

THE BEST OF CULTURE & ART DE VIVRE

APRIL 2019

FRANCE-AMÉRIQUE

BILINGUAL

OF POLITICS AND PLOWS
FRANCE'S NATIONAL AGRICULTURE SHOW

MICHEL HOUELLEBECQ
THE WRITER BEHIND THE PHENOMENON

KARL LAGERFELD
CHANEL LOSES ITS GUIDING LIGHT



Guide TV5Monde

Volume 12, No. 4 USD 8.00 / C\$ 10.60



O-TALLEC



FOOTBALL

UNE SUCCESS-STORY AMÉRICAINE

THE SUCCESS STORY OF SOCCER IN THE UNITED STATES

By Lindsay Sarah Krasnoff / Translated from English by Samuel Todd

Pour la majorité des Américains, l'influence culturelle française aux États-Unis se résume à la gastronomie ou à la mode, mais de plus en plus, le football français – soccer, outre-Atlantique – y fait une incursion. Le tournoi de Roland-Garros et le Tour de France ont placé la France au panthéon du sport moderne, mais la contribution du pays aux méthodes d'entraînement footballistique est aussi importante que méconnue. Most people think of food or fashion when they think of French cultural influences in the United States, but increasingly French football – aka soccer – is also making inroads. Roland Garros and the Tour de France carved a place for France within the pantheon of modern sports, but an equally important, albeit often hidden, contribution is the country's system of soccer training.

La France est à l'origine d'un des projets les plus aboutis en matière de formation des jeunes joueurs et dans ce domaine, l'influence du foot français aux États-Unis se taille la part du lion. L'intérêt américain pour l'approche hexagonale s'est développé depuis que la France a remporté la Coupe du monde en 1998, et s'est renforcé l'été dernier au Mondial de Russie. La nouvelle victoire des Bleus a validé la qualité du système – tout comme en témoigne le nombre de joueurs entraînés en France qui faisaient partie de sélections nationales : quelque 52 sportifs dans cinq équipes (France, Portugal, Maroc, Tunisie et Sénégal) en 2018. Depuis 2002, ce chiffre a atteint 218 joueurs, plus que toute autre nation. Ces statistiques trouvent un écho aux États-Unis où, depuis les années 1990, ce sport a le vent en poupe.

Développer la marque « Made in France »

Pour Alexis Gallice, manager du French Soccer Institute en Californie, cet aspect est primordial. « Il y a une part de romantisme concernant les Français », dit-il en précisant combien les athlètes français réussissent sur la scène sportive internationale. À la date du 2 août 2018, comme le note le quotidien sportif *L'Équipe*, plus de 150 athlètes français détenaient un titre mondial ou olympique, dont beaucoup se sont inspirés des gagnants de 1998.

« Nous avons beaucoup d'expérience dans le domaine de la formation des jeunes et des coachs, et nous avons beaucoup appris », précise Gallice. « Mais en même temps, nous pouvons faire preuve de timidité [quant il s'agit de promouvoir ces réussites] parce que nous n'avons pas assez confiance en nous, en notre capacité de vendre notre expertise. » Un savoir-faire durement acquis, comme le fait remarquer le président de Rush Soccer, Jérôme de Bontin, ancien directeur général de l'équipe des Red Bulls de New York. La réputation de la France comme pourvoyeuse de joueurs et d'entraîneurs date du début des années 1990, quand les Bleus avaient échoué à se qualifier pour les Coupes du monde de 1990 et 1994.

France has developed one of the world's most successful blueprints for training youth players, and it's at this level that French soccer's influence in the United States is growing. U.S. interest in the French way of soccer development has grown since France hosted and won the 1998 World Cup, and was significantly strengthened last summer during *Les Bleus'* fairytale World Cup tournament. The team's victory validated the system's successes – as did the number of French-trained players on World Cup rosters, some 52 men across five national teams (France, Portugal, Morocco, Tunisia, and Senegal) in 2018, and since 2002 a remarkable 218 players overall, more than any other country. Those metrics resonate in the United States where, starting in the 1990s, the game has enjoyed a resurgence.

Developing the ‘Made in France’ Brand

For Alexis Gallice, the General Manager of the French Soccer Institute in California, this spotlight is crucial. “There’s a bit of romanticism about the French,” he said, pointing out how well they’ve done on the global sports stage. As of August 2, 2018, more than 150 French athletes held world or Olympic championship titles, as French sports daily *L'Équipe* noted, many inspired by the original victors of 1998.

“We have experience in youth training development, or training coaches, we have learned a lot,” says Gallice. “But at the same time, we can be shy [about touting these accomplishments] because we’re not as confident, not as able to sell our knowledge.” It’s hard-won know-how, as Rush Soccer Chairman Jérôme de Bontin, who has served as General Manager of the New York Red Bulls, pointed out. France’s reputation as a producer of players and coaches dates to the early 1990s, when *Les Bleus* failed to qualify for the 1990 and 1994 World Cups. •••

La joueuse Julie Beth Ertz, qui évolue au poste de défenseuse en milieu de terrain, est l'une des stars de l'équipe féminine de soccer des États-Unis. Player Julie Beth Ertz, who plays midfield defense, is one of the stars of the women's national soccer team in the United States. © Quality Sport Images/Getty Images

Pour remédier à la situation, la Fédération Française de Football (FFF) avait alors augmenté le financement des clubs, que ce soit au niveau local, régional ou professionnel. Mettant l'accent sur la formation de joueurs techniques, le pays en a récolté les premiers lauriers lors de la victoire de la France en 1998. Cette Coupe du monde a fait connaître le foot français. «À partir de ce moment-là», explique De Bontin, «tous les pays du monde se sont intéressés à notre modèle en se demandant comment les Français avaient accompli leur révolution du ballon rond».

La fédération allemande (DFB) a passé beaucoup de temps à apprendre des Français, et la fédération américaine a fait de même après l'élimination de son équipe masculine lors de la phase de poule en 1998. Cependant, malgré les tentatives de De Bontin, le partenariat avec la fédération américaine est resté lettre morte jusqu'à ce que les Bleus touchent de nouveau le fond, lors du Mondial 2010 en Afrique du Sud.

Exporter le savoir-faire français en matière de coaching

En même temps qu'elle peaufinait ses programmes d'entraînement, la FFF commençait à explorer de nouvelles pistes. Le directeur technique national de l'époque, François Blaquart, en partenariat avec l'entraîneur Fred Lipka et la Major League Soccer (MLS), élabora un programme d'entraînement des coachs américains selon la méthode française. Il en résulta un programme de formation intensive de 52 semaines pour les entraîneurs, lancé en 2013 et comprenant plusieurs semaines d'observation au sein des meilleurs clubs européens.

« L'influence française est importante car, avec l'Allemagne, la France est l'équipe dont les résultats sont les plus réguliers en compétition », précise Lipka. « Les Américains ont beaucoup de respect pour les vainqueurs. » Un respect qui n'a fait que grandir au fil des années, à l'image de la réputation du pays. « Le système français est sans doute celui qui produit le plus grand nombre de joueurs, et parmi les meilleurs, parce qu'il existe une nécessité économique de vendre des joueurs », ajoute Lipka. La plupart des clubs de foot pros français restent dans la course en formant des joueurs avant de les revendre à des clubs à l'étranger pour des sommes souvent considérables. C'est en partie parce qu'ils ne bénéficient pas des mêmes rentrées d'argent via les droits de retransmission à la télé ou les investissements étrangers, comme leurs homologues en Angleterre, en Allemagne, en Espagne ou en Italie.

TTo remedy the situation, the French Football Federation (FFF) provided greater resources to clubs at the local, regional, and professional levels. It emphasized developing technically savvy players and produced the first returns when France won in 1998. The tournament put French soccer on the map. "From that point onward," says de Bontin, "all the countries around the world looked at the French model wondering, 'What have the French done well and how can we replicate this?'"

One federation that spent a lot of time learning from the French was the German Football Association. Another was U.S. Soccer, which was problem solving after the men's team was eliminated during the group stage in 1998. Yet, despite de Bontin's attempts, a partnership didn't happen until after *Les Bleus* hit rock bottom again at the 2010 South Africa World Cup.

Exporting French Coaching Know-How

As the FFF fine-tuned its training programs and started to explore new opportunities. The then national technical director François Blaquart worked with longtime coach Fred Lipka and Major League Soccer (MLS) to create a program to train American coaches in the French method. The result was an intense 52-week training program for coaches launched in 2013 that included several weeks observing the best European clubs.

"French influence is important because, alongside Germany, France is the team with the most regular results in competition," Lipka said. "Americans are very respectful of those who win." It was a respect deepened over the years as the country's reputation grew. "The French system is certainly the one that produces among the most, and perhaps some of the best, because there is an economic need to sell players," he says. Since most French professional soccer clubs do not enjoy the same infusion of money from television broadcast rights or foreign investment as counterparts in England, Germany, Spain, or Italy, they remain in business by developing players and selling them to foreign clubs for oftentimes large sums. ●●●

Cependant, la présence de jeunes joueurs américains sous la houlette de coachs de la MLS formés par les Français ne s'est pas encore traduit par des résultats concrets, comme on l'a vu lors de la non-qualification des États-Unis pour la Coupe du monde 2018 en Russie.

Attiser l'intérêt pour le foot français dès le plus jeune âge

Plutôt discrètes au sein de la MLS et des équipes nationales, les influences françaises sont visibles à des niveaux plus accessibles du foot américain. Prenez le French Soccer Institute, que Gallice a lancé en Californie du sud en 2013. Le FSI s'est spécialisé dans la méthode française de formation, axée sur la technique – et les coachs français – à destination des garçons et filles américains âgés de 12 à 18 ans.

« L'idée est de développer l'intelligence des joueurs sur et en dehors du terrain », explique Gallice. « Pour faire preuve d'intelligence sur le terrain, il faut comprendre tous les signes que vous recevez, que vous êtes capables de voir durant un entraînement ou pendant un match. »

C'est, à bien des égards, la même formation que reçoivent les joueurs en France. Le FSI et ses entraîneurs travaillent avec des jeunes locaux et récemment, le coach Romuald Turci a mené le Los Angeles Breakers FC, une équipe d'élite de jeunes garçons, en finale du Tournoi des champions de l'Orange County.

C'est cet accent mis sur la flexibilité – s'entraîner pour jouer et exceller dans n'importe quel championnat de la planète – qui fait la marque de fabrique du modèle français, et que les coachs du FSI cherchent à transmettre à leurs jeunes joueurs, et également une des raisons clés pour lesquelles l'influence du foot français trouve un public réceptif aux États-Unis.

Toucher le public américain

Pour ceux qui ne suivent pas de près le foot, s'y retrouver peut s'avérer compliqué. Les résultats du Mondial sont d'autant plus importants – et influents – aux États-Unis que c'est, pour le public américain, le moyen le plus simple de voir évoluer et d'avoir accès à des équipes internationales qu'ils n'auraient sans cela pas l'occasion de voir à la télé. La Premier League anglaise est retransmise sur NBC, la Série A italienne et La Liga espagnole sont disponibles à la demande respectivement sur ESPN+ et BeIN Sports, mais la Ligue 1 française est la grande absente du petit écran aux États-Unis.

However, having young U.S. players under the guidance of French-trained MLS coaches has yet to translate into results for the men's national teams, as evidenced most recently by the United States' non-qualification for Russia 2018.

Stoking Interest in French Soccer at the Grassroots Level

While the world of MLS and the national teams are more rarified, French influences are present in other, more broadly accessible levels of soccer across the United States. Take the French Soccer Institute, which Gallice launched in southern California in 2013. It brings the French method of player training and focus on technique – and French coaches – to U.S. boys and girls aged 12 to 18.

"The idea is to develop player intelligence on and off the field," says Gallice. "To be intelligent on the field you have to understand all the signs that you receive, that you are able to see during training or during a game."

It's in many ways the same training that players in France receive. FSI and its coaches work with local youths and most recently, coach Romuald Turci led the Los Angeles Breakers FC, an elite boys youth team, to the Orange County Tournament of Champions finals. It's this emphasis on adaptability, of being trained to perform and excel in any league in the world, that's a hallmark of the French system, one that FSI coaches try to instill in their young players and a key reason why French soccer influences in the United States are finding a receptive public.

Reaching the American Audience

But for those who do not intimately follow global soccer, breaking through the sports cacophony can be difficult. World Cup results are all the more important – and influential – in the United States because that's the main way that the American public can watch and access global teams who they may otherwise not be able to watch on television. England's Premier League is broadcast on NBC, Italy's Serie A and Spain's La Liga are available to stream on ESPN+ and BeIN Sports respectively but France's Ligue 1 is absent from the television mix. ●●●

« La Coupe du monde est retransmise aux quatre coins de la planète, notamment aux États-Unis », note le coach Pierre Barrieu. Grâce à la saison 2018-2019, fait-il remarquer, « vous pouvez discuter du foot français avec beaucoup de gens, mais le fan moyen en saura davantage sur les autres grands championnats européens parce qu'ils sont déjà accessibles. »

Burton Haimes, membre historique de la fédération américaine de foot et ancien président du conseil d'administration de l'American Youth Soccer Organization, observe depuis plusieurs décennies le développement du jeu aux États-Unis. Selon lui, le relatif manque d'investissement des organismes du foot français aux U.S., comparé à leurs homologues anglais, allemands ou espagnols, est fâcheux. C'est en partie un problème financier. « La FFF n'en a pas les moyens », explique-t-il. Sans compter la barrière de la langue. « Les États-Unis attirent en priorité de jeunes Britanniques, des gamins à l'accent anglais. »

Le manque d'accessibilité est un handicap de taille pour l'essor du jeu et du modèle français. En effet, la FFF n'a pas débloqué de fonds pour développer sa filiale aux États-Unis au-delà du partenariat avec la MLS, comme l'ont fait la Bundesliga, La Liga, la Serie A et la Premier League. Au-delà des téléspectateurs qui regardent les retransmissions de la Coupe du monde, seuls les fans purs et durs sont au fait. Ils connaissent Nabil Fékir, l'attaquant de l'Olympique Lyonnais, Blaise Matuidi qui évolue à la Juventus de Turin et d'autres stars françaises de la Premier League comme Paul Pogba (Manchester United) ou N'Golo Kanté (Chelsea).

Les influences transatlantiques dans le football féminin

De plus en plus d'afficionados du foot féminin ont découvert l'Olympique Lyonnais, une des meilleures équipes mondiales. L'OL, comme on la surnomme, est l'une des équipes pros ayant remporté le plus de titres. De nombreuses joueuses de l'OL sont sélectionnées en équipe nationale (les Bleues). Mais l'OL a aussi recruté parmi les meilleures joueuses étrangères (bien rémunérées au passage), avec des prodiges américaines comme Megan Rapinoe, Alex Morgan et Morgan O'Brian.

À l'inverse, plusieurs Françaises ont joué aux États-Unis : les internationales à la retraite Camille Abily et Sonia Bompastor ont toutes deux évolué au sein de la Ligue professionnelle nord-américaine de foot, et Amandine Henry a joué une saison avec les Portland Thorns.

Selon Gallice, l'échange de savoir-faire et d'informations lorsque les joueurs évoluent à l'étranger est primordial. Lors de la Coupe du monde féminine, du 7 juin au 7 juillet, les spectateurs du monde entier auront à nouveau les yeux rivés sur le foot français. Un bon moment pour solliciter la contribution de la France au foot mondial. Beaucoup voudront briller, qui l'emportera ? ■

"The World Cup is broadcasted everywhere in the world, especially in United States," says Barrieu. Thanks to the 2018-19 cycles, "you can talk with a lot of people about French soccer, but the average fan will know more about these other leagues because they're accessible right now."

Burton Haimes, a lifelong U.S. Soccer member and former Chairman of the Board for the American Youth Soccer Organization, has watched the game develop in the United States over the past several decades. For him, the relative lack of investment by French soccer entities in the United States compared to their British, German, or Spanish counterparts, is unfortunate. Part of it is financial. "They [the FFF] don't have the financial commitment to do so," he says. Then there's the language barrier. "The biggest attraction in the United States is to bring over young British, English-accented."

Lack of accessibility is prohibitive to growing the French game and influence. As many point out, the FFF has not committed finances to grow its brand in the United States beyond the MLS partnership in ways that the Bundesliga, La Liga, Serie A, and Premier League have. Aside from those who watch the World Cup, it's the hard-core fans who are in-the-know about French soccer. They'll be just as familiar with Olympique Lyonnais' Nabil Fékir as they are with Juventus' Blaise Matuidi, or some of the French stars in the Premier League like Paul Pogba (Manchester United) and N'Golo Kanté (Chelsea).

Transatlantic Influences in Women's Soccer

Increasingly, those who follow the women's game are familiar with one of the best women's teams in the world, Olympique Lyonnais Féminin. OL, as the team is known, is one of the winningest professional female teams, and many of its players are on the French national team, *Les Bleues*. But OL has also fielded some of the world's best players (and paid them well in the process) – including American stars Megan Rapinoe, Alex Morgan, and Morgan O'Brian.

Conversely, several French players have played in the United States: Retired internationals Camille Abily and Sonia Bompastor both played in the North American Women's Professional Soccer League, and Amandine Henry played a season with the Portland Thorns.

For Gallice, the exchange of information and know-how that occurs when players play overseas is important. As the Women's World Cup kicks off this summer, the world's eyes will once again center upon French soccer, a moment to stimulate interest in the country's contributions to the global game. Many will dare to shine, but who will prevail? ■