

Diables rouges

Le séparatisme hors-jeu ?



Toutes nos publications sont disponibles :

- En *téléchargement*, depuis l'adresse internet de notre asbl :
www.cpcp.be/Études-et-prospectives
- En *version papier*, vous pouvez les consulter dans notre centre de documentation situé :

Rue des Deux Églises, 45 - 1000 Bruxelles

Tél. : 02/238 01 00 - Mail : info@cpcp.be

INTRODUCTION

Après de longues années de disette, notre équipe nationale de football a enfin retrouvé le chemin du succès, avec une qualification pour la Coupe du Monde et une place en quarts de finale. Cette « renaissance » s'est accompagnée d'une liesse nationale dont le pays avait depuis longtemps perdu l'habitude. Marketing, opportunisme ou symbole de l'unité de la Belgique ? Après l'effervescence sportive de ce mois de juin, retour sur un phénomène dont les enjeux semblent parfois sortir des limites du terrain.

Après un bref rappel des faits qui ont vu Diables rouges et supporters renouer leur idylle suite au marasme des années 2000, nous avancerons les différents arguments qui peuvent expliquer ce succès populaire. En aval, nous tenterons d'apporter un éclairage sur les impacts, réels ou fantasmés, que « l'effet Diables rouges » pourrait avoir sur la société belge, voire sur la politique de notre pays. Les Diables rouges seraient-ils le ciment d'une Belgique retrouvée ?





I. LES FAITS

1. La traversée du désert

17 juin 2002, la Belgique quitte la Coupe du Monde en huitièmes de finale après avoir fait trembler l'ogre brésilien, et s'être vue refuser un but de Marc Wilmots pour une raison toujours inconnue. Personne ne se doute alors qu'une attente de douze ans sera nécessaire avant de revoir les Diabes rouges participer à une grande compétition internationale. Pourtant, c'est bien une traversée du désert qui attend le football belge. Euro 2004, 2008 et 2012, Coupes du monde 2006 et 2010, ce ne sont pas moins de cinq tournois majeurs que les supporters belges vont regarder sans pouvoir vibrer derrière leur équipe nationale.

Évidemment, ces contre-performances répétées ont fini par entamer l'enthousiasme du public. Cette baisse relative de l'engouement des supporters a parfois refroidi les chaînes de télévision, en charge de la diffusion des matchs.

En témoignent les difficultés éprouvées en 2006 par l'Union belge dans la quête d'un diffuseur prêt à déboursier le montant des droits télé des Diabes rouges¹. De leur côté, les sponsors ont parfois rechigné à associer leur nom à celui d'une équipe qui enchaînait les mauvais résultats. Fin 2006, Dexia, principal parraineur de l'équipe nationale, choisissait de ne pas renouveler son contrat avec l'Union belge de football², quelques mois seulement après le retrait des marques Peugeot et Continental. Au-delà de leur impact financier, ces faits nous démontrent que, dans un passé encore proche, les Diabes rouges étaient loin de susciter la même ferveur populaire qu'aujourd'hui. Certes, les stades

“ Ces contre-performances répétées ont fini par entamer l'enthousiasme du public. ”

¹ LEMAL, I., « Les Diabes en enfer », *Le Soir*, 21/11/2006, http://archives.lesoir.be/les-diabes-en-enfer_t-20061121-00749T.html?queryand=%E9quipe+nationale+RTL&queryor=diabes+rouges&firstHit=0&by=10&when=-2&begYear=2006&begMonth=01&begDay=01&endYear=2007&endMonth=12&endDay=17&sort=score&rub=TOUT&pos=2&all=52&nav=1, consulté le 06/06/2014.

² « L'Union belge dans la zone rouge », *La Libre.be*, 17/11/2006, <http://www.lalibre.be/economie/actualite/l-union-belge-dans-la-zone-rouge-51b890e0e4b0de6db9aeeccd>, consulté le 06/07/2014.

n'ont jamais été désertés. Mais l'ambiance qui régnait à Anderlecht un soir de Belgique-Kazakhstan en 2006 (0-0), n'était pas comparable avec celle qui a accompagné les matchs des Diables rouges ces deux dernières années.

2. Le retour en grâce

Difficile de dater avec précision le moment où la courbe s'est inversée, où le désamour et les défaites ont fait place aux victoires et à l'engouement populaire. Certains évoquent la victoire 0-2 contre l'Autriche, à Vienne en 2011. D'autres le situent plus tôt, dès 2010, ou plus tard, lors d'un match amical où les Diables rouges infligèrent un cinglant 4-2 aux Pays-Bas. Chaque supporter a sans doute son avis sur cette question, selon ses souvenirs de l'époque. En réalité, ce retour en grâce ne s'est pas fait en un jour, même si certains événements ont pu jouer le rôle d'accélérateurs. Simples amateurs de ballon rond ou observateurs aguerris, nombreux sont ceux qui, depuis quelques années déjà, guettaient l'éclosion de cette jeune et talentueuse génération de joueurs. Le potentiel était présent, seules les victoires se faisaient attendre.

Il s'en était fallu de peu que les Diables ne se qualifient pour l'Euro 2012. Deux ans plus tard, les éliminatoires pour la Coupe du Monde au Brésil se sont apparentées à une marche triomphale, accompagnée d'une ferveur populaire peu commune dans notre pays.

Désormais, les places pour les matchs s'arrachent à une vitesse impressionnante. À l'occasion de la rencontre amicale entre la Belgique et la Colombie, il n'a fallu qu'une demi-heure pour écouler tous les tickets mis en vente sur internet. Les supporters ne se contentent pas de se rendre au stade, ils amènent avec eux leur attirail

noir-jaune-rouge et leurs cordes vocales. Le Stade Roi Baudouin, généralement considéré comme « froid » en raison de sa piste d'athlétisme, est aujourd'hui le théâtre d'une ambiance digne des meilleurs stades de foot. Simultanément, les diffusions des matchs battent des records d'audience. Avec 1,6 millions de téléspectateurs, le huitième de finale contre les États-Unis constitue un record

« Nombreux sont ceux qui, depuis quelques années déjà, guettaient l'éclosion de cette jeune et talentueuse génération de joueurs. »

absolu pour la RTBF³. Si le mystère persiste quant à la somme exacte déboursée par la chaîne publique francophone pour acquérir le droit de retransmettre les rencontres de l'équipe nationale, ces audiences records ne peuvent que réjouir ses dirigeants. Côté sponsor, la marque « Diabes rouges » est redevenue vendeuse. Il suffit d'allumer son téléviseur pour s'en rendre compte, au vu du matraquage publicitaire mettant en scène les stars de l'équipe.

II. RAISONS DU SUCCÈS

1. Les résultats

Il faut bien l'avouer, la pierre angulaire de cette ferveur populaire, c'est bien entendu la victoire. Après de nombreuses années d'incertitude, le potentiel de notre équipe nationale s'est enfin traduit en résultats. Une qualification pour la Coupe du Monde au Brésil après douze ans de disette, il n'en fallait pas plus pour susciter l'enthousiasme de tout un peuple. Le football reste, de loin, le sport le plus populaire dans notre pays et la Coupe du Monde en est la compétition la plus prestigieuse. L'épopée des Diabes au Brésil, c'est un voyage par procuration pour tous les supporters.

“C'est la victoire qui fédère.”

Rodrigo Beenkens

³ « Record absolu d'audience pour le match des Diabes », *L'Echo*, 02/07/2014, http://www.lecho.be/actualite/entreprises_media/Record_absolu_d_audience_pour_le_match_des_Diabes.9519686-3053.art, consulté le 10/07/2014.

2. Une équipe de rêve ?

Au-delà des résultats, c'est également la manière qui a changé. Du temps de ses exploits passés, l'équipe belge misait surtout sur un collectif solide et un engagement physique à toute épreuve. Aujourd'hui, notre équipe nationale compte de nombreuses individualités aux qualités techniques indéniables. Le jeu de l'équipe s'en trouve modifié, il est désormais plus attractif, en théorie du moins. Par ailleurs, la plupart de ces joueurs évoluent dans de grands clubs européens. Ils sont connus de la planète football, certains apparaissent comme des stars. Si notre équipe est alléchante, c'est aussi de par sa qualité « sur le papier ».

“ *L'Union belge de football s'est livrée à un marketing aussi omniprésent qu'efficace.* ”

3. Une communication bien huilée

Longtemps critiquée pour son côté amateur et dépassé, l'Union belge de football s'est livrée à un marketing aussi omniprésent qu'efficace. Ce fut notamment le cas des « défis des Diables ».

À l'approche de chaque match de qualification, les joueurs ont lancé un défi à leurs supporters, leur promettant une récompense en retour. Il y eut notamment cet appel aux plus jeunes leur demandant d'envoyer leurs plus beaux dessins de football. Ces dessins ont par la suite décoré le stade Roi Baudouin lors du match Belgique-Macédoine. Autre défi, récolter 500.000 décibels de cris de soutien à travers des vidéos chargées sur la page Facebook des Diables rouges. Dans le même temps, les réseaux sociaux ont été largement mis à contribution. Le sélectionneur, Marc Wilmots, n'a pas caché son affinité pour twitter tandis que sur Facebook, la page « Belgian Red Devils » est suivie par plus de 750.000 fans. Citons enfin la vidéo réalisée avec l'artiste Stromae, mettant en scène avec humour les joueurs de l'équipe belge. Ces initiatives interactives, au même titre que les innombrables campagnes publicitaires réalisées par les sponsors, ont incontestablement renforcé le lien qui unissait les Diables rouges et leurs supporters. De là à affirmer que ce succès n'est qu'une opération marketing, il n'y a qu'un pas que les plus sceptiques n'hésiteront pas à franchir.

4. Une bonne occasion de faire la fête

Cet aspect pourrait paraître en retrait mais on aurait tort de le négliger. Les victoires des Diabes rouges et les rencontres de Coupe du Monde sont autant d'occasions de se retrouver en famille, entre amis, voire au beau milieu d'une foule colorée pour passer un moment agréable et oublier un temps le quotidien. Les supporters qui se sont massés devant les différents écrans géants installés à travers le pays n'étaient pas tous (des) fans de foot, loin de là. L'ambiance festive qui a accompagné le parcours de l'équipe nationale en a séduit de nombreux novices.

5. La réponse à une véritable attente ?

Plus optimistes, ou plus « belgicains », certains n'hésitent pas à voir dans cet élan populaire la manifestation d'un patriotisme latent. Comme si les victoires des Diabes rouges sonnaient le réveil d'une « belgitude » profondément ancrée dans le cœur des Belges. Un pied de nez aux nationalistes flamands qui démontrerait que l'unité de la Belgique n'avait besoin que d'une étincelle pour retrouver toute sa vigueur. Aux abords des stades, certains commentaires de supporters vont d'ailleurs dans ce sens. D'autres propos laissent cependant penser le contraire. Certains supporters flamands ne cachent pas avoir voté pour la N-VA⁴, sans visiblement y voir une contradiction avec leur attachement aux Diabes rouges.

⁴ DE RATH, R., « Les Diabes rouges vont-ils sauver la Belgique ? », Questions à la Une, 04/06/2014, http://www.rtb.be/info/emissions/article_les-diabes-rouges-vont-ils-sauver-la-belgique-l-argent-va-t-il-tuer-le-football?id=8285125, visionné le 10/06/2014.



III. DU TERRAIN AU SCRUTIN ?

“ *Je suis derrière l'équipe dans laquelle les flamands jouent.* ”

Bart De Wever

Simple « effet Diables rouges » ou manifestation d'un sentiment profond, toujours est-il que la remontée de notre équipe nationale au classement de la FIFA s'est accompagnée d'un certain regain de patriotisme. Les drapeaux belges sont ressortis des tiroirs, la brabançonne est à nouveau chantée dans les stades. Autant de symboles de la Belgique unitaire qui pouvaient paraître désuets, face aux mouvements centrifuges qui agitent notre pays. D'une certaine façon, la Belgique, celle des Diables rouges, celle qui gagne, est redevenue à la mode. En ce sens, l'engouement pour l'équipe nationale a déjà dépassé le sport. Au point de peser sur les événements politiques du pays ?

1. Entre récupération et malaise

À l'approche des élections de mai 2014, certains responsables politiques ont tenté de profiter de cette vague noir-jaune-rouge. Accueillir l'équipe nationale à Zaventem, afficher son soutien lors des matchs, une tactique qui a pu paraître payante aux yeux de ceux-ci, francophones pour la plupart. Côté flamand, on hésite davantage à surfer sur cette vague de « belgitude ». Mis à part Groen, qui a tablé sur la promotion d'une « identité moderne, offensive »⁵, les partis du Nord du pays se sont montrés plutôt discrets sur la question. Voire carrément mal à l'aise dans le cas de la N-VA. À la veille du scrutin, les indépendantistes flamands ont parfois semblé pris entre deux feux : éviter de dénigrer un phénomène populaire sans pour autant soutenir trop ostensiblement un symbole d'unité de la Belgique. Lors de la Coupe du monde, la direction du parti aurait prié ses membres de se limiter à « ils se débrouillent

⁵ DE RATH, R., *op. cit.*

bien »⁶ s'ils devaient évoquer les Diabes rouges. Bart de Wever, quant à lui, avait trouvé la parade : « Je suis derrière l'équipe dans laquelle les flamands jouent »⁷. Tentative de récupération pour les uns, malaise pour d'autres, force est de constater qu'aux yeux des politiques, le phénomène « Diabes rouges » n'est pas nécessairement anodin.

Mais qu'en est-il des principaux acteurs de ce phénomène ? On peut effectivement se demander si les Diabes rouges ont pris conscience de leur pouvoir fédérateur, et, le cas échéant, s'ils ont tenté de s'aventurer sur le terrain glissant de la politique. Pour sa part, l'Union belge a tout fait pour l'éviter, appliquant une distinction stricte entre sport et politique : rendez à César ce qui appartient à César et à Pelé ce qui appartient à Pelé. Les questions tendancieuses des journalistes ont été systématiquement éconduites tandis que les réponses prudentes des joueurs et de l'entraîneur trahissent la présence de consignes en amont. Rien que du football donc ? À quelques rares occasions, cette communication sous contrôle a pourtant fait place à des commentaires plus ambigus. L'épisode le plus marquant reste ce tweet publié par le capitaine de l'équipe, Vincent Kompany, après une victoire 2-0 contre l'Écosse : « La Belgique est à tout le monde, mais ce soir, surtout à nous ». Ce faisant, il parodiait le message de victoire adressé quelques jours plus tôt aux Anversois par leur nouveau bourgmestre, Bart De Wever, au soir des élections communales d'octobre 2012. Le sélectionneur Marc Wilmots avait quant à lui déclaré « L'équipe nationale représente la nation. La politique divise, le sport rassemble (...) »⁸. En résumé, il n'y a jamais eu de volonté officielle et collective de promouvoir une certaine vision de la Belgique. Mais il n'est pas exclu que certains membres de l'équipe aient été tentés, à titre individuel, de profiter du fait que l'impact de leurs prestations pouvait dépasser le cadre strictement sportif.

“ *La Belgique est à tout le monde, mais ce soir, surtout à nous.* ”
Vincent Kompany

⁶ « Les nationalistes doivent espérer une élimination », *La Libre.be*, 03/07/2014, <http://www.la-libre.be/actu/belgique/les-nationalistes-doivent-esperer-une-elimination-53b44456357059db-44cadb5f>, consulté le 15/07/2014.

⁷ DE RATH, R., *op. cit.*

⁸ MOUTON, O., « La marque Belgique cartonne », *Le Vif/L'Express*, 22/03/2012, p. 42-45.

2. Un impact sur le scrutin du 25 mai ?

Si la frontière entre sport et politique a pu être franchie, l'épopée des Diables rouges n'en est pas pour autant devenue un vrai thème de campagne. Les résultats des élections du 25 mai 2014 semblent d'ailleurs infirmer l'idée selon laquelle « l'effet Diables rouges » aurait pu peser sur les élections, au détriment du nationalisme flamand de la N-VA. En Flandre, cette dernière a remporté les élections haut la main avec plus de 30% des voix. C'est vrai, certains diront que la poussée de la N-VA s'est nourrie de l'effondrement du Vlaams Belang. En ce sens, le nationalisme flamand n'aurait pas réellement progressé. On pourrait également déceler dans le succès de Groen (trois sièges supplémentaires au Parlement flamand), une conséquence de son positionnement plus « belge » que celui des autres formations politiques du Nord du pays. Dans les deux cas, y voir la traduction politique de la ferveur populaire qui entoure l'équipe nationale serait pour le moins aventureux... Voter N-VA et supporter les Diables rouges reste tout à fait conciliable, nous l'avons vu. L'impact des résultats des hommes de Marc Wilmots sur le rapport de force politique, aussi difficile à évaluer soit-il, serait finalement dérisoire. Mais il n'y a rien de vraiment étrange à cela. Comme le dit Jean-Michel De Waele, politologue, « si c'est une équipe de gamins qui doit sauver le pays... »⁹.

⁹ DE RATH, R., *op. cit.*



IV. UN NOUVEAU DÉPART POUR LA BELGIQUE ?

1. Un signal timide...

À eux seuls, les Diabes rouges n'ont pas fait mordre la poussière au séparatisme. Cela ne signifie pas nécessairement que la ferveur qui les accompagne soit totalement dénuée d'intérêt. L'équipe en elle-même affiche une certaine modernité à travers ces Flamands, Wallons et Bruxellois qui, pour la plupart, parlent couramment les deux principales langues nationales, à l'heure où les deux communautés semblent inexorablement s'éloigner. En outre, le retour des Diabes rouges sur le devant de la scène sportive internationale a pu rendre aux Belges une certaine fierté, aussi futile qu'elle puisse paraître. L'image d'une Belgique qui gagne peut être porteuse de dynamisme. Enfin, cette effervescence aura ouvert un espace de rencontre entre Flamands et Wallons. Bien entendu, ces rencontres se sont bien souvent limitées à partager quelques verres les soirs de victoire. Ces contacts peuvent donc paraître superficiels. Mais dans un pays où les deux communautés semblent parfois évoluer dans des univers complètement différents, l'occasion de se retrouver autour d'un événement sportif fédérateur constitue sans doute déjà une avancée.

“ L'occasion de se retrouver autour d'un événement sportif fédérateur constitue sans doute déjà une avancée. ”

2. Le sport, réel vecteur d'identité

À plus long terme, les effets potentiels d'une telle ferveur populaire sont bien difficiles à prédire. L'histoire du XX^e siècle regorge d'exemples d'instrumentalisation du sport, et du football en particulier, à des fins identitaires. Avant la chute de l'Union soviétique, les victoires des sportifs de l'Est visaient à démontrer la supériorité du modèle communiste. De son côté, l'Union européenne a longtemps envisagé d'utiliser le sport pour tenter d'inculquer un sentiment

européen encore inexistant¹⁰. Populaire et médiatisé, le sport permet à chaque citoyen, même le plus apolitique, de s'identifier à un groupe à travers les exploits d'une poignée d'athlètes¹¹. Ce pouvoir d'identification est particulièrement présent dans le football. Sport d'équipe, il autorise chacun à se reconnaître dans les caractéristiques de tel ou tel joueur. Mais surtout, il reste le sport le plus populaire du monde. Une identité collective se forgeant aussi, et surtout, en opposition à l'adversaire, c'est bien entendu lors des grandes compétitions internationales, comme la Coupe du Monde, que ce phénomène est le plus visible. Ce pouvoir fédérateur est loin d'être négligeable dans notre monde moderne où les repères traditionnels ont tendance à s'estomper. Selon Jean-Michel De Waele, « l'identification à des équipes nationales constitue certainement aujourd'hui un substitut aux référents identitaires traditionnels en déclin (église, syndicat, ...) et joue dès lors ce rôle de ciment identitaire (...) »¹².

Cependant, un terreau favorable reste nécessaire, en témoigne l'échec de la création d'équipes européennes pour représenter les membres de l'Union dans les grandes compétitions internationales. Ensuite, il faut garder à l'esprit que la cohésion sociale qui s'affiche lors des grands événements sportifs reste éphémère, et ne retrouvera toute sa vigueur qu'à l'occasion d'un autre événement sportif similaire. Aussi puissant soit-il, « le sport ne peut seul transformer une société »¹³. Cette capacité du sport à « créer des identités » mériterait donc d'être nuancée. Car les événements sportifs peuvent aussi être perçus comme les révélateurs des réalités sociales existantes¹⁴.

¹⁰ HUSTING, A., « L'Union européenne contre les identités du football ? », DE WAELE, J.-M. et HUSTING, A., éd., *Football et identités*, Bruxelles, Editions de l'Université Libre de Bruxelles, 2008, p. 121-143.

¹¹ DE WAELE, J.-M. et HUSTING, A., « Football et identités du « Je » au « Nous » en passant par « les Autres », DE WAELE, J.-M. et HUSTING, A., éd., *Football et identités*, (...), p. 8-15.

¹² *Ibidem*.

¹³ DE WAELE, J.-M. et HUSTING, A., éd., *Sport, politiques et sociétés en Europe centrale et orientale*, Bruxelles, Editions de l'Université Libre de Bruxelles, 2005, p. 7-17.

¹⁴ *Ibidem*.

3. Le roi, la loi, le foot ?

Chez nous, il n'y a pas de réelle volonté politique d'utiliser l'équipe nationale pour renforcer un nationalisme belge en déclin. Nous l'avons vu, les tentatives de récupérations politiques sont restées à l'arrière-plan durant la campagne électorale. De son côté, l'Union belge de football s'est bien gardée de s'aventurer sur le terrain politique. De manière générale, le paysage politique belge est bien trop divisé sur la question pour imaginer la mise en place d'une stratégie volontariste de rassemblement national par le sport. Dans ce contexte, la pérennité de ce vent patriotique semble bien reposer sur la capacité de l'équipe nationale à engranger des victoires ainsi que sur l'efficacité du marketing déployé pour fidéliser les supporters.

À ceux qui considèrent que le sport est plutôt un révélateur d'un nationalisme belge durable, on rappellera que de nombreux supporters flamands n'hésitent pas à voter N-VA. À côté, force est de constater que les francophones, traditionnellement plus « belgicains », sont plus enclins à célébrer les Diabes rouges comme symboles de l'unité du pays. Derrière ce qui ressemble à un grand souffle patriotique, se cachent donc aussi la division... et l'opportunisme. Bien sûr, infliger une défaite aux États-Unis ou à la Russie est toujours bon pour la confiance nationale. Les bonnes prestations de l'équipe nationale réchauffent les cœurs et les ego. « Il se fait que la Belgique a soudain un ennemi semblable : l'adversaire des Diabes rouges. Et quand ceux-ci jouent, nous pouvons, sans honte, nous sentir belges... », comme le dit le philosophe Jan Caudron¹⁵. Mais on peut légitimement se demander dans quelle mesure ce sentiment patriotique n'est-il pas superficiel et circonstanciel. En ce sens, il serait davantage une conséquence directe des succès des Diabes rouges qu'une cause profonde de l'ampleur prise par cet élan populaire.

“ *On peut légitimement se demander dans quelle mesure ce sentiment patriotique n'est-il pas superficiel et circonstanciel.* ”

¹⁵ STROOBANTS, J.-P., « En Belgique, l'union nationale passe par les Diabes rouges », *Le Monde*, 30/06/2014, http://abonnes.lemonde.fr/coupe-du-monde/article/2014/06/30/en-belgique-l-union-nationale-passe-par-les-diabes-rouges_4447727_1616627.html, consulté le 05/07/2014.

POUR CONCLURE

Opportunisme ou tendance de fond ? À chaque supporter sa réponse. Toujours est-il que le phénomène « Diabes rouges » a pris suffisamment d'ampleur pour ne pas laisser les politiques totalement indifférents. Malaise à peine dissimulé chez les nationalistes, timides tentatives de récupération pour d'autres, l'épopée brésilienne de l'équipe nationale s'est parfois invitée sur de nouveaux terrains de jeu. Le football n'en est pas pour autant devenu un thème de campagne et les victoires des Diabes rouges ne semblent pas avoir entravé celle de la N-VA.

Preuve que sport et politique ne sont finalement guère liés ? Nombreux sont pourtant les exemples de régimes ayant misé sur le sport comme vecteur d'identification nationale. Le potentiel fédérateur du sport le plus populaire du monde ne doit donc pas être sous-estimé. Sauf qu'en Belgique, il n'existe aucune volonté politique de jouer cette carte tandis qu'une grande partie des supporters semblent bien faire la part des choses. Sur la durée, il n'est toutefois pas totalement exclu que la communion entre les Diabes rouges et leur public puisse redonner quelques couleurs au sentiment national belge, voire contribuer à rapprocher quelque peu les deux principales communautés du pays.

Mais qu'en sera-t-il si, par malheur, les résultats ne sont pas au rendez-vous ? L'appétit du supporter belge a bien grandi ces derniers temps. Les attentes sont d'autant plus grandes que les meilleures années seraient encore à venir, selon certains observateurs du moins. Au Brésil, atteindre les quarts de finale était une victoire mais désormais, il en faudra plus pour rassasier les supporters. Parallèlement, il faudra continuer à soigner la communication de l'équipe, sous peine de déprime « post-mondial ». En ce sens, espérons que le rendez-vous manqué des Diabes rouges avec leurs supporters à l'occasion de leur retour sur le sol belge ne restera qu'un accident de parcours.

BIBLIOGRAPHIE

- « L'Union belge dans la zone rouge », *La Libre.be*, 17/11/2006, <http://www.lalibre.be/economie/actualite/l-union-belge-dans-la-zone-rouge-51b890e0e4b0de6db9aecccd>, consulté le 06/07/2014.
- « Les nationalistes doivent espérer une élimination », *La Libre.be*, 03/07/2014, <http://www.lalibre.be/actu/belgique/les-nationalistes-doivent-espérer-une-élimination-53b44456357059db44cab5f>, consulté le 15/07/2014.
- ARCHAMBAULT, F., « Sport et identité nationale », *Cahiers français*, n°320, mai-juin 2004, http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/bris/3303330403204/3303330403204_EX.pdf, consulté le 09/06/2014.
- BREBANT, F., « Diabes rouges : un business d'enfer », *Trends.be*, 18/10/2012, <http://trends.levif.be/economie/actualite/entreprises/diabes-rouges-un-business-d-enfer/article-4000195607777.htm>, consulté le 05/07/2014.
- DE RATH, R., « Les Diabes rouges vont-ils sauver la Belgique ? », *Questions à la Une*, 04/06/2014, http://www.rtf.be/info/emissions/article_les-diabes-rouges-vont-ils-sauver-la-belgique-l-argent-va-t-il-tuer-le-football?id=8285125, visionné le 10/06/2014.
- DE WAELE, J.-M. et HUSTING, A., éd., *Football et identités*, Bruxelles, Editions de l'Université Libre de Bruxelles, 2008.
- DE WAELE, J.-M. et HUSTING, A., éd., *Sport, politiques et sociétés en Europe centrale et orientale*, Bruxelles, Editions de l'Université Libre de Bruxelles, 2005.
- GOVAERT, S., « Même le sport ne rassemble plus les Belges », *Le Monde diplomatique*, janvier 1997, <http://www.monde-diplomatique.fr/1997/01/GOVAERT/4516>, consulté le 30/06/2014.

- LIOTARD, P., « Le sport au secours des imaginaires nationaux », *Quasi-modo*, n°3-4, 1997, p. 9-31,
<http://www.revue-quasimodo.org/PDFs/3-4%20-%20Liotard%20Sport%20ImaginairesNationalisme.pdf>, consulté le 14/06/2014.
- MOUTON, O., « La marque Belgique cartonne », *Le Vif/L'Express*, 22/03/2012, p. 42-45.
- STROOBANTS, J.-P., « En Belgique, l'union nationale passe par les Diables rouges », *Le Monde*, 30/06/2014,
http://abonnes.lemonde.fr/coupe-du-monde/article/2014/06/30/en-belgique-l-union-nationale-passe-par-les-diables-rouges_4447727_1616627.html, consulté le 05/07/2014.
- TANGHE, N., « Als je wint, heb je vrienden », *De Standaard*, 11/09/2012,
http://www.standaard.be/cnt/dmf20120910_00291306, consulté le 10/07/2014.

Auteur : Jean-François Boulet

DÉSIREUX D'EN SAVOIR PLUS !

Animation, conférence, table ronde... n'hésitez pas à nous contacter,
Nous sommes à votre service pour organiser des activités sur cette thématique.

www.cpcp.be



Avec le soutien du Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles



Centre Permanent pour la Citoyenneté et la Participation

Rue des Deux Églises 45 - 1000 Bruxelles

Tél. : 02/238 01 27

info@cpcp.be

© CPCP asbl - 2014