

Les réclames pour des ballons de football ? la Belle Epoque

[A la source We Are Football](#)

Publié le 01/01/1970 01:33



### Les réclames pour des ballons de football à la Belle Epoque

Dans ses mémoires, l'historien Jean-Jacques Becker raconte son expérience de l'exode en 1940 : «Le lendemain – écrit-il, nous ne pûmes franchir la Seine qu'après de longues heures d'attente. Nous avons tué le temps en jouant au ballon. Comme à l'époque j'étais passionné de football, mon père m'avait, quelques semaines plus tôt, apporté un superbe ballon, en cuir! que j'avais précieusement mis dans le coffre de la voiture au moment du départ. C'est avec ce ballon que nous jouions. Je suppose que, quand nous sommes repartis, je l'ai mal rangé, qu'il a roulé en dehors du coffre. Toujours est-il qu'en arrivant, il n'y avait plus de ballon et je mis longtemps à m'en consoler. Plus tard, j'y vis tout un symbole.» (Jean-Jacques Becker, *Un soir de l'été 1942... Souvenirs d'un historien*, Paris, Larousse, 2009, p. 47).

De fait, le ballon de football en cuir, avant que de petites mains ne les cousent à vil prix au Pakistan, était un objet sinon de luxe, du moins de valeur. La rubrique «A la source» va tenter d'en refaire l'histoire à partir de réclames parues dans la presse sportive depuis la fin du XIX<sup>e</sup> siècle.

Selon les périodiques parus à la Belle Epoque, c'est-à-dire pendant la période allant de 1900 à 1914, le ballon est d'abord un article étranger et recherché. Ainsi, dans les années 1906-1908, au moins 60% des réclames sont consacrées à des articles permettant de jouer au football association, comme en témoigne l'hebdomadaire *Tous les Sports*, l'organe de l'Union de sociétés françaises de sports athlétiques entre 1906 et 1908.

Le ballon reste donc un produit d'importation, la provenance britannique servant de gage de qualité. Selon Wray Vamplew, l'historien britannique du sport et de son économie, la sphère de cuir fait alors l'objet d'un commerce juteux à propos duquel l'entrepreneur William Shillcock, affirmait que la fourniture de ballons de

football était «une grande et profitable industrie » (Wray Vamplew, *Pay up and play the game. Professional Sport in Britain*, Cambridge University Press, 1988, p. 55). La firme Shillcock installée à Birmingham vendait entre 40 et 50000 ballons de football par an.

On aimerait en savoir plus sur le marché français, mais l'économie reste un angle mort de la recherche en histoire du sport et du football dans l'Hexagone. En tout cas, la référence britannique est omniprésente. A l'exemple du ballon «the Zug» de la maison Laurent qui serait «le seul employé en Angleterre pour les matchs de championnat» (image n°1 *Tous les Sports*, 21 février 1906). Sise boulevard de Sébastopol, sur la rive droite dans les quartiers commerçants des grands boulevards, la firme Laurent affirme être la créatrice du vrai Sandow, ces lanières de caoutchouc mises au point par le culturiste allemand Eugen Sandow pour ses entraînements. En tout cas, le cuir et le caoutchouc sont alors les matériaux essentiels de l'équipement du footballeur. Chez Joseph Paquin, Bertholle et Cie (43, boulevard des Capucines), la référence britannique est aussi explicite (image n°2 *Tous les Sports*, 16-10-1908). Au moins pour le ballon Scott «garanti indéformable». Le modèle le Jap est lui fabriqué en cuir chromé, un cuir traité au sulfate de chrome pour qu'il soit plus souple et malléable.

La maison des frères Tunmer, des Anglais installés en France depuis la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, bénéficie pleinement du prestige britannique. De plus, Arthur et Neville Tunmer ont compté parmi les fondateurs du Standard Athletic Club. Ils ont été aussi avec leur club les premiers champions de France de l'histoire en 1894. Leur affaire d'articles sportifs (trois magasins sur la rive droite, une usine à Levallois) bénéficie donc de leur aura de pionniers et de Britanniques. Les réclames pour les ballons des frères Tunmer jouent sur deux registres. L'esprit potache et étudiant tout d'abord. Le ballon shooté dans le visage d'un soleil anthropomorphisé (image n° 3 *Tous les Sports*, 6 janvier 1906) est un clin d'œil au film *Voyage dans la lune* de Georges Méliès (1902). Le shoot puissant sous forme de chandelle et de long dégagement est d'ailleurs un geste apprécié des spectateurs de ce premier football.

La maison Tunmer fait aussi paraître des réclames plus informatives (image n°4 *Tous les Sports* 13 octobre 1910). Trois modèles sont proposés, du plus cher le Tunmer spécial au meilleur marché, le Tunmer régimentaire, en passant par le Tunmer League. Résultat de l'assemblage de panneaux de cuir longs, le ballon Tunmer contient comme ses concurrents une chambre à air ou vessie que l'on peut insérer dans l'enveloppe de cuir grâce à une fente fermée par un lacet de cuir que les joueurs peuvent sentir lorsqu'ils font une tête... D'autant que le «ballon pèse 375 à 425 grammes et à une circonférence de 68 centimètres au moins, 70 centimètres»( Pierre et J. Garcet de Vauresmont, *Les Sports athlétiques. Football – Course à pied et Saut – Lancement*, Paris, Bibliothèque Larousse, 1912, p. 48-49) d'après les règlements diffusés alors en France. Cette publicité Tunmer est en soi un document qui en dit long sur le football français. Le Tunmer spécial renvoie à la formation d'un football d'élite en France. Le Tunmer League utilise la référence obligée à la Mecque du football: l'Angleterre et son championnat professionnel. Quant au modèle régimentaire, il est un indicateur de la diffusion du football dans l'armée française. Dans la première décennie du vingtième les militaires comptent parmi ceux qui diffusent les deux footballs rugby et association.

Qui pouvait s'offrir ces ballons? Le prix moyen des modèles les plus coûteux est de 17,33 francs, de 10,5 francs pour les moins chers. Bien que les magasins représentés par ces réclames proposent aussi des catalogues de vente par correspondance, leur clientèle est surtout composée d'urbains, dans une France

encore majoritairement rurale. Si l'on considère que 60 % du revenu des travailleurs de l'industrie était consacré à l'alimentation et que le salaire moyen d'un ouvrier s'établissait à moins de 5 francs par jour, on comprend que le ballon de football ait été encore un produit onéreux accessible aux enfants de la bourgeoisie mais accessible aux classes populaires dans le cadre d'associations sportives et de patronages religieux. D'ailleurs, l'absence d'un ballon autant que celle d'une équipe est un motif de forfait avant la guerre de 1914-1918.

Si d'autres marques telles que la maison Allen apparaissent sur le marché dans l'entre-deux-guerres que quelques décennies plus tard, le ballon reste un objet précieux. On comprend le désarroi du jeune Jean-Jacques Becker en 1940.

**Paul Dietschy**

**Université de Franche-Comté**

Il n'y a pas de lien pour cet article. Il n'y a pas de bibliographie pour cet article