

Les supporters français de football sont-ils sensibles à l'incertitude du résultat ?

Are French Football Fans Sensitive to Outcome Uncertainty?

Luc Arrondel* et Richard Duhautois**

Résumé – L'hypothèse que l'équilibre compétitif augmente l'utilité des supporters, soit leurs dépenses et donc les revenus des clubs professionnels, est au cœur de l'économie du sport en général, du football en particulier. Cette notion d'équilibre compétitif est mise en avant pour justifier les décisions des ligues professionnelles pour changer les règles des compétitions ou la distribution des droits TV. Mais comme le montre la littérature empirique, la relation entre équilibre compétitif et demande des supporters est loin d'être évidente. Dans cet article, nous nous intéressons à l'équilibre compétitif tel qu'il est perçu par les supporters. Pour la Ligue 1, il s'explique par une incertitude de moyen et de long terme alors que pour la Ligue des champions, il s'agit d'un suspense de long terme. L'incertitude du résultat est loin d'être le seul facteur explicatif de la demande de football puisqu'environ 30 % des supporters se déclarent prêts à suivre les matches même dans le cas où il n'y aurait plus aucun suspense.

Abstract – *The idea that competitive balance increases the utility of fans, and therefore their spending and the revenue of professional clubs, lies at the heart of sports economics in general and the economics of football in particular. This notion of competitive balance is often invoked to explain the decisions of professional leagues to change the rules of competitions or the distribution of TV rights. However, the empirical literature shows that the relationship between competitive balance and fan demand is far from obvious. In this paper, we examine the idea of competitive balance as perceived by football fans. In the case of Ligue 1, it is mainly explained by medium- and long-term uncertainty, while in the case of the Champions League it is more a matter of long-term suspense. But uncertainty over the outcome is far from being the only factor explaining the demand for football since around 30% of fans report that they would always be willing to attend or watch games even in the hypothetical case that there is no suspense left.*

Codes JEL / JEL Classification : D12, L83

Mots-clefs : équilibre compétitif, hypothèse d'incertitude du résultat, demande de football

Keywords: *competitive balance, uncertainty of outcome hypothesis, demand for football*

* CNRS, PSE (luc.arrondel@ens.fr) ; ** CNAM-Lirsa et CEET (richard.duhautois@ecnam.net)

Les auteurs remercient particulièrement J. Le Bail du quotidien L'Équipe qui leur a permis de réaliser l'enquête utilisée dans cet article. Les remarques de deux rapporteurs anonymes nous ont été particulièrement utiles.

Reçu le 22 juillet 2018, accepté après révisions le 12 juillet 2019.

Citation : Arrondel, L. & Duhautois, R. (2019). Are French Football Fans Sensitive to Outcome Uncertainty? *Economie et Statistique / Economics and Statistics*, 513, 5–26. <https://doi.org/10.24187/ecostat.2019.513.2001>

L'hypothèse d'incertitude du résultat (*uncertainty of outcome hypothesis* – UOH en anglais) est une hypothèse centrale de l'économie du sport depuis les années 1950 (Rottenberg, 1956) pour expliquer la « consommation » de sport des spectateurs. L'idée est que les championnats où les compétitions déséquilibrés – par exemple lorsqu'une équipe est plus forte que toutes les autres – ont un effet négatif sur la « demande » des supporters, entraînant une baisse de la fréquentation des stades et du nombre de téléspectateurs, et en conséquence, une baisse de revenu pour les clubs. Cette notion d'équilibre des compétitions est connue sous le nom « d'équilibre compétitif » (*competitive balance*). Neale (1964) distingue l'incertitude du résultat au niveau du match (le paradoxe Louis-Schmeling¹) et l'incertitude du résultat d'une compétition (par exemple le championnat de France de football de Ligue 1, qu'il appelle « *League Standing Effect* » qu'on peut traduire par « effet de classement ») : si les équipes dans un championnat sont de force égale, il y a régulièrement des changements dans le classement, augmentant l'intérêt des spectateurs et par conséquent les revenus.

La plupart des études empiriques concernant le football professionnel ne trouvent cependant aucun lien entre incertitude du résultat et demande des supporters (voir en annexe 1 un recensement annoté des études). Ainsi, par exemple, on observe que les stades sont bien remplis en Angleterre et en Allemagne, et relativement vides en France et en Italie sans qu'on puisse y trouver un lien avec l'équilibre compétitif des championnats : c'est en France où l'incertitude était la plus importante jusqu'au rachat du Paris Saint-Germain Football Club (PSG) par le Qatar (Andreff, 2014, 2018).

La première raison est que l'attractivité des compétitions dépend de leur fonctionnement (encadré 1). En effet, il existe des ligues ouvertes, avec système de promotions-relégations (comme les championnats de football européens) et des ligues fermées, sans un tel système (comme les

1. L'idée du paradoxe vient des faits suivants : lorsqu'après une série de victoires écrasantes le boxeur Joe Louis connaît face à Max Schmeling la première défaite de sa carrière professionnelle en 1936 (après 23 victoires consécutives), l'intérêt autour du boxeur américain va paradoxalement rapidement augmenter, et ses revenus également.

ENCADRÉ 1 – L'organisation du football en France et Europe

Les compétitions nationales de football en France – comme toutes celles en Europe – sont organisées de manière pyramidale. Une de leurs caractéristiques est le système de promotions (les montées d'équipes dans la division supérieure) et de relégations (les descentes d'équipes dans la division inférieure). On appelle ces compétitions des « ligues ouvertes » par opposition aux « ligues fermées » nord-américaines dans lesquelles le système de promotions-relégations n'existe pas. Il fait place aux systèmes de *salary cap* (plafond salarial) et à la *draft* (incorporer) qui permettent de rééquilibrer les équipes d'une saison sur l'autre. Même si le *salary cap* et la *draft* ont des règles spécifiques dans les différents sports, leur but est le suivant : d'une part, que la masse salariale de chaque franchise (équipe) soit équivalente et d'autre part choisir les meilleurs joueurs lorsqu'on a fini dernier de la compétition.

Le nombre de promus et de relégués dans les différents championnats européens n'est pas identique à chaque niveau de la hiérarchie et a changé de nombreuses fois au cours du temps. En France, dans les deux plus hautes divisions (Ligue 1 et Ligue 2), tous les clubs ont un statut professionnel obligatoire : la plupart sont des sociétés anonymes sportives professionnelles (SASP), statut créé à la fin des années 1990 qui permet notamment de distribuer des dividendes. Dans les grands championnats européens, les premières et deuxième divisions sont le plus souvent les divisions professionnelles. En Angleterre, les quatre premières divisions sont professionnelles et la plupart des clubs sont des sociétés depuis le début du professionnalisme en 1888.

Viennent ensuite les divisions du football amateur avec des clubs à statut associatif et des joueurs non professionnels. En France, à partir de la saison 2017-2018, les divisions nationales amateurs s'appellent dans l'ordre le championnat National 1, le championnat National 2 (ancien championnat de France amateur, CFA), et le championnat National 3 (ancien CFA 2). La plupart des clubs de ces championnats ont le statut amateur. Seuls les clubs qui descendent de Ligue 2 à National 1 peuvent garder leur statut professionnel pendant deux ans. Ils redeviennent des clubs amateurs s'ils ne réussissent pas à remonter en Ligue 2 au bout de deux saisons. En deçà du niveau national, les compétitions s'effectuent au niveau régional, gérées par les ligues de chaque région, et au niveau départemental, gérées par les districts départementaux. Une réforme de l'organisation s'est achevée lors de la saison 2018-2019.

Les compétitions internationales européennes – la Ligue des champions et la Ligue Europa – sont réservées aux équipes des différentes compétitions nationales ayant remplies certains critères sportifs : vainqueurs du championnat et des coupes nationales, ainsi que les mieux classés du championnat (le nombre varie en fonction des pays). Étant donné le nombre important d'équipes, il y a des tours préliminaires avant les phases finales. Les phases finales s'organisent en deux temps : d'abord un mini championnat dans un groupe de quatre équipes (chaque équipe joue six matchs en aller-retour) et ensuite pour les deux premiers de chaque groupe, des matchs à élimination directe (en aller-retour), à partir des 8^e ou des 16^e de finales.

championnats nord-américains). Dans les ligues fermées, la proximité d'équipes d'une même ville dans des ligues concurrentes permet aux consommateurs de changer de stade si l'incertitude du résultat diminue. Dans le football européen, la concurrence entre ligues est moins prégnante car elles sont hiérarchisées (Ligue 1, Ligue 2, National, etc.). Surtout, les équipes dans les mêmes villes en Europe se sont souvent construites sur des oppositions de classe ou religieuses, ce qui, « moralement », interdit aux supporters de « changer » de club (Kuper & Szymanski, 2018). La seconde raison est que la demande des fans de football ne se résume pas à un comportement de pur consommateur : ils préfèrent voir leur équipe favorite gagner (Buraimo & Simmons, 2008) et voir une équipe de renom même si elle est beaucoup plus forte (Pawlowski & Anders, 2012).

D'une manière générale, en dehors de l'incertitude, la littérature identifie cinq facteurs potentiels qui influencent la demande de football (Caruso *et al.*, 2019).

(1) La performance sportive : plus l'équipe est performante, plus il y a de monde au stade.

(2) La qualité des matchs : meilleures sont les deux équipes, plus il y a de spectateurs. Ainsi, plus on descend dans la hiérarchie sportive et moins il y a de monde au stade.

(3) Le confort : plus les stades sont neufs, plus les supporters se déplacent ; ils sont également sensibles aux conditions climatiques et à l'heure programmée des rencontres.

(4) Le prix, même si la sensibilité des fans aux prix des places dépend des équipes qui jouent.

(5) La diffusion des matchs à la télévision : si la diffusion peut faire concurrence à la fréquentation des stades, la demande globale a fortement augmenté depuis la massification des retransmissions des matchs dans les années 1990.

Une des caractéristiques de l'ensemble des études sur l'effet de l'incertitude sur la demande de football est que l'incertitude est mesurée par des données *a priori* sur les matchs et les équipes et non sur les perceptions des supporters (encadré 2). Pour cela, il faut des enquêtes et les informations concernant la « consommation » de football sont longues et difficiles à administrer. Ainsi, Pawlowski (2013) a fait passer environ 1 000 entretiens pendant deux mois dans six stades et quelques bars en Allemagne avec un nombre de questions limité. L'incertitude du résultat est alors mesurée subjectivement, telle qu'elle est perçue par les fans. Ses résultats montrent que les supporters sont sensibles à l'incertitude et qu'ils pensent qu'en Allemagne le championnat de football de première division est assez équilibré pour continuer d'aller au stade ou de regarder les matchs à la télévision.

Pour mieux comprendre les comportements des supporters de football en France, nous avons réalisé une enquête originale à la fin de la saison 2015-2016. Le questionnaire a été mis en ligne fin mai sur le site du quotidien sportif *L'Équipe* (lequipe.fr) et nous avons enregistré plus de 22 000 réponses. À partir des informations collectées dans cette enquête, nous analysons – pour la première fois avec des données françaises – ce qui explique l'équilibre compétitif perçu par les supporters. Cet équilibre compétitif peut

ENCADRÉ 2 – Les différentes mesures de l'incertitude

L'équilibre compétitif (EC) et l'hypothèse d'incertitude du résultat (UOH) sont étroitement liés et sont souvent traités comme interchangeable, à quelques différences près. L'UOH est traitée comme un concept *ex ante* tourné vers l'avenir, défini en termes de distribution de probabilité des résultats possibles. En revanche, l'évaluation de l'EC repose généralement sur des mesures rétrospectives. Mais la principale différence entre les deux notions se situe dans le court terme : il y a une dimension plus marquée sur l'incertitude des matchs ainsi que sur l'incertitude au cours de la saison.

Comme nous le soulignons dans le texte, différentes dimensions temporelles sont pertinentes pour mesurer l'UOH : le court terme, le moyen terme et le long terme.

L'incertitude de court terme est la dimension la plus fréquemment examinée. Sa mesure s'appuie sur deux sources d'information principales : les statistiques sur les performances relatives des deux équipes avant un match ou les cotes des paris sportifs (voir annexe 1).

L'incertitude de moyen terme est le degré d'incertitude au sein du championnat : la victoire en championnat, les qualifications pour les compétitions européennes et la relégation. Sa mesure s'appuie sur des indicateurs de concentration comme l'indice de Gini.

L'incertitude de long terme fait référence à la domination à long terme d'une équipe ou d'un petit nombre d'équipes. Sa mesure est basée sur des indicateurs comme l'indice de Herfindahl-Hirschman, la variation des indicateurs de Gini, etc.

concerner le court terme (l'issue d'un match), le moyen terme (l'issue d'un championnat lors d'une saison) ou le long terme (la récurrence des vainqueurs des compétitions).

Nos résultats montrent que :

- les supporters estiment que le suspense des championnats est différent selon les compétitions ;
- sans aucune incertitude, environ 30 % des personnes interrogées continueraient d'aller au stade ou de regarder les matchs à la télévision ;
- l'équilibre compétitif perçu de la Ligue 1 s'explique autant par l'incertitude de moyen et long terme et que celui de la Ligue des champions s'explique essentiellement par l'incertitude de long terme, c'est-à-dire sur l'identité du vainqueur chaque année.

1. La relation entre incertitude et demande de football : revue de la littérature

Pour estimer la relation entre la demande des supporters et l'UOH, de nombreuses études mettent en relation la fréquentation des stades et des mesures de l'équilibre compétitif basées sur des indicateurs d'inégalités appliqués aux classements des championnats. Les premières analyses ont été faites sur les championnats anglais, écossais et allemand alors que les plus récentes portent sur d'autres championnats (brésiliens, portugais, etc.). Falter & Pérignon (2000) et Falter *et al.* (2008) s'intéressent au championnat français de première division, même si le cœur du sujet n'est pas toujours l'analyse de l'effet de l'incertitude mais plutôt les déterminants de la demande de football. Par exemple, le contexte économique régional en est un élément moteur : plus les salaires sont faibles et plus le taux de chômage est élevé, plus les individus vont au stade, traduisant l'engouement populaire pour le football.

Au départ, les études se concentrent sur l'affluence au stade et ultérieurement, avec l'augmentation des retransmissions, sur l'audience télévisée². Parallèlement, d'autres études essaient d'analyser la possible substitution entre fréquentation du stade et retransmission télévisée.

1.1. Les effets de l'incertitude sur l'affluence au stade

Hart *et al.* (1975) analysent l'effet de la différence de classement sur l'affluence au stade

pour quatre équipes du championnat anglais entre 1969 et 1972. Les auteurs de cette étude montrent qu'il n'y a pas d'effet significatif, ce qui sera par la suite souvent le cas. Deux études sur le championnat écossais de première division (Jennett, 1984 ; Cairns, 1987) concluent, cette fois, que l'incertitude du résultat influence positivement l'affluence au stade, dans la lignée des résultats de Rottenberg (1956) et des sports américains. Les mesures de l'incertitude utilisées sont la différence de classement des équipes et le nombre de points nécessaires pour gagner le championnat, c'est-à-dire une incertitude de court et moyen terme. En particulier, Jennett (1984) montre que si une équipe a encore une chance de gagner le championnat, elle attire plus de monde. Wilson & Sim (1995) trouvent le même résultat à partir de données du championnat de première division de Malaisie. Baimbridge *et al.* (1996), pour l'Angleterre, ne trouvent aucun lien entre les variables d'incertitude et la fréquentation du stade. Simplement, ils montrent que l'affluence décline progressivement jusqu'au milieu de la saison et remonte ensuite.

Peel & Thomas (1988, 1992) étudient l'effet de l'incertitude sur l'affluence au stade dans les quatre divisions professionnelles anglaises en utilisant pour la première fois la probabilité de gagner *a priori* de l'équipe qui reçoit, basée sur les paris sportifs. Leurs résultats montrent un lien positif entre la probabilité de gagner et l'affluence au stade, ce qui signifie que ce n'est pas l'incertitude mais le fait de voir gagner son équipe qui stimule les supporters. Ce sont surtout des buts que les supporters veulent voir. Peel & Thomas (1996) continuent à creuser l'effet de l'incertitude avec les trois premières divisions écossaises. Un des intérêts de ces championnats est que, au sein d'une même saison, les équipes se rencontrent plusieurs fois à domicile. Cela permet de rajouter un contrôle sur les caractéristiques des matchs. Leurs résultats confirment les résultats de Peel & Thomas (1992) : la relation entre l'affluence au stade et la probabilité que l'équipe receveuse gagne est une courbe en forme de U, les supporters étant surtout motivés par une victoire facile ou un exploit. Buraimo & Simmons (2008, 2009) analysent respectivement le championnat anglais et espagnol de première division et retombent sur cette relation en forme de U.

2. Jusqu'en 1983 en Angleterre et en 1984 en France, les matchs de championnat n'étaient pas diffusés en direct à la télévision. Les acteurs du football avaient peur de la concurrence que la diffusion pourrait engendrer sur la fréquentation des stades. Certains matchs de coupes (coupes d'Europe, coupe du Monde, Euros, coupes nationales, etc.) étaient déjà depuis 1937, date du premier match diffusé en direct (finale de la coupe d'Angleterre).

Enfin, il est très difficile de connaître la vraie demande de football en raison des contraintes de capacité des stades. Czarnitzki & Stadtmann (2002) et Benz *et al.* (2009), analysent le championnat allemand de première division en tenant compte de cette contrainte mais aboutissent au même résultat : pas d'effet de l'incertitude sur l'affluence au stade. Les études les plus récentes (Anders & Pavlowski, 2012 ; Cox, 2015 ; Bedina & Pershakov, 2017) vont également dans ce sens. Notons toutefois l'étude de Jang & Lee (2015), qui conclut à l'existence d'un effet de l'incertitude dans le championnat sud-coréen.

1.2. Les retransmissions télévisées ont-elles eu un effet sur l'affluence au stade ?

Aujourd'hui, la demande de football ne peut plus se résumer à la fréquentation des stades. Depuis la fin des années 1980, le nombre de matchs de football – mais aussi de nombreuses autres compétitions – diffusés à la télévision a explosé. Pour cette raison, les droits de diffusion sont devenus la principale source de financement du football professionnel, ce qui permet notamment pour les grands clubs européens d'acheter à prix d'or les meilleurs joueurs et de remplir les stades.

Le fait que tous les matchs de championnat soient diffusés peut avoir un effet négatif sur la fréquentation des stades mais a un effet positif sur la demande globale. Garcia & Rodriguez (2002) s'intéressent aux variables qui expliquent l'affluence au stade dans le championnat espagnol de première division entre 1993 et 1996. Leurs résultats montrent que les matchs diffusés à la télévision et ceux programmés en dehors du week-end sont ceux qui génèrent significativement moins de public. L'effet de la diffusion est d'autant plus important que les matchs sont diffusés sur une chaîne gratuite. Buraimo & Simmons (2009) trouvent les mêmes résultats pour le championnat de première division en Espagne. Forrest *et al.* (2004) estiment une relation similaire pour la première division anglaise entre 1992 et 2001 et montrent que les matchs diffusés le week-end n'engendrent pas mécaniquement de baisse de la fréquentation des stades ; cela dépend plutôt encore une fois de la chaîne qui diffuse le match, payante ou non. Buraimo & Simmons (2008) trouvent l'effet contraire : pour le même championnat, entre 2001 et 2006, les matchs diffusés le week-end engendrent une légère baisse de la fréquentation des stades, alors que ceux diffusés la semaine

sont sans effet. Buraimo *et al.* (2006) analysent les déterminants de l'affluence au stade de la deuxième division anglaise entre 1998 et 2004. Les auteurs montrent que la diffusion d'un match sur une chaîne gratuite réduit de plus de 20 % la fréquentation au stade (5 % sur une chaîne payante). Ils observent également que lorsque des matchs plus « haut de gamme » – soit des matchs des meilleures équipes de première division ou des matchs internationaux – ont lieu en même temps, les spectateurs se déplacent moins. Allan & Roy (2008) décomposent les spectateurs en trois catégories : les abonnés, les supporters occasionnels de l'équipe qui reçoit et les supporters de l'équipe visiteuse (qui peuvent être bien entendu des abonnés au stade de l'équipe visiteuse). Sans surprise, les abonnés ne changent pas leurs habitudes et continuent d'aller au stade même en cas de retransmission, tout comme les fans de l'équipe visiteuse, très motivés, alors que la fréquentation du stade des spectateurs occasionnels baisse d'environ 30 %.

1.3. L'incertitude a un effet plus fort sur l'audience télévisée

Si l'effet de l'incertitude sur l'affluence au stade est rarement significatif, son effet sur l'audience télévisée semble légèrement plus important. Forrest *et al.* (2005) montrent que l'incertitude du résultat a un effet positif sur les audiences télévisées des matchs de première division anglaise. Buraimo (2008) ne trouve pas d'effet significatif de l'incertitude mais un effet positif de la qualité des joueurs (les stars) et du nombre de spectateurs au stade. Buraimo & Simmons (2015) analysent les saisons de la décennie 2000 du championnat anglais et montrent que l'incertitude a un effet positif seulement pour les deux premières saisons, confirmant l'idée que c'est les meilleurs joueurs du monde qui attirent les téléspectateurs. En revanche, Buraimo & Simmons (2009), pour le championnat espagnol, estiment une relation significative entre audience télévisée et incertitude du résultat. Alavy *et al.* (2010) analysent minute par minute le comportement des téléspectateurs des matchs du championnat anglais. Ces derniers ont tendance à changer de chaîne lorsque la probabilité d'un match nul se dégage. Schreyer *et al.* (2016, 2017) montrent que l'incertitude a un effet positif sur l'audience télévisée lors des matchs à enjeu dans les grandes compétitions internationales, lors des matchs de championnat, mais n'a pas d'effet significatif lors des matchs de coupe nationale. Enfin, Caruso *et al.* (2019) s'intéressent au championnat italien et concluent que ce qui attirent les supporters, ce sont les stars

et les équipes qui gagnent : une augmentation de 1 % de la masse salariale des équipes qui se rencontrent augmente le nombre de téléspectateurs d'environ 0.75 % et une augmentation de 1 % de la moyenne des points augmente le nombre de téléspectateurs d'environ 0.7 %.

2. L'enquête et la mesure du « suspense » des compétitions

Pour analyser les effets de l'incertitude sur la consommation de football en France, nous utilisons un questionnaire original incluant une centaine de questions (y compris les caractéristiques socio-démographiques des répondants). L'enquête *Quel supporter êtes-vous ?* a été mise en ligne fin mai sur le site du quotidien sportif *L'Équipe* (lequipe.fr), à la fin de la saison 2015-2016, pendant trois jours. La base finale contient 21 716 observations, certaines avec des valeurs manquantes. La durée de remplissage du questionnaire était d'environ vingt minutes.

Comme il s'agit de la première enquête de ce type sur les supporters, il est difficile d'avoir une idée de sa représentativité. Selon *Nielsen Sport* (2018), 50 % des Français de plus de seize ans se déclarent « intéressés » ou « très intéressés » par le football. Parmi cette moitié de la population ayant un intérêt pour le football, environ 85 % seraient « supporter » d'au moins un club de Ligue 1. Cette population des supporters serait, selon *Statista* (2018), en majorité des hommes (63 %) et nettement plus jeunes que la population totale (les plus de 65 ans seraient ainsi deux fois moins représentés, 8 % vs 16 %). Il est possible de restreindre encore plus finement la définition d'un « supporter » en s'intéressant aux « inconditionnels », aux « passionnés », aux « fans », c'est-à-dire à ceux qui suivent « systématiquement ou presque » les compétitions et l'actualité du football.

C'est vraisemblablement ce segment de population « passionné de foot » qui a répondu à notre enquête sur le site de *L'Équipe* (tableau 1) : ceux-ci sont nettement plus jeunes que la population des supporters en général (moins de 2 % de plus de 60 ans) et les femmes y seraient largement sous-représentées (moins de 5 %). Par rapport aux visiteurs habituels du site du quotidien sportif, les biais de représentativité vont dans le même sens. Pour tenir compte de la spécificité de notre échantillon, nous avons procédé dans notre étude à des traitements spécifiques en fonction de l'âge (18-26 ans vs plus de

26 ans) afin de vérifier nos principaux résultats (voir annexe).

Le tableau 1 synthétise la distribution des variables reflétant l'intérêt et la consommation de football et les caractéristiques socio-démographiques des répondants. Sans surprise, pratiquement tous les répondants sont très intéressés par les différentes compétitions européennes – excepté la Ligue 2 qui ne passionne qu'une minorité – et sont des consommateurs assidus de football, tant à la télévision qu'au stade. La plupart sont des hommes (96.5 %), jeunes (près de 85 % ont moins de 40 ans) et vivant seul (55.2 %), n'habitant pas à proximité des stades (la distance médiane entre le lieu d'habitation et le stade est de 75 kilomètres). Une majorité est sur le marché du travail (63.1 %) et près de 20 % ont des revenus supérieurs à 30 000 euros annuels. Enfin, 25 % habitent en région parisienne, 97 % sont français et les deux-tiers n'ont pas d'enfants.

Dans un premier temps, nous nous sommes concentrés sur le niveau d'incertitude perçu par les fans dans les principales compétitions de football professionnel en France (Ligue 1 et Ligue 2) et en Europe (Ligue des champions et Ligue Europa). Pour chaque compétition, nous avons posé la question suivante : « *Sur les dernières saisons, comment évaluez-vous le « suspense » de [la compétition en question] (sur une échelle de 0 : pas de suspense du tout à 10 : beaucoup de suspense) ?* ». Les figures I et II donnent la distribution des réponses à ces questions. Pour la Ligue 2, la Ligue des champions et la Ligue Europa, les résultats sont sensiblement identiques : le mode est à 8 (relativement beaucoup de suspense), la médiane à 7 et la moyenne est respectivement de 6.64, 7.02 et 6.96. Les résultats de Pawlawski (2013) sont comparables pour le championnat allemand : le mode est également à 8 mais avec une moyenne plus élevée, légèrement supérieure à 8, la distribution étant très concentrée sur les grandes valeurs. Ce résultat peut surprendre pour un championnat dominé depuis les années 1970 par le Bayern Munich. En revanche, pour la Ligue 1, les supporters ont intégré dans leur perception du suspense, la domination du PSG depuis 2011 et son rachat par les Qataris : le mode est à 0 (pas de suspense du tout), la médiane à 3 et la moyenne à 3.36.

Nous avons reporté en annexe 2 quelques traitements complémentaires en fonction de l'âge et des clubs supportés. On constate que même s'il existe quelques écarts de pourcentage entre

Tableau 1 – Caractéristiques des répondants (N= 21 716) et variables d'intérêt (en %)

Intérêt pour le football (7-10 ; 4-6 ; 0-3)	(93.1 ; 5.8 ; 1.1)
Intérêt pour la Ligue 1 (intéressé ; pas intéressé)	(95.2 ; 4.8)
Intérêt pour la Ligue 2 (intéressé ; pas intéressé)	(44.7 ; 55.3)
Intérêt pour la Coupe de France (intéressé ; pas intéressé)	(74.8 ; 25.2)
Intérêt pour la Ligue des champions (intéressé ; pas intéressé)	(96.3 ; 3.7)
Intérêt pour la Ligue Europa (intéressé ; pas intéressé)	(81.8 ; 18.2)
Intérêt pour la <i>Premier League</i> anglaise (intéressé ; pas intéressé)	(84.0 ; 16.)
Intérêt pour la <i>Liga</i> espagnole (intéressé ; pas intéressé)	(79.3 ; 20.7)
Intérêt pour la <i>Bundesliga</i> allemande (intéressé ; pas intéressé)	(59.0 ; 41.0)
Intérêt pour la <i>Serie A</i> italienne (intéressé ; pas intéressé)	(51.8 ; 48.2)
Intérêt pour d'autres championnats (intéressé ; pas intéressé)	(19.8 ; 80.2)
Club de supporter (non ; oui)	(82.5 ; 17.5)
Abonnement au stade (non ; oui)	(83.8 ; 16.2)
Nombre de clubs supportés (aucun ou un club ; plusieurs clubs)	(79.4 ; 20.6)
Degré d'attachement à un club (7-10 ; 4-6 ; 0-3)	(93 ; 6 ; 1)
Distance (en km) du stade de son équipe favorite (Q1 ; médiane ; Q3)	(19 ; 75 ; 450)
Consultation sites sportifs sur internet (non ; oui)	(12.9 ; 87.1)
Lecture presse papier sportive (jamais ; 1 fois par semaine ; plus d'1 fois par semaine)	(16.7 ; 42.9 ; 40.4)
Abonnement chaînes sportives (non ; dans le passé ; oui)	(26.1 ; 12.1 ; 61.8)
Pratique du football (non ; dans le passé ; oui)	(15.8 ; 51.8 ; 32.5)
Culture footballistique (inexistante ; faible ; moyenne ; élevée ; très élevée)	(0.5 ; 0.9 ; 16.3 ; 54.8 ; 27.5)
Père et / ou mère qui jouent / ont joué au foot (ne sait pas ; non ; oui)	(2.5 ; 58.3 ; 39.2)
Sexe (homme ; femme)	(96.5 ; 3.5)
Âge (<26 ; 26-40 ; 41-60 ; >60)	(44.8 ; 38.7 ; 14.6 ; 1.9)
Nationalité (française ; autre)	(97.1 ; 2.9)
Diplôme (supérieur ; secondaire)	(58.8 ; 41.2)
Statut familial (seul ; en couple)	(55.2 ; 44.8)
Salaire annuel net (pas de revenu ; <30 000 € ; >30 000 €)	(31.7 ; 48.6 ; 19.8)
Marché du travail (en emploi ; étudiant ou sans emploi)	(63.1 ; 36.9)
Nombre d'enfants (0 ; 1 ; 2 ; >2)	(64,5 ; 11,6 ; 16,4 ; 7,5)
Région (région parisienne ; province)	(25.0 ; 75.0)

Note de lecture : 95.2 % des personnes interrogées sont intéressées par la Ligue 1.
Source : PSE-L'Équipe, enquête *Quel supporter êtes-vous ?* - 2016.

« jeunes » et « vieux », les caractéristiques des distributions sont les mêmes (voir figure A2-I en annexe). Tout au plus notons-nous un léger effet positif des jeunes sur l'équilibre compétitif perçu de la Ligue des champions.

La figure A2-II indique le suspense perçu en fonction du club soutenu. Quatre catégories ont été retenues (voir tableau A2-1 du classement de la saison en annexe) : le champion de la saison (le PSG qui avait 31 points d'avance sur son dauphin), les clubs qualifiés pour les

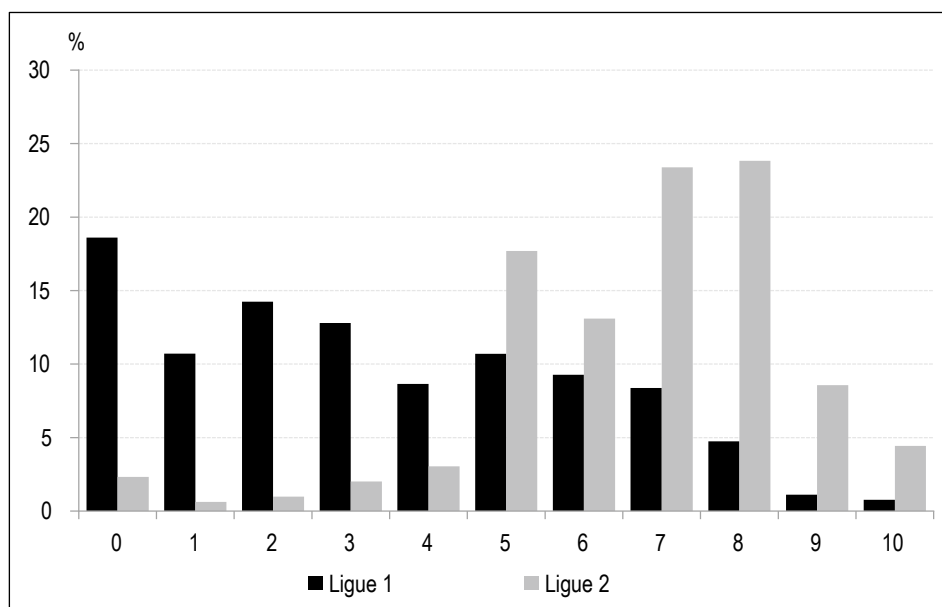
compétitions européennes (de la 2^e à la 6^e place), ceux du « ventre mou » du championnat (de la 7^e à la 16^e place) et enfin ceux ayant joué la relégation jusqu'à la dernière journée (de la 17^e à la 20^e place). On constate que ce sont bien les supporters des équipes qui jouent l'Europe ou le maintien en première division qui perçoivent le plus de suspense, ce qui n'est pas le cas des clubs du « ventre mou », sans défi ; les fans du PSG évaluent le suspense à un niveau intermédiaire. L'équilibre compétitif de la Ligue 1 perçu par les supporters est donc une notion très

subjective qui semble dépendre fortement du niveau du club que l'on soutient. Cette perception individuelle de l'intensité de la compétition est néanmoins un facteur à prendre en compte pour expliquer la « demande » de football.

3. Suspense et intérêt des supporters pour les compétitions de football

Pour évaluer l'effet du suspense sur les intentions de consommer du football, nous avons

Figure I – L'équilibre compétitif perçu pour la Ligue 1 et la Ligue 2

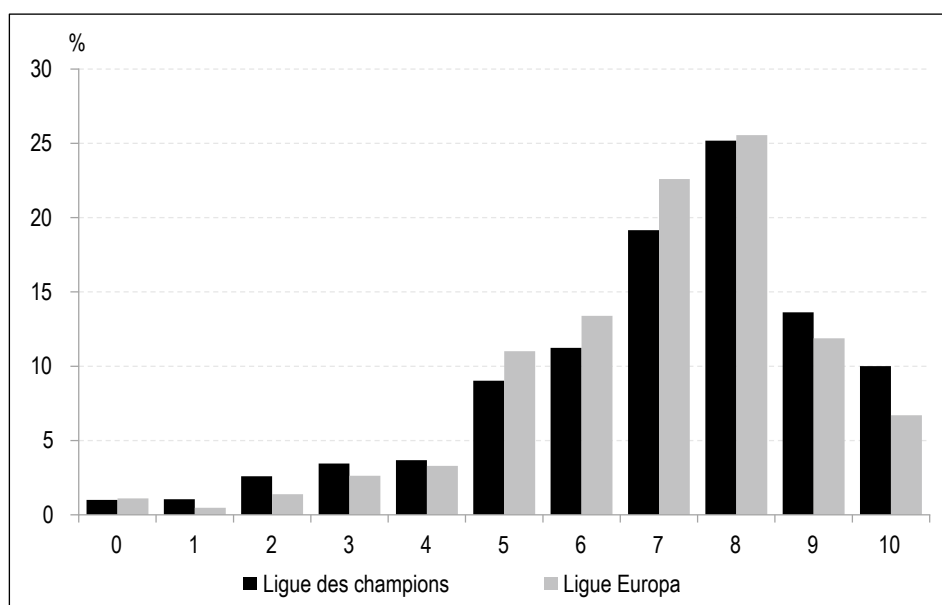


Note : 0 = « pas de suspense » / 10 = « beaucoup de suspense ». Ligue 1 : 21 283 réponses, 433 valeurs manquantes ; Ligue 2 : 21 045 réponses, 671 valeurs manquantes.

Note de lecture : 18 % des supporters estiment qu'il n'y a aucun suspense dans la Ligue 1.

Source : PSE-L'Équipe, enquête *Quel supporter êtes-vous ?* - 2016.

Figure II – L'équilibre compétitif perçu pour la Ligue des champions et la Ligue Europa



Note : 0 = « pas de suspense » / 10 = « beaucoup de suspense ». Ligue des champions : 21 604 réponses, 112 valeurs manquantes ; Ligue Europa : 21 513 réponses, 203 valeurs manquantes.

Note de lecture : 25 % des supporters estiment qu'il n'y a beaucoup de suspense (8 sur 10) dans la Ligue des champions.

Source : PSE-L'Équipe, enquête *Quel supporter êtes-vous ?* - 2016.

posé les questions suivantes pour la Ligue 1 et la Ligue des champions, les deux compétitions phares que suivent les supporteurs vivant en France :

(1) « À partir de quel niveau minimum de suspense (sur une échelle de 0 : pas de suspense du tout à 10 : beaucoup de suspense) seriez-vous susceptible de perdre de l'intérêt pour [la compétition en question] ? » ;

(2) « À partir de quel niveau minimum de suspense (sur une échelle de 0 : pas de suspense du tout à 10 : beaucoup de suspense) seriez-vous susceptible de ne plus aller au stade ? de [la compétition en question] » ;

(3) « À partir de quel niveau minimum de suspense (sur une échelle de 0 : pas de suspense du tout à 10 : beaucoup de suspense) seriez-vous susceptible de ne plus regarder les matchs de [la compétition en question] à la TV ? ».

La première question est relative à la « demande globale », la deuxième question à la demande de « stade » et la troisième question à la demande de « télévision ». Les figures III-A à III-C indiquent les réponses à ces trois questions. Les courbes sont construites comme une fonction de survie à l'aide de l'estimateur Kaplan-Meier. On classe les réponses par ordre décroissant et on cumule le nombre de réponses. Ensuite, on calcule la proportion d'individus qui « survivent » après chaque niveau de « suspense ». Ainsi, si l'incertitude était maximale (valeur 10), aucune des personnes interrogées ne renonceraient à aller au stade ou à regarder le match à la télévision (figures III-B et III-C). Autrement dit, pour 100 % des enquêtés, le niveau minimum de suspense qui les ferait renoncer est inférieur à 10. Au contraire, s'il n'y avait aucune incertitude (valeur 0 du niveau de suspense), seuls environ 30 % des supporteurs ne renonceraient pas à aller au stade (figure III-B). Nous avons tracé en annexe (voir figures A2-III à A2-V en annexe) les mêmes courbes en différenciant les « jeunes » des « vieux » supporteurs. Par rapport aux commentaires précédents, on constate que les plus jeunes apparaissent moins sensibles à l'incertitude des résultats que leurs homologues plus âgés : de manière générale, 30 à 40 % des 26 ans et moins continueraient à s'intéresser aux compétitions même si le suspense en était totalement absent, alors que cette proportion n'est que de 20 % chez les plus de 26 ans.

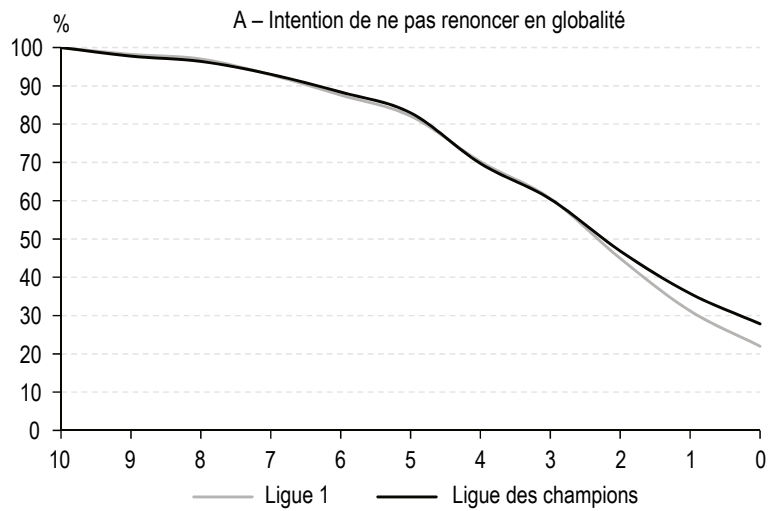
Deux résultats importants se dégagent de toutes ces figures. Le premier est évidemment

la similitude des courbes pour les différentes demandes et les différentes compétitions. Finalement, les intentions de renoncer au football ne dépendent ni des compétitions ni de la manière de consommer. Le second résultat intéressant concerne le manque de lien entre l'incertitude perçue et l'intention de consommer. Alors que le niveau déclaré d'incertitude est totalement différent entre la Ligue 1 et la Ligue des champions (figures I et II), les intentions de renoncer ont quasiment le même profil. Cet effet s'inscrit dans la littérature évoquée plus haut concernant le football professionnel, dont les résultats sont peu probants sur le lien entre incertitude du résultat et demande des supporteurs. La demande des fans de football ne se résume pas à un comportement de pur consommateur : ils préfèrent voir leur équipe favorite gagner (Buraimo & Simmons, 2008), comme c'est le cas en Ligue 1, et voir une équipe de renom même si elle est beaucoup plus forte (Pawlowski & Anders, 2012), comme c'est le cas en Ligue des champions. C'est d'ailleurs ce que déclarent spontanément les supporteurs qui vont au stade quand on leur demande à quoi ils sont le plus sensibles (figure IV) : l'ambiance (84 %), la victoire (78 %) et la combativité des joueurs (72 %) sont citées le plus souvent, le suspense arrivant très loin derrière (21 %).

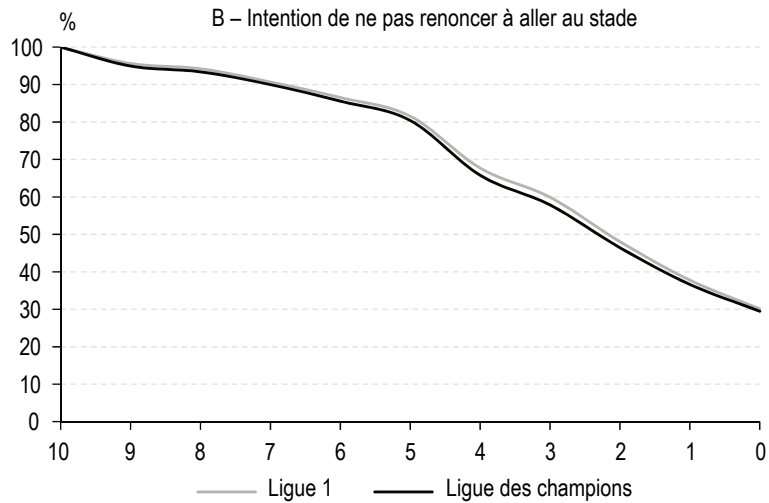
Nous avons également demandé aux enquêtés de se prononcer sur 17 items relatifs à plusieurs types d'incertitude en Ligue 1 et en Ligue des champions : l'incertitude de court terme, l'incertitude de moyen terme et l'incertitude de long terme. Quatre réponses sont possibles pour chaque item : « pas du tout d'accord », « plutôt pas d'accord », « plutôt d'accord » et « tout à fait d'accord ». Le tableau 2 présente la distribution des réponses. La plupart se concentrent sur les deux réponses médianes sauf pour les quelques items suivants. Pour la Ligue 1, 45 % des personnes interrogées sont « tout à fait d'accord » sur le fait que la lutte pour le maintien en Ligue 1 est intéressante, et près des trois-quarts des personnes interrogées (72.1 %) ne sont « pas du tout d'accord » sur le fait que de nombreuses équipes différentes gagnent le championnat de France de Ligue 1. Cela renvoie d'une part à la domination du PSG depuis 2011 et d'autre part au fait que le championnat de France comptait trois équipes reléguées jusqu'à la saison 2015-2016.

À la fin de la saison 2016-2017, au lieu de trois relégués de Ligue 1 vers la Ligue 2, le 18^e a fait un match de barrage contre le 3^e de Ligue 2, donnant une chance supplémentaire de rester au

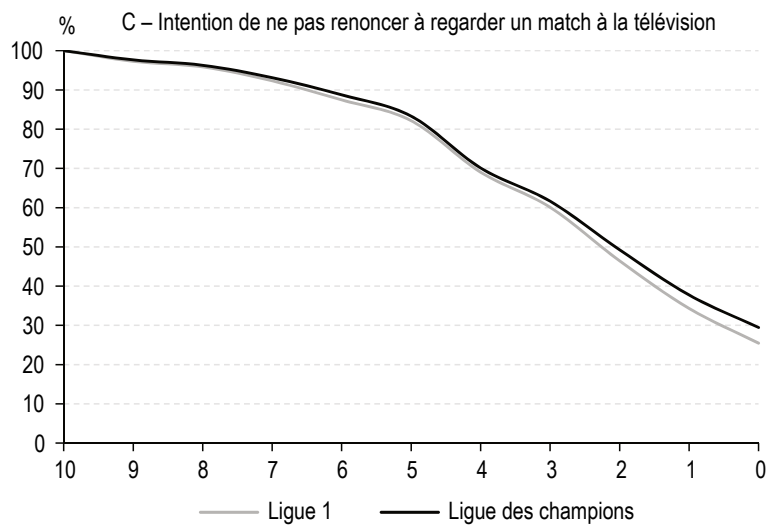
Figure III – Intention de consommer du football



Note de lecture : 70 % des supporters continueront à s'intéresser à la Ligue 1 et à la Ligue des champions si le niveau de suspense est à 4.



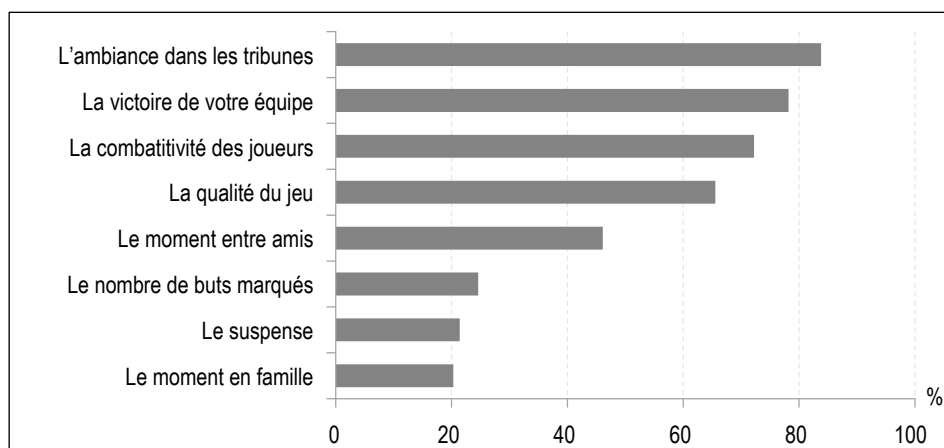
Note de lecture : 66 % des supporters continueront à aller au stade pour la Ligue des champions si le niveau de suspense est à 4.



Note de lecture : 70 % des supporters continueront à regarder un match de la Ligue des champions à la télévision si le niveau de suspense est à 4.

Note : 0 = « pas de suspense » / 10 = « beaucoup de suspense ».
 Source : PSE-L'Équipe, enquête *Quel supporter êtes-vous ?* - 2016.

Figure IV – Au stade, à quoi êtes-vous le plus sensible... (plusieurs réponses possibles)



Note de lecture : 21.4 % des supporters qui vont au stade sont sensibles au « suspense » du match.
 Source : PSE-L'Équipe, enquête *Quel supporter êtes-vous ?* - 2016.

Tableau 2 – Distribution des réponses aux questions sur l'incertitude perçue par les fans

	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord	Valeurs manquantes	Pas d'accord	D'accord
Court terme (CT)							
<i>Avant un match, il est impossible de savoir quelle équipe va gagner</i>							
Ligue 1	9.8	42.0	39.8	4.9	3.4	51.8	44.7
Ligue des champions	9.8	39.2	38.1	8.9	4.1	49.0	47.0
<i>Les équipes qui reçoivent ont autant de chances de gagner que les équipes qui se déplacent</i>							
Ligue 1	9.7	39.8	40.7	6.2	3.6	49.5	46.9
Ligue des champions	13.8	46.3	29.8	5.6	4.5	60.1	35.4
<i>Il n'y a pas de véritable favori à chaque match</i>							
Ligue 1	19.6	49.3	24.9	2.5	3.8	68.9	27.4
Ligue des champions	17.7	51.9	22.0	3.9	4.5	69.6	25.9
Moyen terme (MT)							
Ligue 1							
<i>La lutte pour les places qualificatives en Ligue des champions reste un enjeu intéressant jusqu'à la fin de la saison</i>	5.8	12.1	46.0	32.7	3.4	17.9	78.7
<i>La lutte pour les places qualificatives en Ligue Europa reste un enjeu intéressant jusqu'à la fin de la saison</i>	5.0	13.2	51	27.3	3.5	18.2	78.3
<i>La lutte pour le maintien reste un enjeu intéressant jusqu'à la fin de la saison</i>	3.7	5.9	41.9	45	3.5	9.6	86.9
Ligue des champions							
<i>La lutte pour le titre reste un enjeu intéressant jusqu'à la fin de saison</i>	3.7	7.3	38	46.5	4.6	11.0	84.5
<i>Les phases de poule en Ligue des champions restent un enjeu intéressant</i>	6.8	19.7	49.6	19.7	4.6	26.5	69.3
<i>Les phases finales en Ligue des champions restent un enjeu intéressant</i>	2.6	4.2	36.5	52.2	4.5	6.8	88.7

→

Tableau 2 (suite)

	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord	Valeurs manquantes	Pas d'accord	D'accord
Long terme (LT)							
Ligue 1							
<i>De nombreuses équipes différentes gagnent le championnat</i>	72.1	17.9	3.7	1.7	4.6	90.0	5.4
<i>De nombreuses équipes différentes se qualifient pour la Ligue des champions</i>	33.7	47.3	12.3	2.2	4.5	81.0	14.5
<i>De nombreuses équipes différentes se qualifient pour la Ligue Europa</i>	12.0	35.4	42.5	5.9	4.3	47.4	48.4
<i>De nombreuses équipes différentes ont été reléguées</i>	7.3	23.1	49.3	16.3	4.0	30.4	65.6
Ligue des champions							
<i>De nombreuses équipes différentes gagnent la Ligue des champions</i>	16.3	43.3	25.8	10.0	4.7	59.6	35.8

Note : 21 716 observations.

Note de lecture : 5.0 % des supporters ne sont pas du tout d'accord avec l'affirmation : « La lutte pour les places qualificatives en Ligue Europa reste un enjeu intéressant jusqu'à la fin de la saison ».

Source : PSE-L'Équipe, enquête *Quel supporter êtes-vous ?* - 2016.

plus haut niveau et donc limitant l'incertitude sur le maintien en première division. C'est pourquoi la Ligue de football professionnel (LFP) a introduit un système de pré-barrages similaire à des *play-offs* à partir de la saison 2017-2018 pour les clubs qui finissent la saison 3^e, 4^e et 5^e de Ligue 2. Selon le format retenu, le cinquième affronte d'abord le quatrième chez celui-ci, puis le vainqueur de cette confrontation joue contre le troisième (sur le terrain de ce dernier) ; enfin, le vainqueur de cette dernière rencontre est opposé au 18^e de Ligue 1 en barrage de promotion/relégation³.

Pour la Ligue des champions, environ la moitié des personnes interrogées sont « tout à fait d'accord » sur le fait que l'enjeu pour le titre (46.5 %) et les phases finales à élimination directe (52.2 %) restent intéressants. L'incertitude de la Ligue des champions est relativement importante car aucune équipe entre 1992 et 2016 n'a gagné deux fois de suite⁴ dans la version actuelle. Dans la phase de poules, les équipes à gros budgets se retrouvent avec des équipes à « petits » budgets et n'ont aucune difficulté à se qualifier du fait de la grande variabilité des budgets. Ensuite, dans la phase finale, lorsqu'elles se rencontrent entre elles, la différence de budget se réduisant, les qualités sportives et collectives reprennent le dessus, l'incertitude également.

4. Les déterminants de l'équilibre compétitif perçu en Ligue 1 et en Ligue des champions

Pour tester l'effet des différentes incertitudes sur l'équilibre compétitif perçu, nous avons construit dans un premier temps un « score » regroupant les items dans leur incertitude respective grâce aux réponses des personnes interrogées : « pas du tout d'accord » vaut 1, « plutôt pas d'accord » vaut 2, « plutôt d'accord » vaut 3 et « tout à fait d'accord » vaut 4. Les non-réponses valent 0. Pour la Ligue 1, l'incertitude de court terme (CT) est composée des trois items suivants : « Avant un match, il est impossible de savoir quelle équipe va gagner », « Les équipes qui reçoivent ont autant de chances de gagner que les équipes qui se déplacent » et « Il n'y a pas de véritable favori à chaque match ». Ainsi, le score de l'incertitude de CT est compris entre 0 et 12. Tout comme l'incertitude de moyen terme (MT) qui est composée des trois items suivants : « La lutte pour les places qualificatives en Ligue des champions reste un enjeu intéressant jusqu'à la fin de la saison », « La lutte pour les places qualificatives en Ligue Europa reste un enjeu intéressant jusqu'à la fin de la saison » et « La

3. Ces matchs supplémentaires ont pour objectif d'éviter le désintérêt des supporters.

4. Ce n'est arrivé qu'en 2017-2018, saison où le Real Madrid a gagné sa troisième Ligue des champions consécutive.

lutte pour le maintien reste un enjeu intéressant jusqu'à la fin de la saison ». L'incertitude de long terme (LT) est composée des quatre items suivants : « *De nombreuses équipes différentes gagnent le championnat* », « *De nombreuses équipes différentes se qualifient pour la Ligue des champions* », « *De nombreuses équipes différentes se qualifient pour la Ligue Europa* » et « *De nombreuses équipes différentes ont été reléguées* ». Dans ce cas, le score de l'incertitude de LT est compris entre 0 et 16. Pour la Ligue des champions, l'incertitude de CT est composée des mêmes trois items que la Ligue 1. L'incertitude de MT est composée des trois items suivants : « *La lutte pour le titre reste un enjeu intéressant jusqu'à la fin de saison* », « *Les phases de poule en Ligue des champions restent un enjeu intéressant* » et « *Les phases finales en Ligue des champions restent un enjeu intéressant* ».

L'incertitude de LT est composée du seul item « *De nombreuses équipes différentes gagnent la Ligue des champions* ». Le score est compris entre 0 et 4. Pour mesurer la cohérence globale de l'agrégation des items, nous utilisons la mesure classique de l'alpha de Cronbach. Les valeurs calculées sont comprises entre 0.69 pour l'incertitude de CT de la Ligue 1 et 0.86 pour l'incertitude de MT de la Ligue des champions. En dehors de la première, toutes sont supérieures à 0.7. On peut donc considérer que les indicateurs construits représentent bien ces différentes notions d'incertitude.

Nous estimons l'équilibre compétitif perçu par les supporters en Ligue 1 et en Ligue des champions en fonction des indicateurs d'incertitude de CT, MT et LT construits et en contrôlant des caractéristiques individuelles (tableau 3). Les

Tableau 3 – Les variables qui influencent la perception de l'équilibre compétitif (EC)

Variable dépendante : niveau de suspense perçu de 0 à 10	MCO		Logit ordonné	
	Ligue 1	Ligue des champions	Ligue 1	Ligue des champions
Incertitude de court terme (CT)	0.018 (0.011)	0.027*** (0.008)	0.018** (0.008)	0.037*** (0.007)
Incertitude de moyen terme (MT)	0.112*** (0.010)	0.064*** (0.007)	0.086*** (0.007)	0.051*** (0.007)
Incertitude de long terme (LT)	0.110*** (0.009)	0.555*** (0.017)	0.083*** (0.006)	0.531*** (0.016)
Intéressé par le foot (0 à 10)	0.146*** (0.016)	0.221*** (0.011)	0.109*** (0.011)	0.200*** (0.011)
Degré d'attachement à un club de foot (0 à 10)	0.097*** (0.015)	0.011 (0.011)	0.055*** (0.010)	0.025** (0.010)
Supporter de plusieurs clubs (réf. Aucun ou 1 club)	0.241*** (0.048)	0.117*** (0.036)	0.163*** (0.034)	0.123*** (0.034)
Abonné (réf. Pas d'abonnement)	0.142*** (0.055)	-0.205*** (0.041)	0.091** (0.038)	-0.217*** (0.038)
Club de supporters (réf. Aucun club de supporters)	-0.286*** (0.054)	-0.219*** (0.040)	-0.228*** (0.037)	-0.192*** (0.037)
Lecture de la presse papier (réf. Jamais)				
1 fois par semaine	0.177*** (0.053)	0.060 (0.040)	0.162*** (0.037)	0.006 (0.037)
Abonnés à une revue ou tous les jours	0.167*** (0.054)	0.218*** (0.041)	0.148*** (0.038)	0.166*** (0.038)
Lecture d'articles Internet (réf. Pas de lecture)	0.088 (0.056)	0.044 (0.042)	0.074* (0.039)	0.046 (0.039)
Abonnement à une chaîne payante (réf. Jamais)				
Dans le passé	-0.242*** (0.063)	0.061 (0.047)	-0.171*** (0.044)	0.051 (0.044)
Oui	0.016 (0.044)	0.377*** (0.033)	0.010 (0.031)	0.332*** (0.031)

→

Tableau 3 (suite)

Variable dépendante : niveau de suspense perçu de 0 à 10	MCO		Logit ordonné	
	Ligue 1	Ligue des champions	Ligue 1	Ligue des champions
<i>Pratique du football</i> (réf. Non)				
Dans le passé	0.046 (0.055)	-0.053 (0.041)	0.035 (0.038)	-0.055 (0.038)
Oui	0.077 (0.061)	0.158*** (0.046)	0.046 (0.042)	0.149*** (0.042)
<i>Culture footballistique</i> (réf. Inexistante ou faible)				
Moyenne	-0.103 (0.168)	-0.238* (0.126)	-0.069 (0.118)	-0.294** (0.117)
Élevée	-0.274 (0.167)	-0.269** (0.125)	-0.186 (0.117)	-0.321*** (0.116)
Très élevée	-0.486*** (0.171)	-0.255** (0.128)	-0.359*** (0.120)	-0.224* (0.119)
<i>Au moins un des parents pratiquant le football</i> (réf. Non ou ne sait pas)				
Oui	0.002 (0.038)	0.001 (0.029)	0.007 (0.027)	0.012 (0.027)
<i>Homme</i> (réf. Femme)	-0.447*** (0.102)	-0.050 (0.077)	-0.306*** (0.071)	-0.025 (0.071)
<i>Âge</i> (réf. Inférieur ou égal à 25 ans)				
De 26 à 40 ans	-0.110* (0.057)	-0.354*** (0.043)	-0.083** (0.040)	-0.338*** (0.040)
de 41 à 60 ans	-0.072 (0.078)	-0.711*** (0.058)	-0.065 (0.054)	-0.664*** (0.054)
61 ans et plus	-0.392*** (0.145)	-0.526*** (0.108)	-0.322*** (0.101)	-0.548*** (0.100)
<i>Vit en Île-de-France</i> (réf. Non)	-0.146*** (0.053)	-0.067* (0.040)	-0.087** (0.037)	-0.064* (0.037)
<i>Études supérieures</i> (réf. Pas d'études supérieures)	0.035 (0.040)	-0.243*** (0.030)	0.038 (0.028)	-0.242*** (0.028)
<i>Nombre d'enfants</i> (réf. Aucun)				
Un seul enfant	0.016 (0.072)	-0.051 (0.054)	0.003 (0.050)	-0.068 (0.050)
Deux enfants ou plus	0.219*** (0.063)	0.010 (0.047)	0.148*** (0.044)	0.001 (0.043)
<i>En emploi</i> (réf. Sans activité)	0.116* (0.065)	0.020 (0.049)	0.085* (0.045)	0.029 (0.045)
<i>Revenu</i> (réf. Pas de revenus)				
Inférieur à 30 000 €	-0.147** (0.062)	-0.131*** (0.047)	-0.102** (0.043)	-0.141*** (0.043)
Supérieur ou égal à 30 000 €	-0.185** (0.078)	-0.108* (0.059)	-0.131** (0.054)	-0.109** (0.054)
<i>Personne vivant seule</i> (réf. Ménage d'au moins deux personnes)	0.117*** (0.047)	-0.069* (0.035)	0.077** (0.033)	-0.072** (0.033)
N	19 386	19 609	19 386	19 609
R ²	0.06	0.21		

Source : PSE-L'Équipe, enquête *Quel supporter êtes-vous ?* - 2016.

estimations sont obtenues par des MCO (deux premières colonnes) et par un Logit ordonné (deux dernières colonnes). Étant donné le nombre élevé de modalités de la variable dépendante (entre 0 et 10), les résultats sont très proches. Avant d'analyser quel type d'incertitude reflète l'équilibre compétitif perçu par les supporters, intéressons-nous aux caractéristiques individuelles qui influencent le suspense perçu (les variables socio-démographiques ont été introduites à titre de contrôle).

Quelle que soit la spécification, un des éléments qui conditionne la valorisation du suspense est le fort intérêt du football en général, et pour la Ligue 1 et pour la Ligue des champions en particulier. Toutes choses égales par ailleurs, les variables reflétant ce fort intérêt sont positives et significatives (« *Intéressé par le foot* », « *Intéressé par la Ligue 1* », « *Intéressé par la Ligue des champions* », « *Supporter de plusieurs clubs* »). Ce qui signifie que les personnes intéressées par les compétitions sont conscientes que, même s'il existe un fort déséquilibre entre les équipes, le football reste le sport collectif le plus aléatoire et que rien n'est perdu d'avance. En d'autres termes, l'intérêt du football gomme la baisse de l'incertitude perçue, même en cas de domination forte d'une équipe comme c'est le cas en Ligue 1 depuis 2011.

Intéressons-nous maintenant à deux variables : « *Abonné* » et « *Appartenance à un club de supporters* ». Les abonnés sont les personnes qui en début de saison réservent une place pour les dix-neuf matchs de championnat à domicile – souvent prioritaires pour les autres matchs – et qui ont donc un lien fort avec leur club. Les coefficients associés aux estimations sont positifs et significatifs pour la Ligue 1 et négatifs et significatifs pour la Ligue des champions. Les abonnés de l'enquête sont tous abonnés à des équipes françaises. Ainsi, être abonné c'est être fortement intéressé par son club et son histoire et on retrouve un effet qui gomme la diminution de l'incertitude perçue lorsqu'on estime les effets sur la Ligue 1. En revanche, ces mêmes abonnés sont plus critiques vis-à-vis des « grosses » équipes européennes – notamment des sommes d'argent en jeu – et pensent que l'incertitude est faible car ce sont toujours les mêmes équipes qui gagnent. Ce qui est à la fois vrai et faux (*supra*). L'effet de la variable « *Appartenance à un club de supporters* » est négatif et significatif pour les deux compétitions, comme si les supporters de ce type étaient conscients que leur équipe n'avait aucune ou inversement beaucoup de chance de gagner.

Les supporters utilisateurs de média valorisent différemment l'incertitude perçue. Si le fait de consulter ou non des sites internet sur le football ne modifie pas la perception de l'incertitude, les supporters qui lisent la presse tous les jours ou sont abonnés à une revue spécialisée ont tendance également à penser qu'il existe une forte incertitude tant en Ligue 1 qu'en Ligue des champions. Les résultats pour la variable « *Abonnement à une chaîne payante sportive* » révèlent deux comportements distincts. Pour la Ligue 1, il y a les supporters qui pensent que l'incertitude est faible et qui ont résilié leur abonnement (l'effet négatif et significatif devant la modalité « dans le passé ») et pour la Ligue des champions, il y a les supporters qui pensent que l'incertitude est forte et sont abonnés à une chaîne payante (l'effet positif et significatif devant la modalité « oui »).

La pratique du football, passée ou présente, et un des parents pratiquant ou ayant pratiqué le football n'a aucune influence sur la perception de l'incertitude en Ligue 1 et en Ligue des champions. En revanche, les individus déclarant avoir une culture footballistique élevée ou très élevée ont le sentiment qu'il y a moins de suspense dans les compétitions (Ligue 1 et Ligue des champions).

À quel type d'incertitude les supporters sont-ils le plus sensibles lorsqu'on leur demande de mesurer le suspense des deux compétitions « phares » : le championnat de Ligue 1 et la Ligue des champions. Concernant la Ligue 1, c'est l'incertitude de MT et de LT qui semble déterminer leur jugement, à savoir l'incertitude sur le champion et sur la récurrence des titres : il n'est alors pas étonnant qu'ils placent le degré de suspense assez bas car depuis 2011, le championnat est dominé par le PSG. Le degré de suspense perçu de la Ligue des champions est déterminé surtout par l'incertitude de LT liée à la récurrence des trophées : il est vrai que passé les phases de poule, l'incertitude des matchs entre les grosses « écuries » européennes reste importante.

* *
*

L'idée que l'équilibre compétitif augmente l'utilité des supporters, donc leurs dépenses et donc les revenus des clubs professionnels, est au cœur de l'économie du sport en général, et de l'économie du football en particulier. Budzinski & Pawloski (2017) soulignent que la notion

d'équilibre compétitif est souvent mise en avant pour justifier les décisions des ligues professionnelles pour changer les règles des compétitions ou la distribution des droits TV. Comme le montre la littérature, la relation entre équilibre compétitif et demande des supporters est loin d'être évidente. Leur perception de l'équilibre des compétitions est bien déterminée et relativement cohérente mais d'autres facteurs apparaissent plus importants en termes de « consommation » de football : attachement au club, probabilité de victoire, rencontre contre une grosse équipe, présence des « stars » sur la feuille de match, etc.

Dans cet article, nous nous sommes intéressés à l'équilibre compétitif tel qu'il est perçu par les supporters de football ayant répondu à l'enquête *Quel supporter êtes-vous ?* sur le site lequipe.fr. Cet équilibre compétitif subjectif revêt cependant plusieurs dimensions qui dépendent des compétitions : pour le championnat de l'élite française il s'explique surtout par une incertitude de moyen et de long terme (le nom du champion et la récurrence des titres) alors que pour la Ligue

des champions, il s'agit plutôt d'un suspense de long terme (vainqueurs successifs). De ce fait, la Ligue 1 sera perçue comme moins incertaine que la Ligue des champions. Enfin, l'incertitude du résultat est loin d'être le seul facteur explicatif de la demande de football puisqu'environ 30 % des supporters se déclarent prêts à toujours regarder les matchs ou à aller au stade dans le cas hypothétique où il n'y aurait plus aucun suspense...

Malgré sa forte croissance liée principalement à celle des droits TV ces vingt dernières années (environ 10 % par an en France) et contrairement à une idée reçue liée à sa très forte popularité, le football reste aujourd'hui plutôt un « petit business » comparé à d'autres secteurs d'activité (Arrondel & Duhautois, 2018) : environ 0.2 % du PIB Français. L'évolution de la structure du budget des clubs (plus de droits audiovisuels, moins de billetterie) montre que la recherche sur la demande de football doit viser aujourd'hui à en expliquer les déterminants aussi bien sur les abonnements média que sur la fréquentation des stades. □

BIBLIOGRAPHIE

- Alavy, K., Gaskell, A., Leach, S. & Szymanski, S. (2010).** On the Edge of Your Seat: Demand for Football on Television and the Uncertainty of Outcome Hypothesis. *International Journal of Sport Finance*, 5(2), 75–95. <https://econpapers.repec.org/RePEc:jsf:intjsf:v:5:y:2010:i:2:p:75-95>
- Andreff, W. (2014).** French professional football: how much different? In: Goddard, J. & Sloane, P., *Handbook on the Economics of Professional Football*, pp. 298–321. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Andreff, W. (2018).** Financial and Sporting Performance in French Football Ligue 1: Influence on the Player Market. *International Journal of Financial Studies*, 6(4), 1–17. <https://doi.org/10.3390/ijfs6040091>
- Arrondel, L. & Duhautois, R. (2018).** *L'argent du football*. Paris : Cepremap.
- Baidina, K. & Parshakov, P. (2017).** Uncertainty of Outcome and Attendance: Evidence from Russian Football. Mimeo.
- Benz, M.-A., Brandes, L. & Franck, E. (2009).** Do Soccer Associations Really Spend on a Good Thing? Empirical Evidence on Heterogeneity in the Consumer Response to Match Uncertainty of Outcome. *Contemporary Economic Policy*, 27(2), 216–235. <https://dx.doi.org/10.1111/j.1465-7287.2008.00127.x>
- Budzinski, O. & Pawlowski, T. (2017).** The Behavioral Economics of Competitive Balance: Theories, Findings, and Implications. *International Journal of Sport Finance*, 12(2), 109–122.
- Buraimo, B. (2008).** Stadium attendance and television audience demand in English league football. *Managerial and Decision Economics*, 29(6), 513–523. <https://doi.org/10.1002/mde.1421>
- Buraimo, B. & Simmons, R. (2008).** Do sports fans really value uncertainty of outcome? Evidence from the English Premier League. *International Journal of Sport Finance*, 3(3), 146–155.

- Buraimo, B. & Simmons, R. (2009).** A tale of two audiences: Spectators, television viewers and outcome uncertainty in Spanish football. *Journal of Economics and Business*, 61(4), 326–338.
<https://doi.org/10.1016/j.jeconbus.2008.10.002>
- Buraimo, B. & Simmons, R. (2015).** Uncertainty of outcome or star quality? Television audience demand for English Premier League football. *International Journal of the Economics of Business*, 22(3), 449–469.
<https://doi.org/10.1080/13571516.2015.1010282>
- Cairns, J. A. (1987).** Evaluating changes in league structure: The reorganization of the Scottish Football League. *Applied Economics*, 19(2), 259–275. <https://doi.org/10.1080/00036848700000101>
- Caruso, R., Addesa, F. & Di Domizio, M. (2019).** The Determinants of the TV Demand of Soccer: Empirical Evidence On Italian Serie A for The Period 2008-2015. *Journal of Sports Economics*, 20(1), 25–49.
<https://doi.org/10.1177%2F1527002517717298>
- Czarnitzki, D. & Stadtmann, G. (2002).** Uncertainty of outcome versus reputation: Empirical evidence for the first German football division. *Empirical Economics*, 27(1), 101–112. <https://doi.org/10.1007/s181-002-8361-7>
- Falter, J.-M. & Pérignon, C. (2000).** Demand for Football and intramatch winning probability: An essay on the glorious uncertainty of sports. *Applied Economics*, 32(13), 1757–1765. <https://doi.org/10.1080/000368400421101>
- Falter, J.-M., Pérignon, C. & Vercruyse, O. (2008).** Impact of Overwhelming Joy on Consumer Demand: The Case of a Soccer World Cup Victory. *Journal of Sports Economics*, 9(1), 20–42.
<https://doi.org/10.1177%2F1527002506296548>
- Forrest, D. & Simmons, R. (2002).** Outcome uncertainty and attendance demand: The case of English soccer. *Journal of the Royal Statistical Society, Series D (The Statistician)*, 51(2), 229–241.
<https://doi.org/10.1111/1467-9884.00314>
- Forrest, D. & Simmons, R. (2006).** New Issues in Attendance demand: The Case of the English Football League. *Journal of Sports Economics*, 7(3), 247–266. <https://doi.org/10.1177%2F1527002504273392>
- Forrest, D., Beaumont, J., Goddard, J. & Simmons, R. (2005).** Home advantage and the debate about competitive balance in professional sports leagues. *Journal of Sports Sciences*, 23(4), 439–445.
<https://doi.org/10.1080/02640410400021641>
- Forrest, D., Simmons, R. & Buraimo, B. (2005).** Outcome Uncertainty and the Couch Potato Audience. *Scottish Journal of Political Economy*, 52(4), 641–661. <https://dx.doi.org/10.1111/j.1467-9485.2005.00360.x>
- Garcia, J. & Rodriguez, P. (2002).** The determinants of football match attendance revisited: Empirical evidence from the Spanish Football League. *Journal of Sports Economics*, 3(1), 18–38.
<https://doi.org/10.1177%2F152700250200300103>
- Hart, R. A., Hutton, J. & Sharot, T. (1975).** A Statistical Analysis of Association Football Attendances. *Journal of the Royal Statistical Society, Series C Applied Statistics*, 24(1), 17–27. <https://doi.org/10.2307/2346700>
- Jang, H. & Lee, Y. H. (2015).** Outcome uncertainty, governance structure, and attendance: A study of the Korean professional football league. In: Lee, Y. H. & Fort, R. (Eds.), *The sports business in the Pacific rim*, pp. 59–81. New York: Springer.
- Jennett, N. (1984).** Attendances, Uncertainty of Outcome and Policy in Scottish League Football. *Scottish Journal of Political Economy*, 31(2), 176–198. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9485.1984.tb00472.x>
- Kuper, S. & Szymanski, S. (2018).** *Soccernomics: Why England lose: and other curious phenomena explained*. London: HarperSport.
- Neale, W. C. (1964).** The Peculiar Economics of Professional Sports: A Contribution to the Theory of the Firm in Sporting Competition and in Market Competition. *Quarterly Journal of Economics*, 78(1), 1–14.
<https://doi.org/10.2307/1880543>
- Nielsen Sports (2018).** *World Football Report*. <https://niensports.com/reports/world-football-2018/>
- Pawlowski, T. & Anders, C. (2012).** Stadium attendance in German professional football – The (un)importance of uncertainty of outcome reconsidered. *Applied Economics Letters*, 19(16), 1553–1556.
<https://doi.org/10.1080/13504851.2011.639725>

- Peel, D. A. & Thomas, D. A. (1988).** Outcome uncertainty and the demand for football: An analysis of match attendances in the English Football League. *Scottish Journal of Political Economy*, 35(3), 242–249. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9485.1988.tb01049.x>
- Peel, D. A. & Thomas, D. A. (1992).** The demand for football: Some evidence on outcome uncertainty. *Empirical Economics*, 17(2), 323–331. <https://econpapers.repec.org/RePEc:spr:empeco:v:17:y:1992:i:2:p:323-31>
- Peel, D. A. & Thomas, D. A. (1996).** Attendance demand: An investigation of repeat fixtures. *Applied Economics Letters*, 3(6), 391–394. <https://doi.org/10.1080/135048596356294>
- Rottenberg, S. (1956).** The baseball players' labor market. *Journal of Political Economy*, 64(3), 242–258. <https://doi.org/10.1086/257790>
- Scelles, N. (2017).** Star quality and competitive balance? Television audience demand for English Premier League football reconsidered. *Applied Economics Letters*, 24(19), 1399–1402. <https://doi.org/10.1080/13504851.2017.1282125>
- Schreyer, D., Schmidt, S. L. & Torgler, B. (2017).** Game outcome uncertainty and the demand for international football games: Evidence from the German TV market. *Journal of Media Economics*, 30(1), 31–45. <https://econpapers.repec.org/RePEc:taf:jmedec:v:30:y:2017:i:1:p:31-45>
- Schreyer, D., Schmidt, S. L. & Torgler, B. (2018).** Game Outcome Uncertainty and Television Audience Demand: New Evidence from German Football. *German Economic Review*, 19(2), 140–161. <https://doi.org/10.1111/geer.12120>
- Schreyer, D., Schmidt, S. L., Sascha, L. & Torgler, B. (2016).** Against all odds? Exploring the role of game outcome uncertainty in season ticket holders' stadium attendance demand. *Journal of Economic Psychology*, 56, 192–217. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2016.07.006>
- Simmons, R. (1996).** The demand for English league football: A club-level analysis. *Applied Economics*, 28(2), 139–155. <https://doi.org/10.1080/000368496328777>
- Statista (2018).** *European Football Benchmark: France*.
- Wilson, P. & Sim, B. (1995).** The demand for semi-pro league football in Malaysia 1989–91: A panel data approach. *Applied Economics*, 27(1), 131–138. <https://doi.org/10.1080/00036849500000015>
-

ANNEXE 1

RECENSEMENT ANNOTÉ DES ÉTUDES SUR L'EFFET DE L'INCERTITUDE DANS LE FOOTBALL

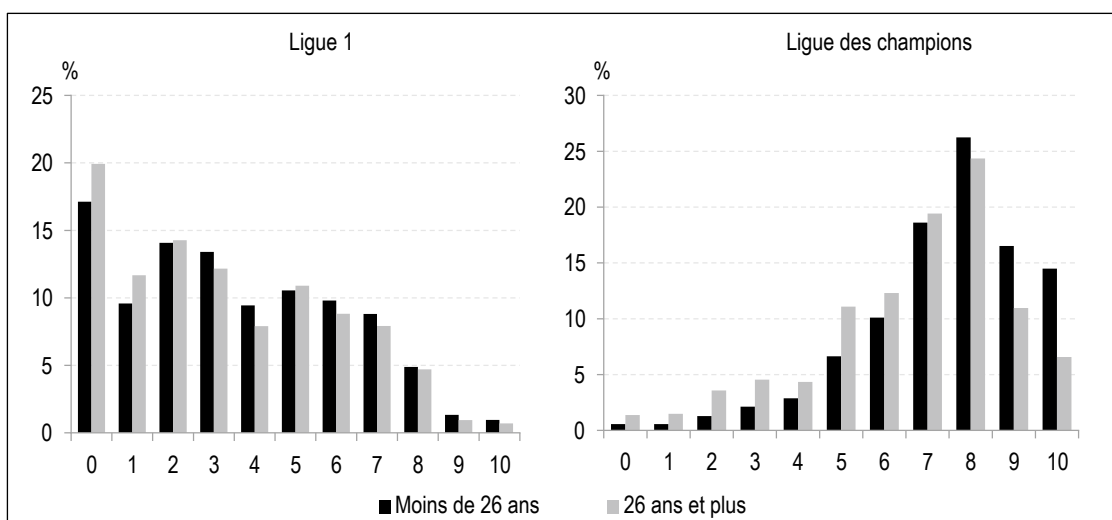
Auteurs (ordre chronologique)	Championnat	Saisons analysées	Variable dépendante	Mesure de l'incertitude	Effet de l'incertitude (résultat principal)
Hart, Hutton & Sharott (1975) Jennett (1984)	4 équipes anglaises Écosse Division 1	1969-1972 1975-1981	Affluence au stade Affluence au stade	Différence de classement des équipes Nombre de points nécessaires pour gagner le championnat	Non Oui
Cairns (1987) Peel & Tomas (1988)	Écosse Division 1 Angleterre Divisions 1-4	1979-1980 1981-1982	Affluence au stade Affluence au stade	Classement des deux équipes Paris sportifs (probabilité de gagner à domicile)	Oui Non
Peel & Tomas (1992) Wilson & Sim (1995)	Angleterre Divisions 1-4 Malaisie (Ligue avec deux divisions)	1986-1987 1989-1992	Affluence au stade Affluence au stade	Paris sportifs Différence de points entre les équipes	Non Non
Bairbridge, Cameron & Dawson (1996) Peel & Tomas (1996)	Angleterre Division 1 Écosse Divisions 1-3	1993-1994 1991-1992	Affluence au stade Affluence au stade	Différence de classement Paris sportifs	Non Non
Falter & Pérignon (2000) Czarnitzki & Stadtmann (2002) Forrest & Simmons (2002) Garcia & Rodriguez (2002)	France Division 1 Allemagne Division 1 Angleterre Divisions 1-4 Espagne Division 1	1997-1998 1996-1998 1997-1998 1992-1996	Affluence au stade Affluence au stade Affluence au stade Affluence au stade	Différence de classement Paris sportifs Paris sportifs Paris sportifs Paris sportifs Différence de classement	Oui Non Non Non Oui (les auteurs ne croient pas à leurs résultats)
Forrest, Buraimo & Simmons (2005) Forrest, Beaumont, Goddard & Simmons (2005) Forrest & Simmons (2006) Johnsen & Solvoll (2007) Buraimo & Simmons (2008) Buraimo (2008)	Angleterre Division 1 Angleterre Division 1 Angleterre Divisions 2-4 Norvège et Danemark Angleterre Division 1 Angleterre Division 1	1993-2002 1997-1998 1999-2002 1998-2007 2000-2006 1997-2004	Audience télévisée Affluence au stade Affluence au stade Audience télévisée Affluence au stade / Audience télévisée	Différence de points entre les équipes Paris sportifs Différence de points entre les équipes Différence de points entre les équipes Paris sportifs Différence de points entre les équipes	Oui Oui Non Non Non Non
Falter, Pérignon & Vercoyuisse (2008) Benz, Brandes & Franck (2009)	France Division 1 Allemagne Division 1	1996-2000 1999-2004	Affluence au stade Affluence au stade	Différence de points entre les équipes Différence de classement, différence de points entre les équipes, paris sportifs	Non Non (seulement pour les équipes avec une forte affluence)



Auteurs (ordre chronologique)	Championnat	Saisons analysées	Variable dépendante	Mesure de l'incertitude	Effet de l'incertitude (résultat principal)
Buraimo & Simmons (2009)	Espagne Division 1	2003-2007	Affluence au stade / Audience télévisée	Paris sportifs	Non (affluence) / Oui (audience)
Madalozzo & Berber Villar (2009)	Bésil Division 1	2003-2006	Affluence au stade	Différence de classement	Non
Alavy, Gaskell, Leach & Szymanski (2010)	Angleterre	2002-2006	Audience télévisée	Paris sportifs	Oui
Anders & Pavlowski (2012)	Allemagne Division 1	2005-2006	Affluence au stade	Paris sportifs	Non
Pawlowski (2013)	Allemagne Division 1 (6 matchs)	Sept.-Oct. 2011	Intention de consommer (enquêtes stades et bars)	Questions sur différentes mesures de l'incertitude	Oui
Jang & Lee (2015)	Corée du sud K-League (ligue fermée)	1987-2011	Affluence au stade	Paris des victoires et points moyens avant le match	Oui
Cox (2015)	Angleterre Division 1	2004-2012	Affluence au stade / Audience télévisée	Paris sportifs	Non (affluence) / Oui (audience)
Buraimo & Simmons (2015)	Angleterre Division 1	2001-2008	Audience télévisée	Paris sportifs	Non
Schreyer, Schmidt & Torgler (2018)	Allemagne Division 1	2012-2013	Affluence au stade des abonnés	Paris sportifs	Oui (les abonnées arrivent plus tôt dans le stade lorsque l'incertitude augmente)
Schreyer, Schmidt & Torgler (2018)	Allemagne Division 1 et Coupe	2011-2015	Audience télévisée	Paris sportifs	Oui (championnat) / Non (coupe)
Schreyer, Schmidt & Torgler (2017)	Coupes du monde et championnats d'Europe (Euro), Équipe nationale Allemande	6 coupes du monde, 5 Euro et matchs amicaux	Audience télévisée	Différence de classement FIFA	Oui sur les matchs avec intérêt
Scelles (2017)	Angleterre Division 1	2013-2014	Audience télévisée	Paris sportifs	Non
Caruso, Addesa & Di Domizio (2019)	Italie Division 1	2008-2015	Audience télévisée	Différence de classement, différence de points entre les équipes, paris sportifs	Non
Bedina & Pershakov (2017)	Russie Division 1	2012-2014	Affluence au stade	Paris sportifs	Non

ANNEXE 2

Figure A2-I – L'équilibre compétitif perçu pour la Ligue 1 et la Ligue des champions

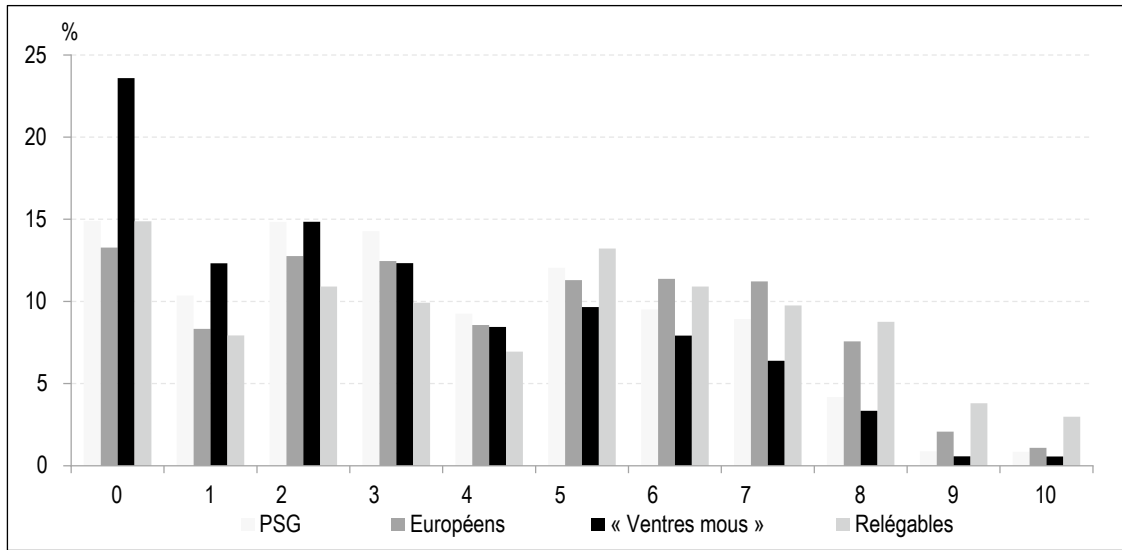


Note : 0 = « pas de suspense » / 10 = « beaucoup de suspense ».
 Source : PSE-L'Équipe, enquête *Quel supporter êtes-vous ?* - 2016.

Tableau A2-1 – Classement de la Ligue 1 saison 2015-2016

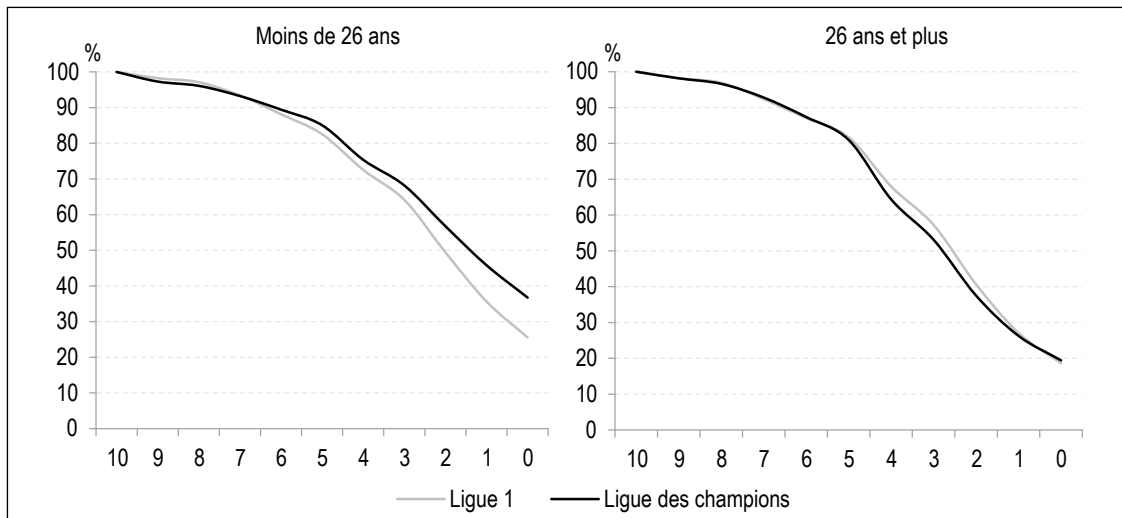
	Club	Points
1	Paris Saint-Germain	96
2	Olympique lyonnais	65
3	AS Monaco	65
4	OGC Nice	63
5	Lille OSC	60
6	AS Saint-Etienne	58
7	SM Caen	54
8	Stade Rennais FC	52
9	Angers SCO	50
10	SC Bastia	50
11	Girondins de Bordeaux	50
12	Montpellier HSC	49
13	Olympique de Marseille	48
14	FC Nantes	48
15	FC Lorient	46
16	EA Guingamp	44
17	Toulouse FC	40
18	Stade de Reims	39
19	GFC Ajaccio	37
20	ES Troyes AC	18

Figure A2-II – L'équilibre compétitif perçu pour la Ligue 1 selon les clubs



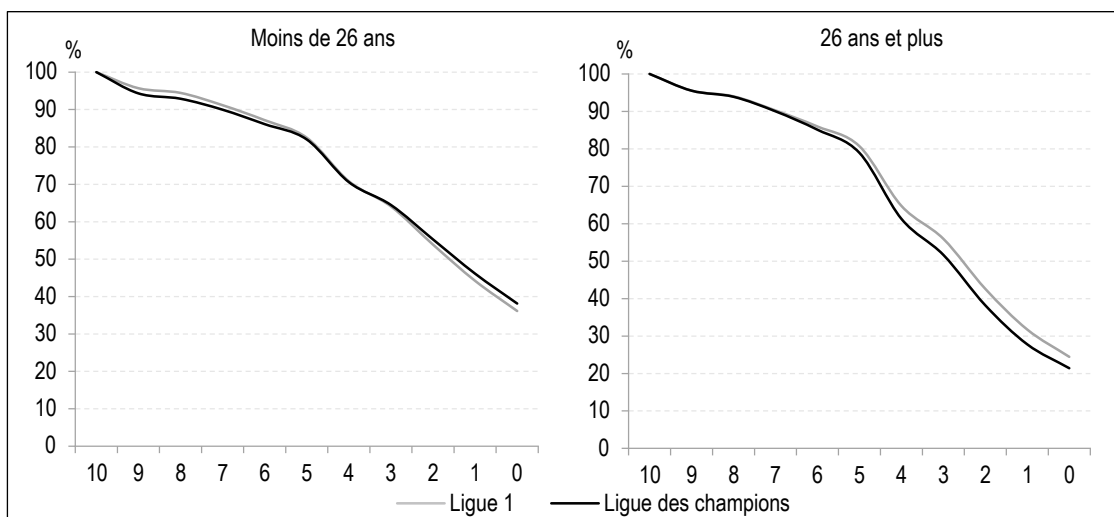
Note : 0 = « pas de suspense » / 10 = « beaucoup de suspense ».
 Source : PSE-L'Équipe, enquête *Quel supporter êtes-vous ?* - 2016.

Figure A2-III – Intention de ne pas renoncer en globalité à la Ligue 1 ou la Ligue des champions



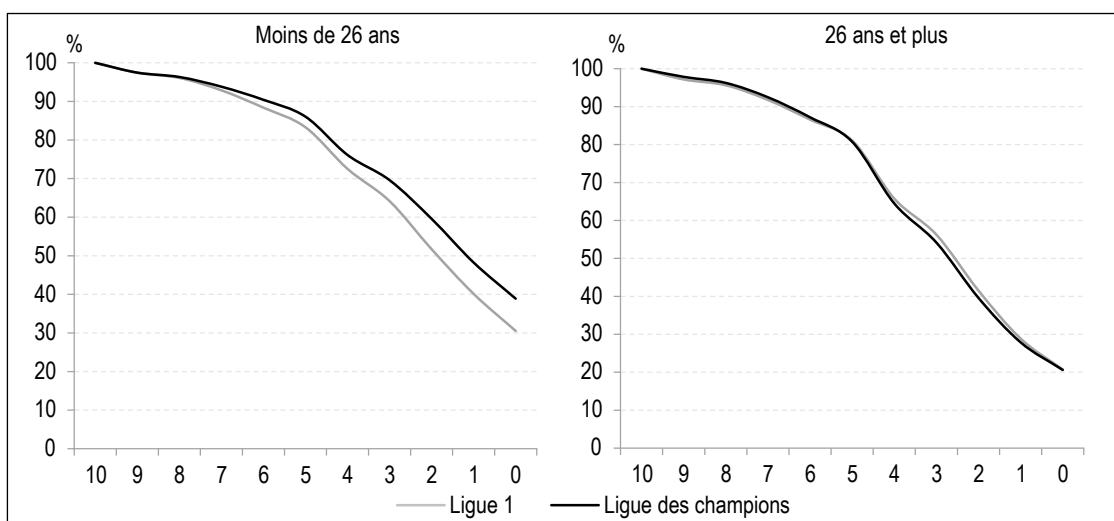
Note : 0 = « pas de suspense » / 10 = « beaucoup de suspense ».
 Source : PSE-L'Équipe, enquête *Quel supporter êtes-vous ?* - 2016.

Figure A2-IV – Intention de ne pas renoncer à aller au stade pour la Ligue 1 ou la Ligue des champions



Note : 0 = « pas de suspense » / 10 = « beaucoup de suspense ».
 Source : PSE-L'Équipe, enquête *Quel supporter êtes-vous ?* - 2016.

Figure A2-V – Intention de ne pas renoncer à regarder un match à la télévision de Ligue 1 ou de Ligue des champions



Note : 0 = « pas de suspense » / 10 = « beaucoup de suspense ».
 Source : PSE-L'Équipe, enquête *Quel supporter êtes-vous ?* - 2016.

