marquent le règne de Borg à Roland Garros. Le tournoi masculin est gagné pour la cinquième fois par Björn Borg en 1980. Il s'agit de son troisième succès consécutif à Paris. Son adversaire malheureux en finale est cette fois, l'Américain Vitas Gerulaitis. De 1974 à 1980, le suédois Bjorn Borg domine le tournoi en remportant cinq fois la finale, son sixième sacre ayant lieu en 1981.

En effet, « cette période de glaciation du jeu, à juste titre dominée par un champion surnommé « Ice-borg », correspond à la plus grosse flambée d'enthousiasme populaire pour le tennis, l'âge d'or des fabricants et des promoteurs. »⁶³. Le sport spectacle est animé grâce aux grosses têtes d'affiche comme Bjorn Borg. « Saisi par cette fièvre, le jeune public qui se presse aux portes de Roland-Garros n'est pas des plus regardants sur le rapport qualité-prix. »⁶⁴.

Comme indiqué pour l'affiche précédente, le niveau de jeu revêt un élément important du spectacle sportif. Dès lors, de grandes têtes d'affiche à l'instar de Bjorn Borg attirent le public, demandeur d'un spectacle sportif de haut niveau, de plus face à un joueur spécialiste de la surface.

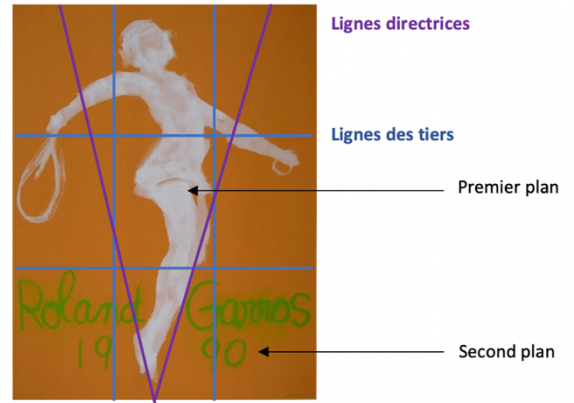
Ce que j'en déduis :

Cette affiche dégage une impression de prestance du joueur qui occupe une grande partie de l'œuvre. Bjorn Borg est une figure d'un tennis lors de ces années. Ainsi, le fait de le placer au centre, en tant que figure principale de l'affiche, renvoie à la prestance qu'il avait dans le monde du tennis lors de ces années. Le fait de ne pas le nommer permet au spectateur de s'approprier l'œuvre tout en reconnaissant son acteur phare et ainsi faire le lien avec le tennis. L'inscription Roland Garros permet de replacer le joueur dans un contexte, ici, les internationaux de France de tennis. L'artiste cherche à faire passer une émotion d'admiration vis-à-vis de la figure que représente Bjorn Borg et dès lors suscite un enthousiasme par rapport au fait que le spectateur pourra voir des joueurs, des figures, des têtes d'affiche lors de ce tournoi de Roland Garros.

⁶³ SUTTER Michel, LALANNE Denis, *Le Tennis*, Larousse, 1984

⁶⁴ *Ibidem*

L'affiche de 1990 met également en avant une autre tête d'affiche qui a marqué le tennis dans les années 1920 ; Suzanne Lenglen. Comme indiqué précédemment, dans sa jeunesse, Suzanne Lenglen avait étudié la danse, et tout son style de jeu est imprégné de cette discipline. Cette affiche met alors en avant une personne importante pour le tennis, une personne qui représente la grâce et le beau jeu.



Dès lors, cette affiche peut se rattacher à l'esthétisme du geste, du service, Suzanne Lenglen ressemble à une danseuse et représente la beauté du spectacle, Suzanne Lenglen dansait sur le terrain. Dès lors le côté esthétique, comme détaillé précédemment, se retrouve également dans cette affiche. Ceci peut alors se relier avec la volonté de la fédération de toucher de plus en plus de public en leur proposant ce qu'ils ont envie de voir, à savoir du beau jeu.

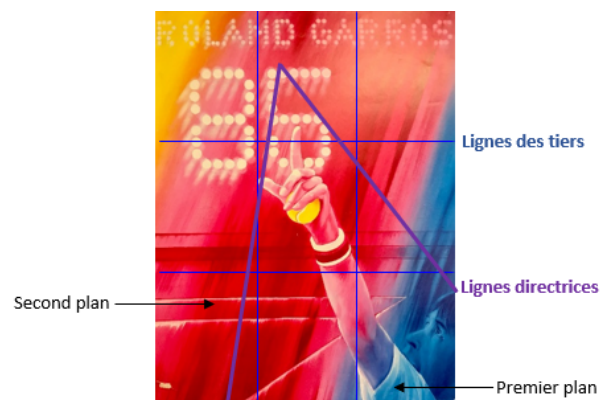
Enfin, l'affiche de 1985 met également en avant un ancien joueur de tennis et se sert alors de l'image du joueur pour promettre un spectacle sportif esthétique :

Nom de l'artiste : Jacques MONORY

Nature de l'œuvre : Peinture

Lieu de conservation : Galerie Lelong

Ce que je vois : Au premier plan, on observe un homme avec le bras levé et le doigts que semble pointer le ciel ou encore l'année inscrite. Cet homme tient une balle en main.



Au second plan, on observe certaines lignes d'un terrain de tennis. Dès lors on peut deviner que le joueur s'apprête à servir et à engager le jeu, la bataille, le spectacle. Au second plan est également inscrit « Roland Garros » ainsi que l'année 1985 en petits points. Ces derniers rappellent des spots lumineux, de plus il y a comme des rayons lumineux qui semblent s'échapper de ces inscriptions. Les spots lumineux peuvent donc faire penser au spectateur que le tennis, mais également le joueur de tennis, sont mis sous les feux des projecteurs. Dès lors dans cette affiche on retrouve cette idée de sport spectacle, mettre le tennis, les joueurs, le tournoi sous les feux des projecteurs. Cela vend le tournoi comme une scène de spectacle sportif prête à accueillir les grands noms du tennis et à offrir un grand spectacle aux spectateurs.

Ce que je vois également c'est que les trois couleurs primaires sont présentes, de bas en haut, le bleu, le rouge et le jaune. La couleur rouge est la couleur la plus présente de l'affiche, couleur qui attire l'œil mais pouvant également faire penser à la couleur de la terre battue.

Ce que je sais :

Pour l'affiche qu'il avait imaginée pour l'édition 1985 de Roland-Garros, Jacques Monory avait introduit les trois couleurs primaires, frottées vivement de haut en bas.

Dans sa toile, où certains fans du tennis des années 1970 auront reconnu la silhouette et les doigts de l'ancien joueur Zeljko Franulovic, aujourd'hui directeur du Rolex Monte-Carlo Masters, le peintre avait résolument opté pour une mise en scène très Las Vegas, sous les feux de la rampe⁶⁵. Dès lors, le sport spectacle est une nouvelle fois mis en avant dans cette affiche. L'événement Roland-Garros participe ainsi à la spectacularisation de la société. Cette spectacularisation de la société se retrouve également au sein de l'événement qui va prendre des codes de plus en plus fort du monde du spectacle afin de faire se renforcer cette dynamique spectaculaire.

La couleur rouge est une couleur qui attire l'œil du spectateur et pouvant rappeler la couleur de la terre battue. De plus, la couleur bleue est une couleur très présente chez l'artiste, cela signe donc sa marque de fabrique. *“La couleur bleue, de façon quasi exclusive, aura été sa signature et ses toiles monochromes au rendu proche de la photographie forment comme un long panoramique empreint d'une mélancolie virant parfois au cauchemar”*, a commenté sa veuve Paule dans un communiqué.

Ce que j'en déduis :

La couleur rouge, omniprésente sur cette affiche permet donc à l'artiste d'attirer l'œil du spectateur qui sera dès lors intrigué par cette affiche, aura donc envie de la regarder, et donc envie de se rendre à Roland Garros, de plus elle permet de situer le spectateur de l'affiche dans un contexte, celui de Roland Garros, en rappelant avec cette couleur la couleur de la terre battue, si emblématique du tournoi. Ainsi, dans un premier temps le spectateur est attiré par la couleur de l'affiche, puis en lisant est en interprétant cette dernière, il est attiré par le spectacle que va offrir Roland Garros.

Le fait de pointer le doigts vers le ciel (ou vers l'année) peut donner un sentiment de détermination, comme si le joueur montrait son but du doigts, montrait son objectif à atteindre. Dès lors cela peut donner au spectateur une impression qu'il va assister à un grand spectacle

⁶⁵ RAMBION Myrtille, 18 octobre 2018, « *Le peintre Jacques Monory s'en est allé* », article en ligne, www.rolandgarros.com/fr-fr/article/le-peintre-jacques-monory-sen-est-alle-affiche-roland-garros, consulté le 21 avril 2021

sportif dans le sens où les joueurs sont déterminés, prêts à en découdre et donc prêts à se battre sur le terrain, ce qui offre de beaux spectacles tennistiques.

Le sport spectacle esthétique et la capture de l'instant présent :

Le sport spectacle et l'esthétisme du jeu sont également mis en avant dans les affiches de Roland Garros à travers la capture de l'instant présent, du moment du jeu où les muscles sont en action, où la balle traverse le terrain, où le joueur commence à servir. En effet, le fait de mettre en avant un moment du jeu lors d'un match de tennis fait ressortir le spectacle sportif et esthétique en appuyant sur l'instant présent, la beauté du geste, la difficulté du geste ou encore la beauté de la balle en translation et permet ainsi d'attirer le spectateur. C'est notamment le cas pour les affiches de 1983, 1988 et 1994 :

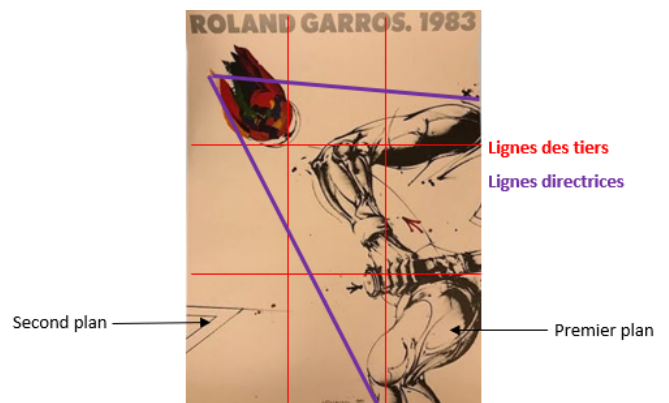
Affiche de 1983 :

Nom de l'artiste : Vladimir VELICKOVIC :

« Je tente avant tout de laisser une cicatrice dans la mémoire du spectateur ».

Nature de l'œuvre : Peinture à l'encre de chine

Lieu de conservation : Galerie Lelong



Ce que je vois : On observe au premier plan le

bras ainsi que la jambe d'un joueur. Cette

dernière tient en main une raquette. On observe également quelques flèches, une qui se dirige vers le talon de la raquette et une autre au niveau du poignet de l'individu, ainsi qu'une croix au niveau de l'épaule de la personne. Plus précisément, l'individu est dessiné de façon très précise, le dessin laisse apparaître ses muscles, la musculature du joueur. Le dessin renvoie à la réalité. De plus, les indications comme les flèches et la croix peuvent faire penser à un croquis. Ainsi l'artiste a voulu retranscrire le moment présent, l'action du joueur, l'esthétisme du joueur à travers sa musculature. Ceci peut faire part d'une ressemblance à « L'Homme de Vitruve » de Léonard de Vinci.

On observe également sur le même plan une forme rouge, pouvant faire penser à la terre battue qui est de même couleur, assez arrondie. On peut deviner qu'il s'agit en réalité d'une balle de tennis. Cette balle de tennis n'est pas totalement ronde. Sa forme peut faire penser à des flammes en étant imbibée de terre battue, comme si la balle était en « feu ». Ceci peut se

rattacher au fait que la balle est dans le « feu » de l'action. Ces formes peuvent représenter les effets donnés à la balle qui, par l'action du joueur, se déforme.

Au second plan, on observe une forme rectangulaire qui est en fait le bout du terrain de tennis. Ceci permet au spectateur d'associer l'exercice physique dans un contexte, ici le terrain de tennis. Dès lors le spectateur sait de quoi il en tient.

Ce que je sais : Les améliorations techniques des caméras vont y être pour beaucoup. Les ralentis ont commencé à être utilisés au cours des années 1970, les caméras permettant de percevoir la précision de l'athlète. En 1978 lors de la finale entre Borg et Vilas on retrouve quelques ralentis au sein de la réalisation du match afin d'apprécier le point et sa beauté (esthétique, ralenti de la balle pour apprécier l'effet de cette dernière, etc ...). Néanmoins, cette esthétisation est quasiment absente à l'image en télévision au cours des années 1980 en raison du faible nombre de caméras qui se contentent de restituer l'action mais aussi en raison de contraintes techniques. Cependant, on retrouve ces aspects dans les affiches des années 1980 (esthétique, ralentis, ...) ⁶⁶. De plus, encore une fois, le niveau de jeu revêt un élément important du spectacle sportif très présent à cette époque.

Comme il a déjà été expliqué précédemment, cette question de la beauté du jeu est perceptible dans les sources par ce qui émeut les foules au fil des matchs. La constante est évidemment le déplacement des corps sur le court, l'action physique du joueur sur la balle comme on peut le voir sur l'affiche, confirmant ainsi que Roland-Garros est bel et bien un spectacle sportif, un spectacle des corps en mouvements.

Ce que j'en déduis : Cette affiche renvoie au spectateur une image du réel, une retranscription de la réalité à travers le réalisme du dessin et la précision dans la musculature de l'individu dessiné. Ceci à travers l'impression d'un croquis, d'une esquisse prise sur le vif. Cela donne dès lors une impression de vérité, de réalisme et de capture du moment présent au travers de l'esthétisme du mouvement, du geste sportif tennistique. La musculature renvoie à l'esthétisme du corps, un corps fort, bien constitué, musclé, ceci capturé dans l'action, durant le jeu. Cela attire ainsi le spectateur en recherche de sport spectacle et d'un véritable esthétisme du jeu. Les effets donnés à la balle renvoient également à cette capture de l'instant présent, du jeu.

Cette affiche reflète le style de l'artiste, Vladimir Velickovic. L'artiste découvre le travail du photographe physiologiste Eadweard Muybridge, pionnier de la chronophotographie au même titre que le français Etienne-Jules Marey, qui sur le site même de Roland-Garros, a étudié

⁶⁶ WASER Anne-Marie (MCF, Université de Rouen): « Crise et massification du tennis: années 1970-1980 », 2006 p. 50

la course de l'homme et des animaux. Une révélation qui marque pour lui une nouvelle approche dans sa représentation du mouvement et qui se retrouve dans cette affiche de Roland Garros.

Affiche 1988 :

Nom de l'artiste : Pierre Alechinsky

Nature de l'œuvre : Peinture

Lieu de conservation : Galerie Lelong

Ce que je vois : J'observe plusieurs petits carrés délimités par des lignes noires, neuf pour être exacte avec dans chacun de ces carrés une image spécifique. Ces petites



Lignes des tiers

images peuvent faire penser aux bulles d'une bande dessinée. En effet, dans chaque bulle (à l'exception d'une) s'observe une balle de tennis dessinée sous différents angles, à partir de différents plans et d'une manière différente. Cela peut se rapporter à différentes phases de l'action d'une balle de tennis en plein jeu. Dans chaque image la position de la balle est différente, ce qui peut renvoyer au fait que la balle est en pleine rotation et donc en jeu. La balle n'est pas tout à fait ronde sur certaines images ce qui peut renvoyer au fait que cette dernière se déforme dans l'action du jeu, lorsqu'elle rebondit sur le sol ou encore lorsqu'elle sort de la raquette. De plus, certaines fois, dans certaines cases, la balle n'apparaît pas dans son intégralité ce qui peut évoquer le fait qu'elle soit en translation et qu'elle va vite, si vite qu'elle sort du cadre. Les différents traits noirs présents dans quelques bulles témoignent des effets imprimés à la balle et de la translation de la balle. Cette affiche peut dès lors avoir des airs de bande dessinée qui nous fait suivre la balle dans son chemin entre les deux joueurs de tennis. Dans la case centrale, au centre de l'affiche, se trouve l'inscription Roland Garros en rouge, sur fond blanc. Sur le reste des images le fond est bleu. Cela peut dès lors faire penser aux couleurs du drapeau tricolore français. L'année de l'édition du tournoi est rappelée dans une des cases.

Ce que je sais : Comme nous avons déjà pu le dire dans la description des autres affiches, les années 1980 sont marquées par l'esthétisme du jeu et le sport spectacle. Ces deux notions se retrouvent donc dans l'image à travers l'esthétisme de la balle de tennis en plein jeu. De plus, cette balle est utilisée au centre d'un spectacle sportif tennistique que l'on peut retrouver dans cette œuvre en sens où l'on suit ce spectacle dans le temps, telle une histoire, telle une planche de bande dessinée.

Ce que j'en déduis : L'artiste a voulu donner une impression d'action au spectateur, de suivre le jeu en même temps qu'il regarde cette affiche. L'esthétisme des effets de la balle et de sa translation se retrouve dans cette image ce qui est en accord avec le contexte de ces années. Suivre « le chemin » de cette balle dans cette bande dessinée peut donner au spectateur une envie de suivre le match, de suivre ce spectacle. De plus, les inscriptions et les couleurs présentent dans cette image rattachent dès lors le spectateur au tournoi de Roland Garros, tournoi du Grand Chelem français.

L'artiste s'est centré sur un moment du jeu, un élément qui est la balle. Outre l'esthétisme des joueuses et des joueurs, l'esthétisme du jeu en lui-même se retrouve dans cette affiche. Cela répond dès lors à la volonté des spectateurs qui est d'assister à un spectacle sportif très esthétique.

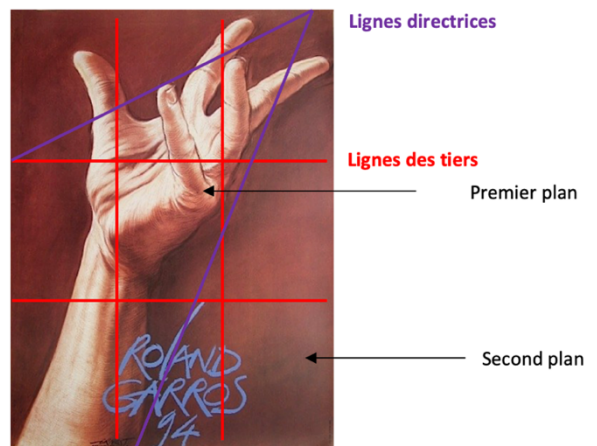
Affiche 1994 :

Nom de l'artiste : Pignon-Ernest

Nature de l'œuvre : Peinture

Lieu de conservation : Galerie Lelong

Ce que je vois : Au premier plan de l'image se trouve une main, paume vers le haut avec la main ouverte. Au second plan se trouve un fond de couleur ocre pouvant rappeler la couleur de la terre battue.



Ce que je sais : La simplicité d'une image permet souvent de faire passer un message simple mais efficace. Ici, juste le geste, un geste simple mais qui veut tout dire. Il n'y a pas de présence de la raquette, pas de présence de la balle mais toujours cette couleur ocre qui renvoie à la terre battue. Ceci peut se raccrocher à l'esthétisme du geste du lancer de balle, le lancer de balle étant primordial au tennis, un bon lancer de balle fait place à un bon service, première arme au tennis qui va permettre au serveur de lancer le jeu et de laisser place au spectacle tennistique, c'est là que tout commence, le point, le jeu, le set, le match.

Selon l'artiste « À la différence de mes prédécesseurs, je ne voulais y figurer aucun signe explicite du tennis. La main est intéressante car elle exprime des sentiments universels sans verser dans l'anecdote d'un visage... Ouverte et tendue, cette main exprime la mise en jeu mais aussi la lutte contre l'apesanteur et le dépassement de soi. »⁶⁷

⁶⁷ Selon un article publié sur le site de la fédération française tennis dans la rubrique « Le Musée »

Ce que j'en déduis : La mise en avant d'un geste simple mais pourtant très explicite permet au spectateur et notamment aux personnes qui apprécient le tennis d'identifier de quoi l'affiche parle. Cette affiche permet d'amorcer le futur spectacle tennistique qui va se produire lors de la quinzaine grâce à un geste simple pourtant si important au tennis, c'est ce lancé de balle qui conditionne le service et ainsi le point. Cette affiche est prometteuse et permet d'attirer les foules autour d'un spectacle sportif, ce qui rejoint les volontés de la fédération comme détaillé précédemment.

Le sport spectacle esthétique reprenant les codes du spectacle en lui-même :

Dans sport spectacle il y a un terme important qui est le spectacle. En effet, certaines affiches utilisent les codes du spectacle et notamment l'ouverture de rideau qui se fait au début de chaque spectacle permettant ainsi de promouvoir le spectacle sportif et esthétique auquel les spectateurs vont pour assister. C'est le cas pour l'affiche de 1982 et celle de 1989 :

Affiche 1982 :

Nom de l'artiste : Jean-Michel FOLON

Nature de l'œuvre : peinture à l'aquarelle.

Lieu de conservation : Galerie Lelong

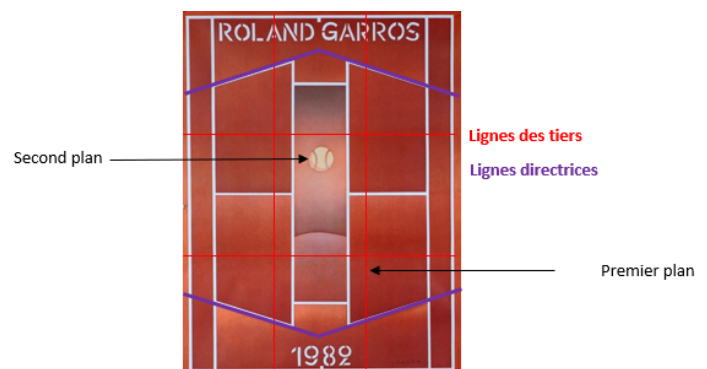
Ce que je vois : Au premier plan, j'observe un terrain de tennis scindé en deux au niveau des deux carrés de service, avec une certaine perspective. Comme s'il y avait un point de fuite qui s'oriente vers le spectateur. Les couleurs de ce terrain sont le blanc et l'ocre. Le terrain de tennis occupe toute l'affiche.

Au second plan, j'observe une balle de tennis qui semble sortir de l'intérieur du terrain.

Ce que je sais : Les lignes d'un terrain de tennis sont tracées en blanc et la couleur de la terre battue si emblématique de Roland Garros, est l'ocre, d'où le nom de la terre d'ocre rappelant l'indicateur du patrimoine de Roland Garros à la française mis en avant précédemment.

Par ailleurs, dans les années 1980, ce qui prédomine, c'est le sport spectacle. Dès lors, Roland Garros devient un temple du sport spectacle tennistique.

De plus, outre les performances sportives, les années 1980 marquent également une période de grands travaux pour le tournoi. Roland Garros accueille de plus en plus de spectateurs et de



joueurs. C'est pourquoi, en 1980, un second central est construit, l'ancien « Court n°1 » détruit à l'issue du tournoi en 2019 laissant place à l'actuel court Simonne-Mathieu.

Ce que j'en déduis : L'affiche souhaite nous faire passer le message suivant : Ouvrir les portes du court vers le tennis, ouvrir les portes de Roland Garros pour assister à un spectacle. La dimension du stade de Roland Garros comme un temple apparaît tant du point de vue national que du point de vue sportif.

Dès lors le terrain est sacralisé, de plus en plus de terrains sont en train d'être construits pendant ces années, notamment face à la massification et l'augmentation du nombre de spectateurs. Ainsi, le terrain a une grande importance dans ces années mais également pour le tennis car il représente la scène sur laquelle va se dérouler les « combats », les matchs.

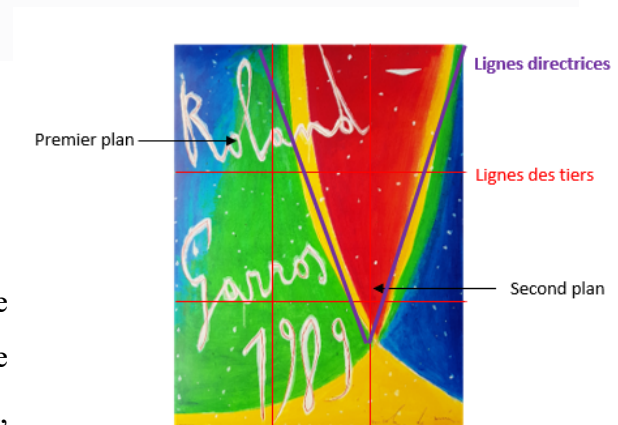
Affiche 1989 :

Nom de l'artiste : Nicola De Maria

Nature de l'œuvre : Peinture

Lieu de conservation : Galerie Lelong

Ce que je vois : Au premier plan, on observe l'inscription « Roland Garros 1989 » en blanc, ce qui fait contraste avec le reste de l'œuvre. En effet, au second plan s'observe des formes triangulaires colorées avec les couleurs primaires de la synthèse additive (en lien avec la lumière : rouge, vert et bleu) et de la synthèse soustractive (en lien avec l'absorption de colorants avec notamment la couleur jaune). Certaines de ces formes se rejoignent en un point dans le tier bas et le tier à droite de l'affiche. Quelques lignes en pointillés blancs viennent habiller l'œuvre.



Ce que je sais : Le peintre Nicola De Maria est notamment connu pour ses peintures abstraites, ce que l'on retrouve directement dans cette affiche. De plus, comme nous l'avons déjà fait remarquer un certain nombre de fois à l'aide des autres affiches de la décennie, les années 1980 sont marquées par la volonté des spectateurs et du tournoi, de mettre en avant un sport spectacle avec à l'affiche les meilleures joueuses mondiales et les meilleurs joueurs mondiaux.

Ce que j'en déduis : Cette œuvre très colorée peut faire penser au spectateur à l'ouverture d'un rideau sur une scène. En effet, les formes colorées qui se rejoignent en un point peuvent faire penser à un rideau qui s'ouvre sur une scène. La scène en question est ici la scène du tournoi de Roland Garros. Dès lors cette affiche peut se rattacher au contexte des années 1980 dans le sens où ces années sont rythmées par un sport spectacle. Cette affiche peut alors donner au spectateur

l'impression de rentrer dans une arène, sur une scène prête à accueillir un combat entre des joueuses et/ou joueurs de tennis, à accueillir un spectacle.

Le sport spectacle et le prestige :

Le sport spectacle et esthétique apparaît d'une autre façon dans l'affiche de 1993. En effet c'est à travers le prestige de la tenue du joueur, du *dress-code* et de la couleur blanche que l'affiche renvoie au prestige du tournoi et du spectacle sportif :

Nom de l'artiste : Jean Le Gac

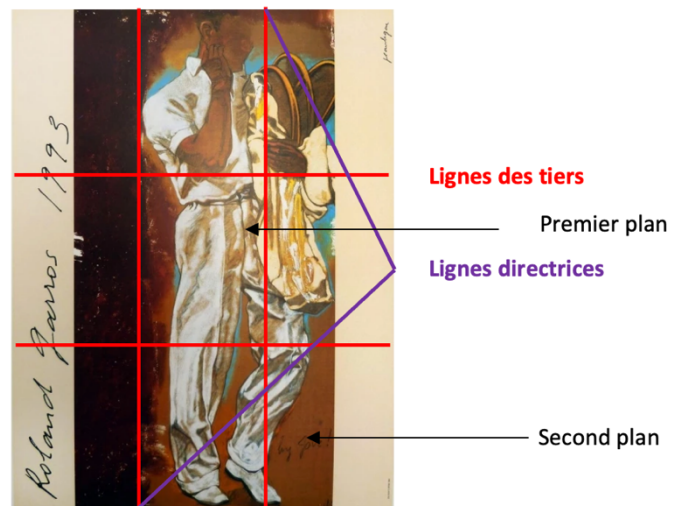
Nature de l'œuvre : Peinture

Lieu de conservation : Galerie Lelong

Ce que je vois : Au premier plan se trouve un joueur de tennis avec ses raquettes en main, dress code en blanc, néanmoins la couleur ocre est très présente renvoyant à la couleur de la terre battue. Ce *dress code* peut se rattacher à une idée de grâce, de prestige comme déjà détaillé dans l'affiche de 1990 et cette volonté de millésimer le tournoi comme expliqué précédemment.

Ce que je sais : Le total-look blanc remonte principalement aux années 90. Le blanc est la couleur, dans la gamme chromatique, dont le sens est sans doute le plus répandu. Sans doute parce qu'il trouve une place symbolique dans la majorité des arts et des religions à travers le monde. En occident, le blanc est souvent associé à la pureté⁶⁸. La couleur blanche peut ainsi rappeler la pureté de l'événement et le transformer en véritable « bijou », un événement de prestige. La présence des raquettes permet au spectateur de comprendre de quoi parle l'image et facilite l'identification.

Ce que j'en déduis : À travers cette image, il y a une réelle volonté de mettre en avant l'événement de Roland Garros comme étant un événement prestigieux, un des quatre tournois les plus importants sur le circuit. Ceci permet donc de mettre en avant le prestige de l'événement et ainsi permet d'attirer les spectateurs qui ont envie d'assister à de précieux matchs de tennis entre les meilleurs joueurs mondiaux et ainsi rappelé l'esthétisme du jeu en lui-même. Il y a



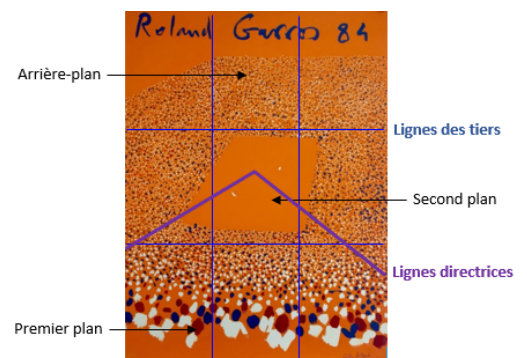
⁶⁸ Mélody Thomas, Petite histoire du total-look blanc, des Suffragettes à Eddie Barclay, article publié dans le magazine Marie-Claire en 2020

donc une nouvelle fois cette volonté d'attirer le spectateur. Cela se ressent également dans la mise en avant du matériel tennistique, ce qui permet au spectateur de s'y retrouver rapidement et de comprendre de quoi l'affiche parle.

Le sport spectacle et les spectateurs :

Enfin, acteur secondaire du spectacle sportif après les joueurs, le spectateur fait partie intégrante de l'engouement que peut provoquer un match. À Roland Garros le spectateur participe à l'ambiance d'un match et constitue également une donnée importante dans l'atmosphère du tournoi. Ce que veut le public c'est assister à ce théâtre sportif et esthétique tout en y participant. Ainsi les affiches de 1984 et 1999 mettent en avant cet acteur qui participe au spectacle.

Dans l'affiche de 1984 déjà détaillée précédemment, le spectateur prend une grande place dans l'affiche quand le match est représenté en petit au centre de l'affiche. Ainsi cette dernière met en avant le rôle important du public dans le spectacle sportif. Comme expliqué auparavant, à travers son affiche l'artiste a pu vouloir donner une impression d'immensité du terrain, une impression de foule, d'un stade



rempli par les spectateurs. Dès lors, ceci renvoie directement au sport spectacle à son apogée durant cette période. Le tennis rassemble un grand nombre de spectateurs autour d'un même terrain. Toutes ces silhouettes reflètent l'immensité du stade mais également la force de rassemblement que peut apporter le tennis autour d'un match. Cette affiche peut donc montrer le prestige du court Philippe Chatrier, la grandeur du stade avec un grand nombre de spectateurs rassemblés autour d'un seul et même spectacle, un match de tennis. De plus, cette affiche renvoie au culte du sport en lui-même, comme si le terrain était un temple de culte où l'on admire une performance physique ou encore ses idoles. Cette affiche renvoie également au caractère religieux du sport et du tournoi dans le sens où il rassemble un certain nombre d'individus autour d'un même culte, le culte de la performance sportive, du tennis.

Affiche 1999 :

Nom de l'artiste : Antonio Ségui

Nature de l'œuvre : Peinture

Lieu de conservation : Galerie Lelong

Ce que je vois : De nombreuses silhouettes sont présentes. Ces dernières regardent toutes au même endroit, ont la tête tournée vers la gauche. La majorité des silhouettes se



Lignes des tiers

Premier plan

Second plan

trouve au second plan mais au premier plan, au centre de l'image, sur une chaise haute se trouve un homme bien habillé avec une cravate. Cet homme est en réalité l'arbitre posté sur sa chaise haute avec le *dress code* obligatoire de l'arbitre.

Ce que je sais : Sur cette affiche, il n'y a pas de présence du joueur, de la raquette, de la balle ou encore de la couleur ocre. Néanmoins, l'image n'en a pas moins représentative du tennis. En effet, au centre de l'affiche et au premier plan se situe l'arbitre, maître du jeu, et derrière lui au second plan se situe le public. Tous regardent dans la même direction, public et arbitre assistent tous au spectacle sportif qu'est le tennis, tous sont absorbés par la beauté et le spectacle que représente le tennis.

De plus, comme indiqué précédemment, nous savons qu'une des volontés de la fédération est de rassembler du public afin de financer la fédération d'une part et de donner envie, à travers le spectacle sportif envié par le public, de donner envie à de nombreuses personnes de se licencier à la fédération.

Ce que j'en déduis : Cet esprit de rassemblement se ressent dans cette affiche, le rassemblement autour du spectacle qu'est le tennis et chacun y assiste à sa manière. Un lien peut se faire avec les volontés de la fédération qui a envie de rassembler du monde dans ce tournoi, rassembler pour, comme expliqué précédemment, permettre à la fédération de vivre et de se développer grâce aux revenus du tournoi et également permettre de donner « l'eau à la bouche » à de potentiels futurs licenciés grâce au spectacle sportif que représente Roland Garros, ce dont les spectateurs sont demandeurs.

L'institutionnalisation :

1- Définition :

L'institutionnalisation correspond à la mise en place d'une politique interne de la fédération. Elle signifie donner un caractère politique à quelque chose ou quelqu'un. Ainsi elle renvoie à faire transparaître dans les affiches de Roland Garros la politique de la fédération et les enjeux de cette dernière comme la volonté d'attirer des spectateurs dans un but, par exemple, de financer la fédération.

2- L'institutionnalisation dans les affiches de Roland Garros :

La politique de la fédération se retrouve de manière constante dans les affiches de 1980 à 1999 (bien que quelques fois moins visible de façon explicite mais présente implicitement) à travers différents aspects et différentes volontés. En effet la politique de la fédération se retrouve beaucoup dans la volonté de rassembler le plus de personnes possibles autour de l'événement et notamment autour du tennis. Cela se ressent dans la volonté de mettre en avant un sport spectacle, un sport qui attire de nombreuses personnes par ses têtes d'affiche (affiche de 1981 avec Bjorn Borg), par la beauté et l'esthétisme du jeu, du joueur en pleine (1983, 1988, 1990, 1994) ce que recherche beaucoup le public. Rassembler dans le but financer la fédération à travers le tournoi et ainsi pouvoir la développer davantage. En effet, rappelons que la fédération française de tennis est une association à but non lucratif donc les revenus reposent essentiellement sur le tournoi de Roland Garros (« Roland Garros irrigue l'ensemble du tennis français, offrant à la Fédération française de tennis (FFT) 85% de ses ressources annuelles »⁶⁹). Cela se ressent également dans la mise en avant du public, premier acteur de la financiarisation du tournoi (affiches de 1984 et 1999). De plus une politique d'ouverture sur le tennis se voit dans les affiches comme dans l'affiche de 1982 dans laquelle peut s'observer une ouverture des portes sur le tennis ou encore dans l'affiche de 1989 comme si des rideaux s'ouvraient sur le spectacle que va représenter le tournoi et donc une ouverture sur le tennis. Ceci dans le but d'attirer du public et pourquoi pas de nouveaux et futurs adhérents à la fédération. Dès lors une volonté d'expansion de la fédération peut se ressentir directement ou indirectement dans les affiches ce qui est en lien avec la politique de la fédération.

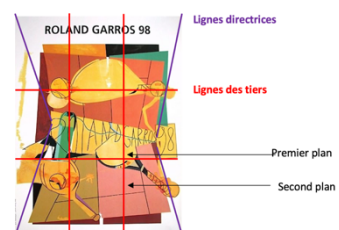
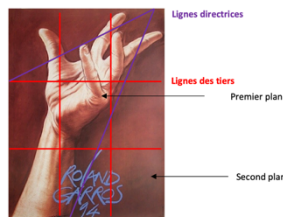
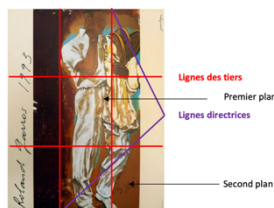
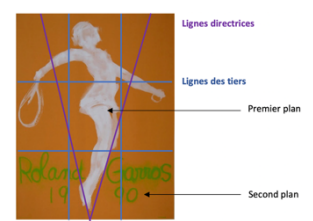
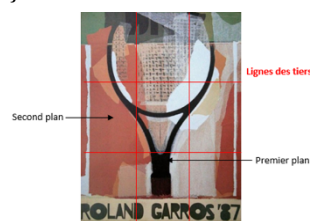
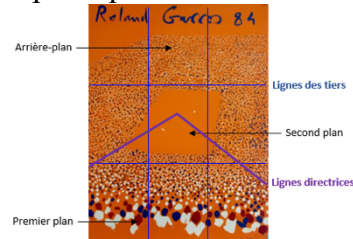
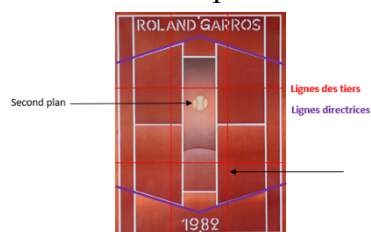
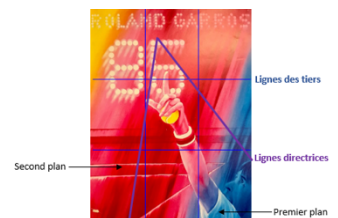
⁶⁹ Information issue de l'AFP, 22/05/2018, *Roland Garros, poumon du tennis français*

Ainsi la politique de la fédération transparait beaucoup dans les affiches de 1980 à 1999 et apparait dans toutes les affiches autrement dit à 20 reprises. En effet, toutes les affiches de Roland Garros de 1980 à 1999 renvoient à un penchant de la politique de la fédération française de tennis :

L'institutionnalisation autour du patrimoine :

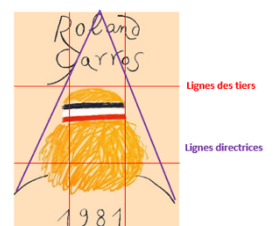
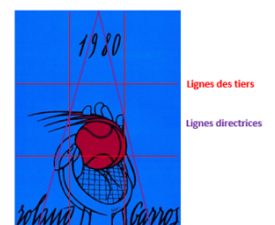
L'utilisation du patrimoine comme expliqué précédemment permet de créer et de donner une identité visuelle au tournoi de Roland Garros et ainsi de s'appuyer sur ce qui fait que Roland Garros est un tournoi si spécial en étant l'un des 4 grands chelems, si prestigieux dans la culture française tennistique mais également internationale afin de promouvoir l'évènement.

Comme indiqué auparavant, en mettant en avant la couleur ocre dans les affiches de 1982, 1984, 1985, 1987, 1990, 1993, 1994, 1996, 1998 le tournoi s'appuie sur son patrimoine dans la volonté de médiatiser l'évènement et ainsi attirer davantage de public en lien avec la politique de la fédération française de tennis.

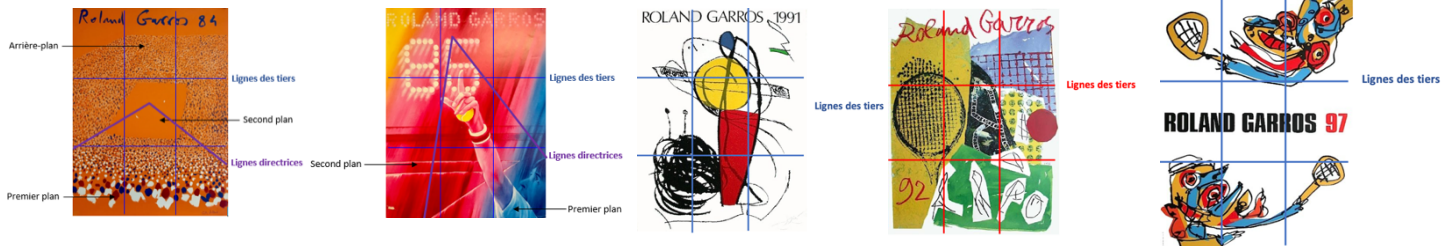


L'institutionnalisation autour du patriotisme :

L'utilisation du patriotisme dans la volonté de rassembler la nation autour d'un spectacle sportif permet, en médiatisant l'évènement, de toucher le public français. En utilisant le bleu, le blanc et le rouge, couleurs du drapeau tricolore français, comme c'est le cas pour les affiches de 1980, 1981, 1984, 1985, 1991, 1992, 1997, un sentiment patriotique ressort des affiches et permet ainsi de toucher davantage de public. Dès lors, la politique de la fédération se ressent



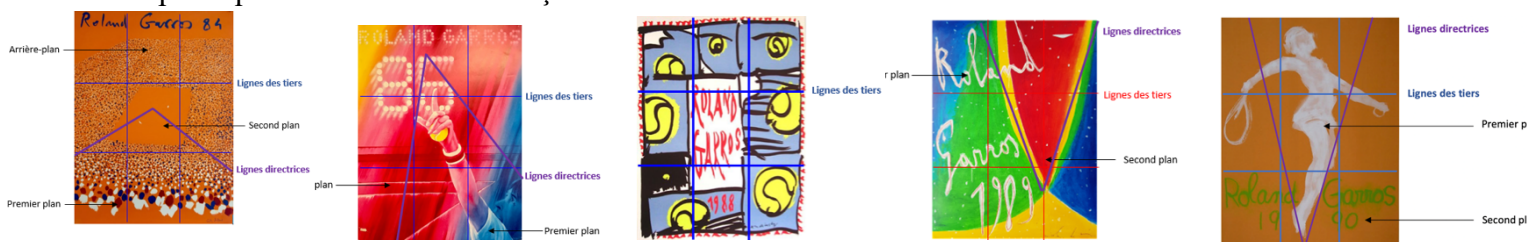
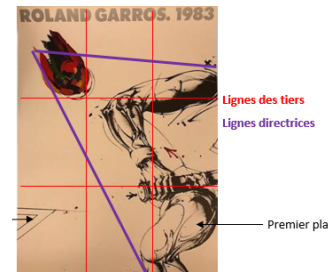
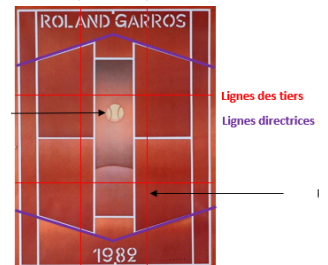
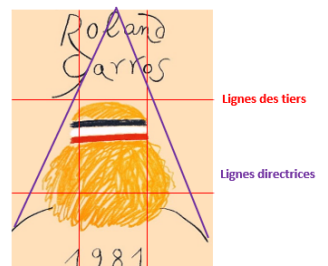
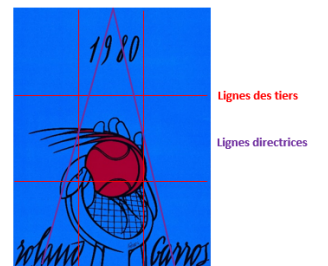
une nouvelle fois dans la volonté de fédérer, de rassembler un public, une nation autour du tennis à Roland Garros et ainsi engranger davantage de revenus qui financent principalement la fédération française de tennis.

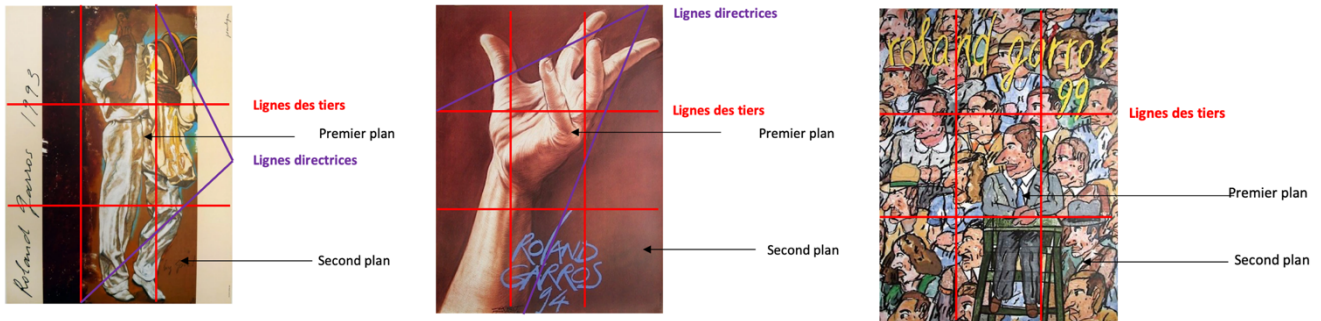


L'institutionnalisation autour du sport spectacle et de l'esthétisme :

Enfin, l'utilisation du sport spectacle esthétique afin de rassembler du public à Roland Garros est un outil majeur dans les affiches de Roland Garros de 1980 à 1999. En effet, comme évoqué précédemment, le tennis a pris une place croissante dans la vie des Français au fur et à mesure des années et notamment des années 1980 à travers la massification du tennis et le sport spectacle. Cette imprégnation des cultures sportives au sein des mentalités françaises se retrouve principalement dans les journaux et cette volonté d'assister à un spectacle sportif et témoigner du beau jeu ne fait qu'augmenter durant ces années. Dès lors, le sport est ainsi progressivement devenu un élément mercantile, qui fait vendre, en notamment le sport spectacle. En mettant en avant ce dont le public à envie de voir à travers le sport spectacle esthétique, la fédération française de tennis mise sur une stratégie afin de rassembler toujours plus de spectateurs et ainsi pouvoir engranger des revenus.

Ce sport spectacle esthétique apparait alors dans de nombreuses affiches sur la période 1980 – 1999 en mettant en avant le beau jeu, l'instant présent dans les affiches de 1980, 1983, 1988 et 1994, le public, l'arbitre, l'immensité du court central rempli de public comme c'est le cas pour l'affiche de 1984 par exemple, le prestige du tournoi à travers l'affiche de 1993 ou encore en utilisant les têtes d'affiches dans les affiches de 1980, 1985 et 1990. Ceci toujours en lien avec la politique de la fédération française de tennis.





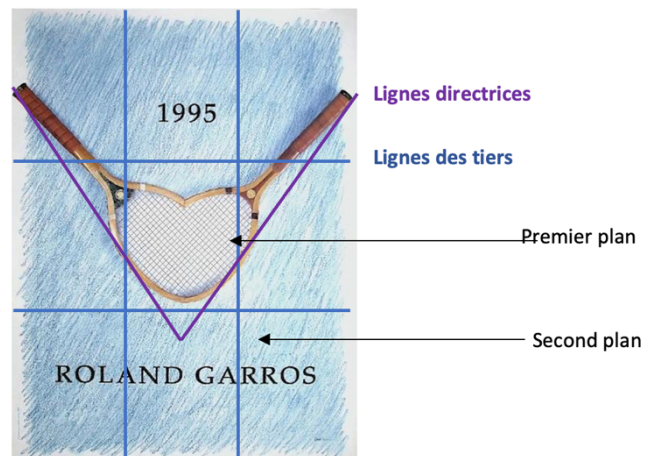
Enfin, la politique de la fédération française de tennis se retrouve dans l’affiche de 1995 prônant ainsi l’amour du sport, l’amour du tennis afin une nouvelle fois de rassembler du public :

Nom de l’artiste : Donald Lipski

Nature de l’œuvre : œuvre hybride

Lieu de conservation : Galerie Lelong

Ce que je vois : Au premier plan se trouve deux raquettes de tennis en forme de cœur ce qui rappelle l’amour du tennis, la passion que représente ce sport pour les professionnels, les joueurs et les spectateurs.



Ce que je sais : La fédération française de tennis (FFT) dans les années 1980 et 1990 avait l’intention de rassembler de plus en plus de personnes, de licenciés autour d’un même sport (objectif encore partagé aujourd’hui). En effet, Philippe Chatrier alors président de la FFT à envie de transmettre son amour du tennis aux français à travers la fédération en essayant d’attirer de plus en plus de licenciés.

Ce que j’en déduis : Cette affiche peut faire passer un message fort que la fédération souhaite faire passer également. L’amour du sport, l’amour du tennis, la passion que représente la discipline, ceci dans l’optique de toucher les amoureux ou futurs amoureux du tennis susceptibles de se licencier à la fédération. Dès lors la politique de la fédération se retrouve encore au cœur des affiches et notamment de cette affiche.

Dès lors nous pouvons en conclure que tous les autres indicateurs présents dans les affiches de 1980 à 1999 le sont au service de ce dernier indicateur, au service de la politique de la fédération dans le but de médiatiser l’évènement et ainsi attirer le plus de personnes possibles. Ceci afin d’engranger davantage de revenus permettant de financer la fédération et participant ainsi à son expansion dans toute la France. La stratégie de la fédération se retrouve alors dans les affiches

de Roland Garros dans le but de promouvoir un tennis à la française autour notamment du patrimoine de Roland Garros, du patriotisme français notamment avec les couleurs du drapeau tricolore ou encore du sport spectacle esthétique (constituant ainsi une partie de nos indicateurs).

D'autres indicateurs secondaires :

Enfin d'autres indicateurs semblaient plus secondaires dans les affiches de Roland Garros de 1980 à 1999 mais sont tout de même intéressants à prendre à compte dans la compréhension de ces affiches :

La mondialisation :

1- Définition :

Le terme " mondialisation " apparaît dans la langue française en 1964 dans le cadre de travaux économiques et géopolitiques ; il signifie l'accroissement des mouvements de biens, de services, de main-d'œuvre, de technologie et de capital à l'échelle internationale (L'industrialisation, ses ressorts réels et son idéologie stimulent la mondialisation de certains marchés et la lutte entre les "marchés" occidentaux et les "marchés" soviétiques⁷⁰).

La mondialisation désigne le processus par lequel les relations entre les nations sont devenues interdépendantes et ont dépassé les limites physiques et géographiques qui pouvaient exister auparavant. La mondialisation revêt plusieurs aspects, en effet, elle touche la politique, l'économie, la culture, la société ou encore l'information. Elle représente l'ouverture des frontières et l'avènement du commerce international, de la délocalisation et de la libre-circulation des hommes et des biens.

2- La mondialisation dans les affiches de Roland Garros :

Sans aucun doute. Le « French Open » est l'évènement sportif français le plus regardé à l'échelle du monde, surpassant même le Tour de France. Le tournoi est retransmis à la télévision dans 180 pays. C'est pourquoi il est intéressant de prendre en compte cette mondialisation.

⁷⁰ PERROUX, Écon., cité par le Trésor de la langue française informatisé, 1964 p.286

En ce qui concerne la mondialisation, nous pouvons observer que, sur plusieurs périodes (1987 – 1992 et 1994 – 1998), cette dernière ne se fait pas spécialement ressentir dans les affiches bien que très présente dans la société de ces années. La volonté était donc peut-être plus tournée vers le patrimoine et ce que représente RG en France et ainsi toucher un public essentiellement français (majoritaire puisque RG se trouve en France). Dès lors cela peut être une stratégie de la fédération pour toucher un public adapté, un public qui pourra adhérer à la fédération et donc à un public français.

Néanmoins cette dernière se fait ressentir à plusieurs reprises dans les affiches suivant une certaine continuité dans le début des années 1980 (1981, 1982, 1984, 1985, ...) et notamment celle de 1986 dans laquelle cette dernière est très présente bien que peu explicite au premier abord. Ceci peut notamment s'expliquer car la mondialisation a une part très importante depuis le début des années 1980. En effet, ces années marquent « l'entrée dans un nouveau monde unifié par le marché, les circulations d'objets, de personnes, d'informations qui arasent les frontières et les différences et le réalignement à l'échelle mondiale des appartenances et des investissements politiques. »⁷¹.

La financiarisation :

1- Définition :

La financiarisation peut se comprendre comme la tentative d'assujettissement de l'ensemble des sociétés aux intérêts des institutions financières et de leurs professionnels (Froud & al., 2000 ; 2006 ; Ertuk et al., 2008). La financiarisation est donc le fait de faire entrer les finances en jeu, le fait de financer.

« La financiarisation pointe le rôle croissant des motivations financières, des marchés financiers, des acteurs financiers et des institutions financières dans le fonctionnement des économies nationales et internationales. »⁷².

2- La financiarisation dans les affiches de Roland Garros :

En ce qui concerne la financiarisation, une continuité peut s'observer dans les affiches de 1981 à 1985 notamment à travers le fait de mettre en avant des têtes d'affiches comme Bjorn

⁷¹ Florian Couveinhes, Blaise Wilfert-Portal, article publié dans le cadre de la Nuit Sciences et Lettres : « Les Origines », qui a eu lieu le 7 juin 2019.

⁷² Gerald EPSTEIN, « Introduction : Financialization and the World Economy », *Financialization and the World Economy*, Cheltenham et Northampton, Edward Elgar, 2005, p. 3-16.

Borg présent sur l’affiche de 1981 ce qui permet de proposer des affiches alléchantes permettant d’attirer les spectateurs mais également à travers la mise en avant du public, premier acteur de la financiarisation du tournoi et donc de la fédération française de tennis (1984 – 1985 et 1999). Cependant, une rupture s’observe de 1986 à 1998 où ce côté financier n’apparaît pas directement dans les affiches de Roland Garros. Néanmoins, d’autres indicateurs qui permettent de promouvoir l’événement dans le but d’attirer le public sont présents dans les affiches.

La professionnalisation :

1- Définition :

Action de se professionnaliser, de devenir une profession. C’est ainsi que le tennis devient une profession. C’est l’état, le caractère de ce qui est rendu professionnel, le fait de devenir un professionnel.

Le tennis est l’un des sports où l’amateurisme a joué longtemps un rôle central⁷³ ce n’est qu’en 1968 que la Fédération française de tennis (FFT) reconnaît officiellement le professionnalisme⁷⁴.

En effet, en 1968, le tennis moderne et professionnel naît véritablement avec le début de l’ère Open. Les quatre tournois du Grand Chelem, rendez-vous majeurs de la saison abandonnent leur statut de tournoi réservé aux amateurs, et ouvrent leurs portes aux joueurs professionnels. Peu à peu, l’ensemble des joueurs de circuit se professionnalise. C’est à partir de cette date que l’on considère le tennis professionnel comme moderne ; l’ère des statistiques et des records commence. Le tennis se popularise et compte plus d’un million de licenciés en France depuis le début des années 1980.

2- La professionnalisation dans les affiches de Roland Garros :

Le caractère professionnel se retrouve également de façon assez continue dans les affiches de Roland Garros mis à part une petite rupture de 1988 à 1993. En effet, notamment depuis le début de l’ère open en 1968 et depuis les années 1980, le tennis devient professionnel. Le professionnel est alors souvent représenté dans les affiches. Cela peut également s’expliquer par le fait que le tournoi de Roland Garros met en avant un sport professionnel en invitant les

⁷³ F. Carpentier, « Aux origines de l’exclusion du tennis des Jeux olympiques. Un conflit institutionnel multiforme dans les années 1920 », *Le Mouvement social*, n° 215, 2006, p. 51-66.

⁷⁴ A.-M. Waser, « Du monopole fédéral au partage du pouvoir sportif : l’exemple du tennis », *Sociétés et représentations*, n° 7, 1998, p. 379-394.

meilleurs joueurs de tennis du monde et donc les meilleurs joueurs professionnels. Ainsi le spectateur assistera à des matchs de haut niveau et donc au meilleur spectacle tennistique possible. Dès lors la volonté de rassembler et d'attirer du public, volonté de la fédération afin de financer cette dernière par exemple, se retrouve et peut ainsi expliquer la présence du caractère professionnel dans les affiches.

Les répercussions des affiches de Roland Garros de 1980 à 1999 pour le tournoi :

La mise en place des affiches de Roland Garros depuis 1980 impulsée par la FFT sous la présidence de Philippe Chatrier faisait donc partie d'une stratégie marketing liée à la politique de la fédération dans le but de la développer davantage en France notamment grâce aux revenus engrangés par le tournoi. Il devient donc intéressant de se demander quelles ont été les répercussions des affiches auprès du public pour le tournoi dans un premier temps puis pour la fédération française de tennis dans un second temps (nourrit en grande partie grâce aux revenus de Roland Garros à 85%⁷⁵).

L'accueil des affiches de Roland Garros auprès du public :

Premièrement, il est intéressant de se demander comment les affiches de Roland Garros ont été perçues et accueillies par le grand public.

Jean Lovera (ancien joueur professionnel et à l'origine de la première affiche en 1980) dans un entretien pour le magazine Courts, magazine Courts n°9, automne 2020 :

« L'idée est d'amener une constance liée à l'événement et un renouvellement. Il y a une dynamique forte. Depuis que l'on a commencé, il y a eu des rejets et pas mal de critiques tout de même. Je me rends compte avec le recul que le fait de parler du tournoi à travers l'art n'a pas plu à tout le monde. Mais l'affiche est aussi là pour faire parler, pour promouvoir l'évènement, donc ce n'est pas une mauvaise chose. »⁷⁶

L'affiche est donc un réel outil de promotion de l'évènement et fait parler d'elle, peu importe la façon, tant qu'elle fait parler d'elle, elle fait parler du tournoi, et c'est ce qui est recherché par la Fédération Française de Tennis.

⁷⁵ Information issue de l'AFP, 22/05/2018, *Roland Garros, poumon du tennis français*

⁷⁶ Jean Lovera dans un entretien pour le magazine Courts, magazine Courts n°9, automne 2020

Selon lui, « une bonne affiche doit surprendre, éveiller l'intérêt, faire transparaître une facette du tournoi. » et « il y a toujours un angle d'attaque lié au tennis, au tournoi ou à la terre battue. »⁷⁷

« C'est arrivé à de nombreuses reprises, depuis plus de quarante ans, que l'artiste joue sur la matière de la terre battue, sur les couleurs, les lumières, les détails. »⁷⁸

Répercussions des affiches sur la fédération... :

Entre 1978 et 1993, la croissance des ressources du tournoi s'effectue principalement par l'augmentation des recettes publicitaires (multipliées par 24)⁷⁹ et ce en partie grâce aux affiches de Roland Garros qui permettent de promouvoir le tournoi, ressources qui permettent ainsi de financer en grande partie la fédération française de tennis.

Rappelons que la politique de la fédération française de tennis sous la présidence de Philippe Chatrier était une politique de développement et d'expansion de la FFT dans toute la France. « Face au constat d'une fédération coupée de sa base (Waser, 1995), la « révolution Chatrier » repose sur quatre points clés énoncés dès 1968 : multiplier le nombre de courts et de pratiquants en portant attention au développement du tennis scolaire, doter la fédération d'une structure moderne de gestion, donner plus d'autonomie aux ligues, et préparer les futurs champions en prenant exemple sur le tennis australien soutenu par la fédération. »⁸⁰. S'observe donc une volonté de faire se développer la fédération et pour cela il faut des moyens. Des moyens fournis en grande partie grâce aux revenus de Roland Garros.

En effet, « sous sa présidence, le tournoi de RG devient un outil promotionnel et financier de premier ordre. P. Chatrier arrive à la présidence de la FFT dans un contexte économique et social extrêmement favorable où les classes moyennes en expansion demandent à accéder aux loisirs des élites traditionnelles. Le tennis devient alors un phénomène de société largement diffusé et banalisé sur l'ensemble du territoire français. »⁸¹. Ceci notamment à travers Roland Garros et grâce à ses affiches qui permettent de médiatiser davantage l'évènement.

⁷⁷ Jean Lovera dans un entretien pour le magazine Courts, magazine Courts n°9, automne 2020

⁷⁸ *Ibidem*

⁷⁹ Selon des entretiens réalisés avec la direction de Roland Garros et les comptes fédéraux

⁸⁰ Emmanuel Bayle, La gouvernance de la Fédération Française de Tennis entre 1970 et 2020 : entre autonomie et dépendances dans la relation à la sphère publique, Movement & sport Science – Science & Motricité, article reçu le 12 octobre 2020, accepté le 4 mars 2021

⁸¹ *Ibidem*

Dès lors, « dans un modèle d'organisation du sport français fortement soutenu par l'État et plus largement par la sphère publique, la FFT [...] a en effet construit son modèle économique et d'organisation autour du tournoi de Roland Garros (RG) dont elle est propriétaire exploitant. »⁸² Ainsi, les revenus de la fédération dépendent beaucoup de l'événement Roland Garros, dès lors plus il fera de spectateurs et vendra de billets (entre autres produits dérivés, nourriture lors du tournoi, ...) plus la fédération sera financée et pourra ainsi se développer. La réussite du tournoi fait vivre le tennis dans l'Hexagone⁸³. Ainsi, grâce aux affiches et à l'augmentation de la fréquentation du tournoi (augmentation du nombre de spectateurs : 59 000 en 1970 ; 72 000 en 1975, 153 000 en 1978 et 250 000 en 1980⁸⁴), la fédération française de tennis peut vivre et a pu se développer dans toutes la France.

Ainsi en nourrissant la fédération grâce au tournoi de Roland Garros en grande partie et à sa médiatisation dû en partie aux affiches, cette dernière a pu mettre en place des projets d'expansion. En effet, sous la politique de Philippe Chatrier, c'est aussi la période de l'opération « 5 000 courts », à réaliser en cinq ans, lancée par le Ministère de la Jeunesse et des Sports et la Fédération Française de Tennis. Cette opération prolonge l'action de promotion engagée en 1978 par la convention signée avec la FFT. De plus, c'est dans le cadre fédéral que la diffusion du tennis s'est essentiellement réalisée pendant 100 ans. Et c'est aussi dans ce cadre que se met en place le Plan FFT 2000, qui s'attache à « créer des centres d'initiation pour adultes aussi bien que des écoles de mini-tennis, ou encore à améliorer l'accueil des clubhouses. »⁸⁵.

... Et auprès de la jeunesse et des licenciés :

Rappelons-le, une des volontés de la fédération française de tennis à travers ses affiches était de promouvoir l'événement dans le but de le médiatiser davantage afin d'attirer de plus en plus de spectateurs. L'idée de rendre le tournoi attrayant fait en réalité partie de la stratégie de la fédération afin d'engranger davantage de revenus. En effet, la fédération française de tennis repose à 85% sur les revenus du tournoi de Roland Garros⁸⁶. Ainsi en faisant se déplacer plus de spectateurs, la fédération peut se développer davantage et ainsi attirer de plus en plus de

⁸² Emmanuel Bayle, La gouvernance de la Fédération Française de Tennis entre 1970 et 2020 : entre autonomie et dépendances dans la relation à la sphère publique, *Movement & sport Science – Science & Motricité*, article reçu le 12 octobre 2020, accepté le 4 mars 2021

⁸³ Bertrand Pulman, Roland Garros ou les enjeux d'un événement sportif mondialisé, *Tribune* du 23 mai 2013

⁸⁴ Archives Le Monde, Championnats Internationaux de France, Une nouvelle jeunesse pour Roland-Garros, 27 mai 1980, p. 1.

⁸⁵ Lettre de C. Bimes, Président de la Fédération Française de Tennis, envoyée à tous les licenciés, le 18 février 1994)

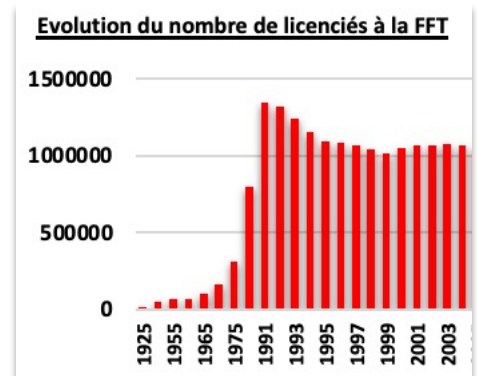
⁸⁶ Information issue de l'AFP, 22/05/2018, *Roland Garros, poumon du tennis français*

licenciés. Comme évoqué précédemment, c'est notamment auprès de la jeunesse que la fédération se tourne afin d'attirer toujours plus de personnes à venir pratiquer et se licencier à la fédération française de tennis. De plus, là où il va être intéressant de s'adresser à la jeunesse c'est que tous les champions sportifs ont commencé leur pratique en étant très jeunes. Ainsi en s'adressant à la jeunesse il sera possible de former, pourquoi pas, de futurs champions.

Cependant, quelles sont les conséquences et les bienfaits des affiches de Roland Garros et du tournoi sur le nombre de clubs de tennis et de licenciés à la fédération française de tennis sur ces années ?

L'originalité du tennis par rapport aux autres sports, c'est son développement explosif à partir de 1975. En 10 ans les effectifs ont été multipliés par 5. Aucun sport n'a connu un tel développement. Cette passion du tennis gagne des pratiquants un peu partout en France y compris dans les départements ruraux. La croissance des licenciés entre 1977 et 1982 est de 19,2 % par an pour la France entière⁸⁷. Ainsi le nombre de licenciés tennis passe de 435 000 à 1 048 000. Il faut parler d'une explosion du tennis en France. Entre 1977 et 1987, le nombre total de licenciés est passé de 435 000 à 1 343 000, soit une augmentation de 213,5 %. Le rapport des licenciés à la population totale a triplé en 13 ans⁸⁸.

En 1980, la fédération française de tennis compte parmi elle 801 054 licenciés pour 4 822 clubs⁸⁹. En 1991 le nombre de licenciés était de 1 339 409 pour 10 224 clubs soit une augmentation de plus de 530 000 licenciés pour deux fois plus de clubs. Puis le nombre de licenciés et de clubs à environ stagné entre 1992 et 1994 (1 148 683 licenciés pour 10 043 clubs en 1994). Enfin entre 1995 et 1999 le nombre de licenciés a légèrement diminué avec un peu plus de 1 000 000 de licenciés sur ces années et un petit peu moins que 1000 clubs. Néanmoins ce nombre est resté sensiblement le même depuis 1995.



Source : Fédération Française de tennis sur www.fft.fr

Les affiches de Roland Garros pour se démarquer des autres tournois du grand chelem :

Il est également intéressant de prendre en compte que Roland Garros est le seul grand chelem à réaliser chaque année une nouvelle affiche. Ainsi le tournoi permet de se démarquer en

⁸⁷ ROLLAN, Françoise ; RENEAUD, Martine. Tennis : Pratiques et société. Nouvelle édition [en ligne]. Pessac : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, Chapitre IV. Les étapes de la diffusion du tennis en France 1913-1992, **Première partie. Le tennis en France : du jeu aristocratique à la pratique banalisée**, 1995, p.67-90.)

⁸⁸ *Ibidem*

⁸⁹ Selon les chiffres de la Fédération Française de tennis sur www.fft.fr

promouvant un tennis à la française à travers ses affiches en jouant sur ses codes, son patrimoine à travers la terre battue et sa couleur ocre si emblématique, son patriotisme à travers le tennis à la française et en mettant en avant un sport spectacle esthétique. Dès lors l'utilisation des affiches de Roland Garros est un véritable business pour le tournoi permettant de le promouvoir et ainsi de permettre l'expansion de la fédération française de tennis dans le pays. L'affiche a donc pour rôle de représenter ce qu'est le tennis à la française toujours dans cette démarche de médiatisation de l'évènement par la volonté de se démarquer des autres tournois du grand chelem.

Ainsi, des suites de toutes nos recherches, nous pouvons maintenant en dégager une problématique que voici :

Problématique :

Nous montrerons que les affiches de Roland Garros depuis 1980 reflètent une volonté de la fédération française de tennis (FFT) de mise en avant d'un sport spectacle esthétique à la française en lien avec les volontés sociétales demandeuses de ce sport spectacle. En effet, au fur et à mesure des années le spectateur est de plus en plus considéré comme un consommateur. Cette fonction de consommation du spectateur est aussi ancienne que le tournoi néanmoins il est possible de constater une augmentation de cette tendance économique à travers les années. En d'autres termes, le contexte sociétale, économique et notamment politique de la FFT est propice au développement d'un sport spectacle esthétique patriotique qui se ressent explicitement ou implicitement au travers des affiches de Roland Garros, et qui passe par une volonté de vendre des billets, des places. Les affiches de Roland Garros démontrent dès lors un business à la française. Néanmoins, le sport spectacle n'est pas le seul élément à être représenté dans les affiches et d'autres éléments attestent d'une volonté du développement du tennis français et ce notamment autour du patriotisme et la volonté de rassembler.

Conclusion :

Pour conclure les recherches qui ont été faites tout au long de ce mémoire nous pouvons retenir que la première affiche de Roland Garros est apparue en 1980 sous l'impulsion de Philippe Chatrier alors président de la fédération française de tennis dans une volonté de renouveau pour le tournoi et la fédération. Cette volonté se manifeste également par une envie

de médiatiser l'évènement dans le but d'attirer de plus en plus de spectateurs au tournoi de Roland Garros et ainsi pouvoir développer la fédération dans l'hexagone ; fédération qui repose en grande partie sur les revenus de Roland Garros. Dès lors, ces affiches vont constituer un réel moyen de médiatisation de l'évènement et un réel outil pour répondre aux volontés de la fédération française de tennis. Ainsi, à travers ses affiches, Roland Garros met en avant différents indicateurs que nous avons pu retenir dans l'analyse des affiches de 1980 à 1999. Ces indicateurs sont présents toujours dans le but d'attirer l'œil, d'attirer un public en lui montrant et offrant ce dont il a envie de voir, ce à quoi il a envie d'assister. C'est notamment le cas à travers l'indicateur du sport spectacle et esthétique mettant en avant la beauté du jeu, le rassembler des foules autour d'un terrain, autour d'un spectacle. Cette volonté de rassembler se retrouve également autour de deux indicateurs, le patriotisme avec l'utilisation des couleurs du drapeau tricolore français et le patrimoine que représente Roland Garros avec la couleur ocre de la terre battue. Ainsi ce qui ressort de ces affiches c'est un véritable business à la française, une vision du tournoi à la française permettant ainsi au tournoi de se démarquer des autres tournois du grand chelem et ainsi attirer un public français ou encore un public attirer par la culture et le tennis à la française. Enfin, ceci se remarque également par l'utilisation du matériel tennistique permettant d'illustrer le propos des affiches et inscrire ainsi un contexte.

Tout ceci se rassemble alors autour d'un indicateur qui est l'institutionnalisation, autrement dit la mise en place d'une politique interne de la fédération française de tennis autour des affiches de Roland Garros pour les utiliser en tant que moyen de communication, de médiatisation de l'évènement dans l'optique d'attirer davantage de spectateurs, de récolter davantage d'argent et pouvoir ainsi financer et développer la fédération dans toute la France.

Enfin, dans ce mémoire, l'analyse des affiches de Roland Garros s'est faite de 1980 (première affiche) à 1999 car à partir des années 2000, la période manque d'acteurs tennistiques permettant de relayer les mêmes émotions que lors de années 1980 et 1990, ce qui explique pourquoi l'analyse s'arrête en 1999.

Bibliographie :

Article dans la revue Stratégies, Roland-Garros, Les artistes montent au filet, 16/05/2003

Article publié sur le site de la fédération française tennis dans la rubrique « Le Musée ».

BAYLE Emmanuel, La gouvernance de la Fédération Française de Tennis entre 1970 et 2020 : entre autonomie et dépendances dans la relation à la sphère publique, *Movement & sport Science – Science & Motricité*, article reçu le 12 octobre 2020, accepté le 4 mars 2021

BAYLE Emmanuel, « *Le Développement de la Fédération Française de Tennis sous la présidence de Philippe Chatrier (1973 – 1993) : un modèle stratégique pour le mouvement sportif et olympique ?* », *Paume et tennis en France – XV^e - XX^e siècle* (dir. CLASTRES Patrick et DIETSCHY Paul), Nouveau monde, 2009.

BAYLE Emmanuel, Les Grands dirigeants du sport : 23 portraits et stratégies de management, Chapitre 9 : Philippe Chatrier à l'épreuve de l'argent dans le sport : une nouvelle doctrine fondatrice pour le mouvement sportif olympique, 2014, p.173 – 188

BOGGIO Philippe, 6 juin 1989, « Potier ou le bonheur de Sophie », *Le Monde*, 845 mots, Paris France.

CARPENTIER Florence, « Aux origines de l'exclusion du tennis des Jeux olympiques. Un conflit institutionnel multiforme dans les années 1920 », *Le Mouvement social*, n° 215, 2006, p. 51-66.

COUVEINHES Florian, WILFERT-PORTAL Blaise, article publié dans le cadre de la Nuit Sciences et Lettres : « Les Origines », qui a eu lieu le 7 juin 2019

CHOMBART Jean-Pierre, THOMAS Raymond, *Le Tennis*, Paris : Presses universitaires de France, 1990, p.3,4.

DION Basile, Les spectateurs au sein d'une arène de sport spectacle : le tournoi de Roland-Garros (1968-2018), 2019.

Entretien avec P. Darmon, ancien n°1 du tennis français et ancien directeur de Roland Garros, proche de P. Chatrier

Entretiens réalisés avec la direction de Roland Garros et les comptes fédéraux

EPSTEIN Gerald, « Introduction : Financialization and the World Economy », *Financialization and the World Economy*, Cheltenham et Northampton, Edward Elgar, 2005, p. 3-16 (traduction libre)

EZVAN Jean-Julien, Les tops et les (nombreux) flops des affiches de Roland-Garros, Publié dans *Le Figaro*, le 20/03/2018

FORESTIER Amandine, L'art et la publicité, in *Marketing, Marques & Innovation*, 15 janvier 2020

GANDILLOT Thierry, Roland-Garros s'affiche, Publié dans *Les Echos* le 19 mai 2010

GARNEAU-BEDARD Jean-François, Le sport-spectacle : élément de construction et de consolidation du sentiment national des canadiens français entre 1945 et 1960, Février 2016.

GENTIL Mélanie, *Art et Pub*, 26 mars 2018

GIRAUDO Alain, 4 juin 1983, « Les Marronniers de Roland Garros », *Le Monde*, 1110 mots, Paris, France.

GRANGE Daniel J., POULOT Dominique, *L'esprit des lieux : le patrimoine et la cité*, Presses universitaires de Grenoble, 1997, p. 30.)

GUILLAIN Jean-Yves : *Quand le sport s'affiche*, 2008

Informations issues de l'AFP, 22/05/2018, *Roland Garros, poumon du tennis français*.

IRIART Elodie, 29 juillet 2019, « *Trois affiches Roland-Garros emblématiques* », article en ligne, www.rolandgarros.com/fr-fr/article/trois-affiches-roland-garros-emblematisques, consulté le 1^{er} mai 2021.

L'art comme objet marketing, Pourquoi les entreprises vont-elles se servir de l'art, 6 février 2013

Lettre de C. Bimes, Président de la Fédération Française de Tennis, envoyée à tous les licenciés, le 18 février 1994)

LOVERA Jean dans un entretien pour le magazine Courts, magazine Courts n°9, automne 2020

Mad Paris, Les arts décoratifs, Petite histoire de l'Affiche Française, [en ligne], consulté le 8 novembre 2021

MATUL Katarzyna, Quand le détail fait signe : le rôle du détail dans la légitimation culturelle de l'affiche, dans *A contrario*, 2014, (n°20), pages 69 à 89.

MORDER Robi. Le lycéen, nouvel acteur collectif de la fin du XXe siècle. In: Lycées, lycéens, lycéennes, deux siècles d'histoire. Paris : Institut national de recherche pédagogique, 2005. pp. 345-359.

MOURLANE Stéphane, TETART Philippe, « La victoire de Yannick Noah à Roland-Garros : ou le rêve déçu d'une icône antiraciste », *Hommes & migrations*, Musée de l'histoire de l'immigration, pp. 105-112, 2016.

PALIERSE Christophe, Tennis : comment la FFT gère sa « Roland-Garros » dépendance, article publié dans *Le Monde* le 24 mai 2013

PARIER Jacques, « La raquette de tennis : quelles évolutions ? », 2015.

PERROUX, Écon., cité par le Trésor de la langue française informatisé, 1964 p.286

POCIELLO Christian, « SPORT (Histoire et société) - Sociologie », Encyclopædia Universalis [en ligne], consulté le 29 décembre 2021.

Podcast : centenaire de le FFT : Podcast 5 – Philippe Chatrier, l’homme tennis, 29 octobre 2021

PULMAN Bertrand, Roland Garros ou les enjeux d’un événement sportif mondialisé, Tribune du 23 mai 2013

PULMAN Bertrand, *Rouge est la terre – Dans les coulisses de Roland Garros*, éditions Calmann-Lévy, 2013, Saint-Amand Morond, France.

RAMBION Myrtille, 18 octobre 2018, « *Le peintre Jacques Monory s’en est allé* », article en ligne, www.rolandgarros.com/fr-fr/article/le-peintre-jacques-monory-sen-est-alle-affiche-roland-garros, consulté le 21 avril 2021.

ROLLAN, Françoise ; RENEAUD, Martine. Tennis : Pratiques et société. Nouvelle édition [en ligne]. Pessac : Maison des Sciences de l’Homme d’Aquitaine, Chapitre IV. Les étapes de la diffusion du tennis en France 1913-1992, **Première partie. Le tennis en France : du jeu aristocratique à la pratique banalisée**, 1995, p.67-90.

SUTTER Michel, LALANNE Denis, *Le Tennis*, Larousse, 1984.

TETART Philippe, « Roland Garros », in CHAUVEAU Agnès, DEHEE Yannick (dir.), *Dictionnaire de la télévision populaire*, Paris, Nouveau Monde, 2007, pp. 417-418.

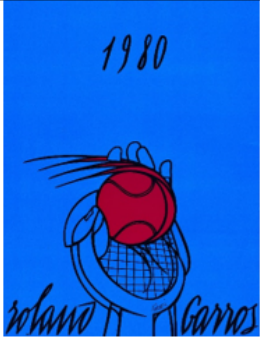
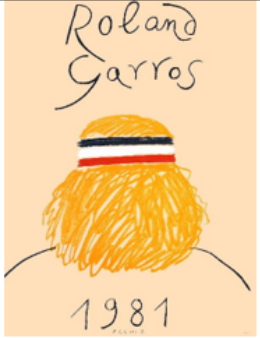

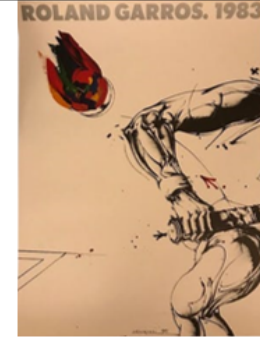


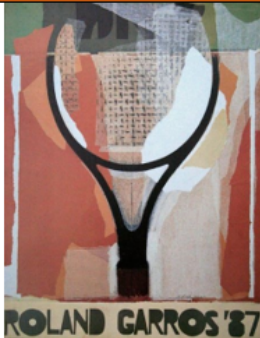





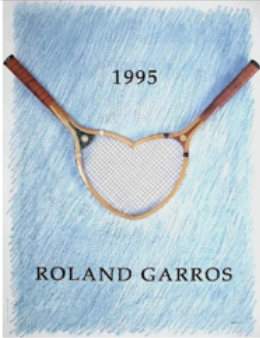




THOMAS Mélody, Petite histoire du total-look blanc, des Suffragettes à Eddie Barclay, article publié dans le magazine Marie-Claire en 2020.



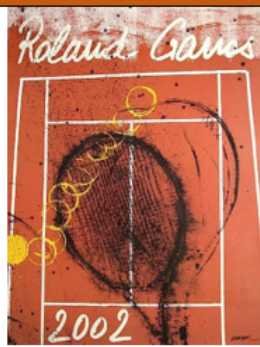




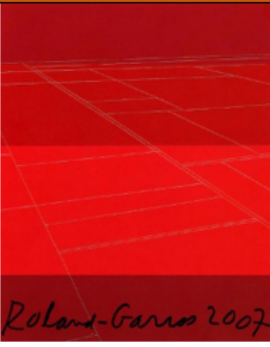


TRAVAILLOT Yves, HAISSAT Sébastien, « Corps sportifs : corps à la mode au féminin depuis les années soixante ? » in *CORPS*, n°2, 2007, p. 19-24.

WASER Anne-Marie, « Du monopole fédéral au partage du pouvoir sportif : l’exemple du tennis », *Sociétés et représentations*, n° 7, 1998, p. 379-394.

WASER Anne-Marie (MCF, Université de Rouen) : « Crise et massification du tennis: années 1970-1980 », 2006.

Annexes :

Années 1980	1980	1981	1982	1983	1984	
						
	Valeria Adami	Eduardo Arroyo	Folon	Vladimir Velickovic	Gilles Aillaud	
	1985	1986	1987	1988	1989	
						
	Jacques Monory	Kollar	Titus Carmel	Pierre Alechinsky	Nicola De Maria	
	Années 1990	1990	1991	1992	1993	1994
						
		Claude Garache	Joan Miro	Voss	Jean Le Gac	Pignon-Ernest
		1995	1996	1997	1998	1999
						
Lipski		Meurice	Saura	Télémaque	Antonio Ségui	

Années 2000	2000	2001	2002	2003	2004
					
	Tapiés	Scully	Arman	Hammond	Humair
	2005	2006	2007	2008	2009
					
	Plensa	Förg	Shepherd	Rainier	Klapheck

Années 2010	2010	2011	2012	2013	2014
					
	Malini Nalini	Bathélémy Toguo	Hervé Di Rosa	David Nash	Juan Uslé
	2015	2016	2017	2018	2019
					
	Du Zhenjun	Marc Desgrandchamps	Vik Muniz	Fabien Verdier	José María Sicilia

2020



Pierre Seinturier

2021



Jean Claracq