



**HAL**  
open science

## Le supportérisme à distance : une forme d'identification aux clubs de football

Ludovic Lestrelin, Jean-Charles Basson

► **To cite this version:**

Ludovic Lestrelin, Jean-Charles Basson. Le supportérisme à distance : une forme d'identification aux clubs de football. Société de sociologie du sport de langue française. Dispositions et pratiques sportives. Recherches et débats actuels en sociologie du sport, L'Harmattan, pp.331-344, 2004. hal-02177378

**HAL Id: hal-02177378**

**<https://hal-normandie-univ.archives-ouvertes.fr/hal-02177378>**

Submitted on 8 Jul 2019

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

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

## ***Le supportérisme à distance* : une forme d'identification aux clubs de football**

Ludovic Lestrelin et Jean-Charles Basson<sup>1</sup>

Lorsque l'on interroge les spectateurs de football sur leurs principales motivations, le soutien à l'équipe locale devance l'ambiance dans les tribunes, l'espoir d'un beau spectacle, la perspective de passer un bon moment avec des proches ou bien encore celle de voir évoluer les joueurs en chair et en os<sup>2</sup>. Cette affirmation semble pourtant omettre un processus engagé depuis quelques années : l'élargissement du cercle de recrutement des clubs et la diversification des identifications au territoire. Cette tendance s'expliquerait par le fait que « l'attachement à un club ne passe plus nécessairement par la participation à un rituel collectif, le match, par l'appartenance à une ville ou à une nation, mais par la télévision » (Mignon, 1999, p.126). Là où autrefois les amateurs de football s'identifiaient à l'équipe qu'ils voyaient évoluer en se rendant au stade le plus proche, la télévision permet, aujourd'hui, de soutenir un club en dehors des affinités liées aux origines ou au lieu de résidence des spectateurs. Tant et si bien que le supportérisme semble prendre des traits nouveaux qui redéfinissent, tout en les complexifiant, les façons de supporter une équipe de football. Se dessine, de ce fait, un mode de soutien très particulier que l'on choisit de qualifier de *supportérisme à distance*<sup>3</sup>.

### **1. *Le supportérisme à distance* : éclaircissement d'une notion**

Cette forme de passion partisane consiste à supporter une équipe de football distante (parfois de plusieurs centaines de kilomètres) de son lieu de résidence. Elle révèle ainsi la possibilité d'être supporter d'un club qui n'est pas celui de la ville ou de la région habitées. *Le supportérisme à distance* désigne donc à la fois un processus d'identification et de mobilisation en faveur des clubs de football sans lien d'attachement local avec l'équipe supportée. Cette forme de soutien particulière ne se limite pas, en effet, à un suivi via la télévision ou les journaux. Elle ne se réduit pas non plus à une revendication d'appartenance, aussi symbolique soit-elle, au club par le port des couleurs de ce dernier. Plus poussée, la notion de *supportérisme à distance* incorpore des formes de soutien extrêmes et jusqu'aboutistes, notamment le suivi, en groupe ou de façon individuelle, de l'équipe sur tous les stades où elle se produit.

Si supporter l'équipe de la ville ou de la région d'origine paraît admis, s'identifier totalement à un club éloigné l'est beaucoup moins. Toutefois, cette forme de supportérisme atteste, en premier lieu, la nécessité de « mettre à distance » au moins deux idées reçues. La première

---

<sup>1</sup> Faculté des Sciences du sport, Université de Rouen : respectivement, allocataire moniteur – doctorant et maître de conférences – codirecteur (avec Jacques Defrance, professeur des universités, Paris X – Nanterre) de la thèse ; Centre d'études des transformations des activités physiques et sportives (CETAPS).

<sup>2</sup> C'est ce que révélait une enquête publiée par l'hebdomadaire *France Football* (n°2805, 7 janvier 2000, p.3). Cette étude, menée entre novembre et décembre 1999, sur les stades de première division, est à ce jour inédite : son échelle et la nature de son échantillon (près de 2000 personnes représentatives de la composition sociologique des stades de football ont été interrogées à cette occasion) lui confèrent, par ailleurs, un certain crédit.

<sup>3</sup> Voir plus particulièrement : Lestrelin L. (2001), *Habiter Rouen et supporter l'Olympique de Marseille. Une approche sociologique du « supportérisme à distance »*, Mémoire de DEA, faculté des sciences du sport, Université de Rouen, sous la direction de Jean-Charles Basson. De même, nous consacrons notre thèse à la comparaison internationale de différentes formes de *supportérisme à distance*.

consiste à penser que le supporter a besoin d'être proche de l'équipe qu'il soutient pour pouvoir vivre pleinement sa passion. Il aurait besoin d'être en contact régulier, au plus près de son club, pour pouvoir le sentir et vibrer à ses tribulations. La seconde supposition, liée à la première, induit que la distance géographique et l'éloignement engendrent un soutien moins passionnel, moins inconditionnel que celui manifesté par les personnes originaires de la ville ou de la région où est implanté le club de football. L'étude d'un groupe rouennais de supporters de l'Olympique de Marseille « affilié » aux *Ultras de Marseille* (une *section* dans le langage supportériste) vient contredire ces deux postulats<sup>4</sup>. Mais il y a plus, l'existence du *supportérisme à distance* révèle la présence d'enjeux de connaissances théoriques et empiriques importants. Il implique, en effet, de relire les travaux fondateurs menés sur les supporters de football. Ainsi les recherches réalisées par Christian Bromberger, d'une part, et Patrick Mignon, d'autre part, sur les modes d'adhésion des supporters au spectacle du football laissent-elles dans l'ombre les identifications et les formes de soutien *à distance*.

## 2. Comment intégrer les *supporters à distance* aux schémas actuels des identifications partisanses ?

Si le schéma explicatif des engagements supportéristes ne peut être remis en cause, nous assistons aujourd'hui à une complexification et à un élargissement de la « palette identificatoire » des supporters de football. Comment, dès lors, comprendre cette identification *à distance* quand la thèse développée par Christian Bromberger est fondée sur les notions de territoire, de proximité et d'identité, insistant sur l'idée que les clubs de football représentent un style local et incarnent une collectivité, une communauté (Bromberger, 1995, p.45-69) ? Aussi, le *supportérisme à distance* souligne combien « les préférences partisanses [...] ne reflètent pas mécaniquement les insertions locales ou professionnelles ». En effet, les liens entretenus entre le collectif que représente l'équipe et les amateurs de football ne sont pas aussi évidents, et « l'image de supporters soutenant l'équipe de football de leur ville ou de leur région dans un bel élan unanime doit [...] être nuancée » (Bromberger, 1995, p.106-108). Plus, comme l'écrit Patrick Mignon, le « choix » du club supporté s'effectue tantôt par hasard, tantôt en relation « à sa première expérience de football, [au club] le plus prestigieux du moment, [ou encore selon] l'identification à une origine nationale » (Mignon, 1998, p.225). Toutefois, Christian Bromberger rappelle que « la loyauté envers sa collectivité se module selon les situations et les échelles d'insertion mises en jeu ». Il en conclut que l'adhésion pour le club local « est forte, généralisée, quasi prescriptive dans des villes déprimées et brocardées », comme Marseille ou Naples par exemple (Bromberger, 1995, p.108).

Dans ce cas, pourquoi des Rouennais s'identifieraient-ils à l'Olympique de Marseille (OM) et à la ville phocéenne ? Deux types d'explication sont alors avancés : d'une part, le passé et la dimension « historique » des clubs de football justifient l'attachement diffus de nombreux supporters ; d'autre part, la médiatisation et les succès sportifs participent à la « dispersion » des groupes de fans. Ainsi, dans son étude sur le supportérisme à Turin, Christian Bromberger note l'existence de nombreuses sections de *tifosi* (les supporters italiens les plus fervents et les plus enthousiastes) de la Juventus. Il dénombre 1.166 clubs de supporters voués au soutien de

---

<sup>4</sup> Notre travail de DEA a, en effet, consisté en l'étude de la section de Rouen des *Ultras* marseillais. Pour mener à bien ce projet, nous avons eu recours à un ensemble de méthodes qualitatives laissant une place importante aux points de vue des acteurs : observations directes réalisées à l'occasion de déplacements effectués par la section de Rouen pour soutenir l'OM, traitement documentaire de données brutes (entre autres choses, le listing des adhérents normands et le journal de la section), entretiens biographiques menés auprès de dix-huit membres de la section... Ce groupe (d'un peu moins de cent adhérents) permet de saisir l'organisation qui régit cette passion et ce qui pousse des supporters à s'attacher à une équipe éloignée géographiquement, affectivement et culturellement.

cette équipe, ce qui constitue de loin « un record mondial sur l'échelle de l'associationnisme supportériste ». Cet essaimage va même au-delà des frontières italiennes puisqu'il existe des *Juventus Club* dans plusieurs pays étrangers. L'auteur y voit le signe du « rayonnement international du club », celui-ci fonctionnant aussi comme « un étendard de ralliement pour de nombreux émigrés italiens à travers le monde » (Bromberger, 1995, p.54).

Dans les quelques paragraphes consacrés à la mobilisation et à l'engouement à distance pour le football, Patrick Mignon souligne à son tour ce qu'il croit constitutif de cette passion « délocalisée »<sup>5</sup>. Selon lui, soit elle « renvoie à des mouvements migratoires », comme c'est le cas, en France, pour les clubs bretons ou corses ; soit elle est liée aux succès des clubs et à leur médiatisation, comme ce fut le cas pour l'Association sportive de Saint-Etienne dans les années 70 et l'OM dans les années 90 (Mignon, 1998, p.216). Sans doute pertinentes, ces explications ne peuvent suffire : si le prestige de l'OM attire certains supporters rouennais, d'autres facteurs conditionnent leur pleine adhésion à l'équipe phocéenne.

### 3. Les conditions favorables au *supportérisme à distance*

L'Olympique de Marseille, comme bien d'autres clubs français et étrangers, est capable de mobiliser des passions partisans à distance. On constate ainsi l'existence de nombreuses sections « délocalisées » de supporters marseillais dans de nombreuses régions de France. Aussi, si l'analyse repose ici sur la sociologie des *supporters* de l'OM résidant à Rouen, elle permet de dégager un schéma d'analyse propre à saisir l'organisation, la création et le développement du *supportérisme à distance* de manière plus générale. Autrement dit, il est possible de replacer les observations monographiques formulées à partir de l'exemple rouennais dans un cadre d'analyse plus large. Pour ce faire, trois dimensions importantes sont à prendre en considération : l'implantation des sections à *distance*, l'organisation des groupes de supporters et, enfin, l'environnement dans lequel ils se développent.

#### a) Les logiques d'implantation des sections à *distance*

L'implantation des sections à *distance* obéit, tout d'abord, aux principes et aux logiques revendiqués par les groupes de supporters implantés localement (c'est-à-dire à Marseille dans l'exemple retenu ici). Dans le cas marseillais, ce sont eux, en effet, qui essaient et qui font office, à ce titre, de « hiérarchie directe » vis-à-vis des sections « délocalisées » qu'ils créent. Il y a donc, dans le modèle organisationnel produit par l'OM, un « centre », incarné par le groupe marseillais, et des « entités périphériques » (des satellites en quelque sorte) représentées par les sections à *distance*.

Alors que certains groupes se replient parfois sur l'identité et les particularismes locaux (c'est le cas, par exemple, de trois groupes de supporters marseillais : les *Fanatics*, les *Marseille Trop Puissant* et les *Winners*) et, dans ce cas, ne souhaitent voir dans leurs rangs que des supporters originaires de la ville ou de sa proche région<sup>6</sup>, les *Ultras de Marseille* adoptent une toute autre position. Les sections de *supporters à distance* y sont vues comme autant de forces, de ressources qui permettent au groupe de prouver sa capacité à mobiliser en nombre

<sup>5</sup> Le terme « délocalisée » est ici employé dans la mesure où ces entités, situées géographiquement à distance des clubs de football et de leur « centre de direction » supportériste, impliquent un transfert et une déconcentration des foyers d'activité des groupes de supporters.

<sup>6</sup> Les *South Winners 87* (selon le nom que ce groupe de supporters marseillais s'est donné) possèdent néanmoins trois sections, créées très récemment, en Haute-Savoie, à Paris et à Saint-Quentin. Pour de plus amples détails sur ce groupe, voir : Bromberger C. (1999), « Supportérisme et engagement social », *Les Cahiers de l'Insep*, n°25, p.281-293 ; Roumestan N. (1998), *Les supporters de football*, Paris, Anthropos.

des supporters dans n'importe quel stade français (voire européen)<sup>7</sup>. Selon ce « positionnement stratégique », les sections permettent de contribuer à la renommée du groupe, à la fois dans « l'espace supportériste » (c'est-à-dire vis-à-vis des autres associations de supporters), mais aussi vis-à-vis des dirigeants du club (notamment quand il s'agit de négocier les tarifs des abonnements dans les virages du stade vélodrome)<sup>8</sup>. A ce titre, si elle veut perdurer et continuer à bénéficier des rétributions offertes par le centre marseillais (notamment des places à tarif réduit à chaque match de l'OM, à Marseille ou dans les autres stades de France et d'Europe), la section de Rouen, fondée en 1997, se doit de satisfaire à un certain nombre d'exigences<sup>9</sup>. Les responsables du groupe normand doivent ainsi assurer une mobilisation importante et régulière des membres, assimiler puis diffuser la culture partisane revendiquée par les Marseillais : en d'autres termes, ce sont autant de garanties de sérieux et d'authenticité à apporter aux supporters marseillais. Le « label partisan » octroyé au groupe rouennais en dépend. Aussi, les sections de *supporters à distance* doivent-elles être analysées à la lumière des relations qu'elles entretiennent avec leur hiérarchie directe située dans la ville où est implanté le club.

De fait, on mesure l'une des limites à l'implantation de ces sections. Porteurs de projets et de revendications qui vont au-delà de la passion pour le football, certains groupes de supporters voient d'un mauvais œil l'intrusion « d'étrangers » dans les tribunes phocéennes. Ainsi, ils se refusent à autoriser la création de sections « de province »<sup>10</sup>. L'implantation de formes de *supportérisme à distance* suit donc les orientations stratégiques, mais aussi les évolutions, les conflits, les divergences et les intérêts qui impriment le fonctionnement du supportérisme « local ». Ainsi, un changement de leader peut provoquer un brusque remaniement des revendications. L'existence des sections « de province » repose dès lors sur un équilibre fragile.

## **b) La dimension organisationnelle des groupes de supporters**

La compréhension de l'existence d'une section à Rouen et d'adhésions supportéristes à *distance* doit, par ailleurs, être rapportée à la dimension organisationnelle des *Ultras* marseillais. Les Rouennais sont tout d'abord sensibles à la tradition supportériste associée à l'OM et aux *Ultras*. Premier groupe français fondé, en 1984, sur l'alternative autonome, les *Ultras* sont perçus comme une sorte d'avant-garde militante, festive, promouvant une ambiance exceptionnelle et incomparable<sup>11</sup>. Par ailleurs, l'image et les valeurs qui leur sont

<sup>7</sup> Ainsi, les *Ultras de Marseille* ont créés, depuis 1989, 26 sections à *distance* réparties dans toute la France et à l'étranger. Ils constituent aujourd'hui l'un des plus grands groupes de supporters français, réunissant environ 5000 membres.

<sup>8</sup> Les *Yankees* et les *Dodger's*, deux autres groupes autonomes marseillais, s'inscrivent aussi dans cette logique. Plus médiatisés et mieux ancrés dans la tradition supportériste marseillaise, les *Yankees* attirent vers eux une population issue de régions plus lointaines que les *Dodger's*, créés en 1992, dont le nom n'est pas encore systématiquement associé à l'OM.

<sup>9</sup> C'est la section de Rouen, par l'intermédiaire de ses responsables, qui sollicite la direction marseillaise afin d'obtenir des places. Mais c'est cette dernière qui contrôle leur distribution finale. Il arrive ainsi que l'offre marseillaise ne suffise pas à répondre à la demande rouennaise (notamment lors des matches les plus prestigieux). Cependant, les souhaits des supporters normands sont d'autant mieux satisfaits que la section, par son activité et son dynamisme, est reconnue par le centre décisionnel marseillais.

<sup>10</sup> Il est intéressant, par ailleurs, de noter comment, par le vocabulaire, s'opère le « renversement de centralité » qui voit Marseille devenir le pôle de référence de l'ensemble du territoire national qualifié alors de « province » (Paris compris...).

<sup>11</sup> Rappelons qu'il existe deux modèles de supportérisme implantés en France : les associations officielles et les groupes autonomes *ultras*. Les unes sont contrôlées directement par les clubs de football, tandis que les autres constituent une alternative à ce modèle et revendiquent leur indépendance. Pour une étude comparée de ces deux formes de supportérisme, voir : Basson J.-C., Nuytens W., (2001), « Modes d'encadrement et de contrôle des

associées jouent un rôle non négligeable dans l'engagement (et l'engouement) normand. Se voulant apolitiques et moins turbulents que d'autres groupes de supporters marseillais, ils « rassurent » les nouveaux adhérents de la section rouennaise qui déclarent craindre les extrémistes et les fanatiques. Le calme (relatif) affiché par ce groupe est alors propice à reconduire l'expérience supportériste. A l'inverse, des incidents ou des comportements agressifs, constatés lors de déplacements de la section dans les stades (où les Rouennais se trouvent alors mélangés avec les Marseillais... et les autres sections *Ultras* « délocalisées »), peuvent rebuter définitivement les nouveaux *supporters à distance*.

### c) L'aspect contextuel et concurrentiel

Pour parfaire le cadre d'appréhension du *supportérisme à distance*, le troisième (et dernier) aspect à prendre en considération demeure la dimension contextuelle et concurrentielle. Dans le cas rouennais, le soutien « par procuration » s'explique aussi par l'absence d'un grand club de football dans l'environnement immédiat : bon nombre de supporters rencontrés expliquent ainsi que leur attachement à un club aussi éloigné que l'OM s'est construit à la fin des années 80 et au début des années 90, à un moment où le Football Club de Rouen périclitait et où, au contraire, l'OM renouait avec le succès (la dernière saison du club normand dans l'élite nationale remonte à 1986, année où l'OM retrouvait la première division et voyait l'arrivée de Bernard Tapie à la présidence du club).

Cependant, si l'ensemble des facteurs contextuels, concurrentiels et organisationnels évoqués posent les conditions favorables à la création, à Rouen, d'une section *à distance*, au développement d'un attachement authentique à l'OM, ils ne permettent pas de comprendre pourquoi ces Rouennais s'engagent dans un soutien actif en adhérant à un groupe de supporters. En effet, d'une part, on ne sait pas pourquoi ces Rouennais, qui auraient très bien pu rester devant leur poste de télévision, en viennent à s'investir dans une section et dans un soutien régulier et volontariste. Dit autrement, *comment ont-ils franchi le pas ?* D'autre part, on ne sait pas pourquoi ces *supporters à distance* s'identifient à l'OM plutôt qu'au Paris-Saint-Germain ou au Racing club de Lens, par exemple. Il faut alors porter le regard sur les diverses dynamiques d'engagement et sur les rétributions attendues de cet engagement, en expliquant pourquoi, pour les supporters rouennais, « le jeu en vaut largement la chandelle »<sup>12</sup>.

## 4. Les dynamiques d'engagement dans le *supportérisme à distance*

La question de l'engagement des individus dans le *supportérisme à distance* peut, en effet, se poser en termes de « coûts et avantages ». Aussi la section de Rouen est-elle susceptible de proposer des motivations qui incitent à s'engager dans un soutien actif en faveur de l'OM.

---

supporters de football, entre modèle officiel et modèle autonome : le cas du Racing club de Lens », *Revue européenne de management du sport*, n°5, p.1-29.

<sup>12</sup> Nous empruntons ici la notion de *rétributions du militantisme* à la sociologie de l'action collective et de la mobilisation et plus particulièrement à : Gaxie D., (1983), « Economie des partis et rétributions du militantisme », *Revue française de science politique*, vol. 27, n°1, p.123-154 ; Olson M., (1978), *Les logiques de l'action collective*, Paris, PUF. Par ailleurs, sur l'appréhension des logiques et des motivations individuelles qui gouvernent la mobilisation militante, voir : Mann P., (1991), *L'action collective. Mobilisation et organisation des minorités actives*, Paris, Armand Colin.

### a) Voyages « clés en main » et autres faveurs : les bénéfices tirés de l'adhésion à la section

La dimension utilitaire, voire utilitariste, semble constituer une des logiques d'adhésion à la section rouennaise. En d'autres termes, l'adhésion au groupe normand est motivée, pour la moitié des personnes interviewées, par la recherche de la satisfaction d'une prestation : celle, notamment, de pouvoir assister à des matches de haut niveau, dans une ambiance « formidable », à des tarifs avantageux tout en profitant des facilités d'accès. Ces supporters se déclarent ainsi soulagés à l'idée d'être libérés de toutes contraintes et de toutes responsabilités dans l'organisation des déplacements : la perspective de bénéficier d'un voyage « clés en main » apparaît ici clairement. Souhaitant saisir la « chance » qui se présente à eux, l'adhésion à la section est d'abord vécue comme un moyen légitime de pouvoir assister « en vrai » aux matches d'un club qui les a fait vibrer pendant plusieurs années à la télévision. Ces membres déclarent alors être devenus supporters actifs de l'OM pour pouvoir accomplir ce désir jusqu'ici inassouvi. L'adhésion à la section est donc perçue comme un moyen judicieux d'obtenir des avantages qu'un soutien uniquement fondé sur les retransmissions télévisuelles n'autorise pas. De fait, elle s'inscrit dans un ensemble de perspectives de « rétributions matérialisables » (Braud, 1992, p.197).

Il en résulte de fortes dissonances par rapport aux idéaux affichés par les groupes de supporters autonomes. Si ces membres sont d'authentiques « amoureux » de l'OM, ils n'inscrivent pas leur pratique supportériste dans la quotidienneté et ne se disent pas prêts à assumer tous les coûts de leur engagement militant. Ainsi le nombre de déplacements effectués dans une année par ces adhérents est-il très limité : il ne dépasse pas cinq matches. Ils préfèrent se contenter des rencontres les plus prestigieuses du championnat de France ou se déplacer dans les stades les plus proches de Rouen. Si cette logique individuelle n'empêche pas la participation intensive au match, aux chants et aux animations des tribunes, elle s'inscrit néanmoins en décalage avec les motifs individuels de la seconde moitié des membres du groupe.

### b) Supporter l'OM : entre la quête d'une identité et la recherche d'un imaginaire

Pour d'autres supporters rouennais, soutenir activement l'OM s'inscrit dans une toute autre logique et repose sur d'autres ressorts. Pour ces militants-supporters, à la recherche d'une « famille » et de « reconnaissance », dont la situation se trouve parfois fragilisée (par un divorce, une perte d'emploi ou une situation professionnelle instable et peu satisfaisante...), l'identification s'inscrit plutôt dans une recherche de repères, un moyen d'en reconstituer de nouveaux et une volonté de trouver une place dans l'espace social. La perspective d'une rétribution « symbolique » entre alors en opposition avec la forme « utilitaire » présentée précédemment.

Faire le choix de soutenir l'OM, c'est en premier lieu opter pour un club mythique. Et participer à l'ambiance des tribunes, sur les lieux-mêmes de l'événement, c'est se rendre visible auprès de son entourage personnel, familial ou professionnel. Ces supporters voient donc dans la participation à la section une occasion de rejoindre un espace de sociabilité. La prise de responsabilités et la notoriété sociale qui découlent de l'engagement dans *le supportérisme à distance* constituent, par ailleurs, autant de formes de rétributions du militantisme.

En outre, ces supporters semblent voir une homologie entre leur propre parcours personnel, familial ou professionnel et le statut de l'OM, club qui (au même titre que la ville de Marseille) souffre d'une mauvaise réputation, dont l'histoire est faite de hauts et de bas, de moments de gloire et de périodes moins flatteuses... Cette vie tumultueuse offre un support à

l'identification de personnes qui semblent y reconnaître leur propre trajectoire. Prendre parti pour un club « disqualifié », dont on estime qu'il est injustement opprimé et stigmatisé, traduit ainsi un désir de se démarquer et de se construire à rebours. De la même manière, l'imaginaire véhiculé par la ville de Marseille exerce un pouvoir de fascination sur les supporters rouennais (Boura, 2001). La cité phocéenne est vue, naïvement, d'un côté comme une ville frondeuse, singulière, rebelle, résistante, différente. Supporter l'OM, c'est alors faire le choix de l'insoumission, de la non-conformité, du refus de la société établie. De l'autre, elle est perçue comme douce, accueillante, cosmopolite, populaire, tolérante avec les plus faibles, les marginaux. C'est un lieu, de plus, où il semble possible, aux yeux des Rouennais, de se projeter dans l'avenir, de « se faire une place ». Opter pour l'OM, c'est alors concilier origines populaires et réussite professionnelle à l'image de Bernard Tapie<sup>13</sup>... Dit autrement, supporter l'OM, c'est le moyen de dire qui sont les siens. Il en résulte une identification au club et à la proche région de Marseille d'autant plus forte qu'elle est vécue par procuration<sup>14</sup>. L'OM est donc capable de mobiliser tout un imaginaire et ce quelle que soit la distance (géographique, affective ou culturelle) qui sépare le club de ces individus. Il est ainsi en mesure de produire de l'identification, alors que ces supporters n'ont aucun lien biographique, actuel ou passé, qu'il soit personnel, professionnel ou familial, avec Marseille ou sa proche région. Le club, dans l'exemple marseillais, s'offre donc comme un support d'identification au-delà même de son pouvoir de mobilisation territoriale.

Lorsque Patrick Mignon aborde la question du recrutement des associations de supporters, il souligne qu'il est d'origine essentiellement locale. Ainsi quand l'identification dépasse les frontières régionales, voire nationales (comme c'est le cas pour Marseille), il explique que « ces réseaux nationaux et internationaux reposent sur les mouvements migratoires » (Mignon, 1998, p.69)<sup>15</sup>. Pour notre part, nous pensons que l'engagement dans le *supportérisme à distance* n'est pas mécaniquement lié à la trajectoire biographique des individus. Ainsi, à Rouen, il n'existe pas de « terreau d'affinités » vis-à-vis de Marseille pouvant expliquer l'adhésion à la section des *Ultras*. Les dynamiques d'engagement dans le *supportérisme à distance* reposent plutôt, nous l'avons vu, sur des logiques variées. Si certains supporters rouennais voient dans leur soutien à l'OM une possibilité de promotion sociale, de reconnaissance ou d'accomplissement personnel, pour d'autres, la section apparaît comme une instance pourvoyeuse de services mis à leur disposition pour assister aux matches d'un club « qui fait rêver ». On mesure alors le décalage qui peut exister au sein du groupe rouennais, entre des individus qui conçoivent leur engagement comme une forme d'aboutissement d'un attachement apparu au fil des retransmissions télévisées et les supporters les plus actifs qui éprouvent un sentiment d'appartenance intense au mouvement autonome et revendiquent leur allégeance à la « hiérarchie » marseillaise.

## 5. Les carrières supportéristes normandes

Toutefois, l'analyse des dynamiques d'engagement dans le *supportérisme à distance* ne peut suffire à broser le tableau complet de cette passion partisane originale. En effet, il faut

---

<sup>13</sup> Ce sentiment d'avoir sa place et sa chance est d'autant plus renforcé que l'OM offre des exemples significatifs de rétablissement social. En effet, Bernard Tapie incarne le héros populaire qui a réussi par son talent, sa filouterie et son travail, et non par ses relations ou ses origines familiales et sociales. Son retour au sein du club marseillais en avril 2001 illustre ainsi, d'une part, que dans le sport, le « retour en grâce » est possible et, d'autre part, que cette possibilité est plus évidente à Marseille qu'ailleurs.

<sup>14</sup> Il est ainsi courant, et frappant, de constater l'emploi régulier par ces supporters originaires de Rouen d'expressions typiquement marseillaises : *mettre le oai* (synonyme de fête, d'animation, de bruit), traiter les autres supporters de *mastres*, c'est-à-dire de guignols, font partie de leur registre lexical.

<sup>15</sup> Il entend que cette forme de soutien *à distance* est le fait par exemple des provençaux vivant à Paris, dans le cas de l'OM, ou des italiens exilés dans les différents pays d'Europe, pour ce qui est de la Juventus de Turin.



appréhender le processus qui, une fois le gué de l'adhésion franchi, amène à s'investir activement et durablement. Autrement dit, si une réflexion sur l'engagement dans l'action collective en termes de coûts et avantages permet d'analyser le fonctionnement d'une section, celle-ci n'est pas suffisante. C'est alors le concept de *carrière*, hérité de la sociologie interactionniste, qui ouvre la possibilité de penser le processus de mobilisation dans le supportérisme. En un mot, les *carrières supportéristes* de ces militants singuliers sont soumises aux relations de dépendance de la section rouennaise vis-à-vis du « centre de décision » marseillais. Inséré dans des « logiques sociales collectives qui s'imposent à lui », le supporter rouennais voit, en effet, son engagement dans la section déterminé par « les conditions dans lesquelles il noue avec d'autres [supporters] des relations sociales » (Becker, 1985, p.203).

Il s'agit, pour lui, d'assimiler la culture partisane défendue par les *Ultras* marseillais, ce qui n'est pas toujours aisé pour les novices : le sérieux de la passion doit ainsi se conjuguer avec la nécessité de se déplacer le plus souvent possible. Comment rompre, dès lors, avec les représentations profanes antérieures à l'entrée dans la section qui, pour bon nombre de Rouennais, marque la découverte du monde des tribunes de football ? Or, c'est l'intériorisation des normes, des usages et des pratiques, par le contact avec les supporters plus expérimentés (les « initiés »), qui autorise l'inscription du soutien envers l'OM dans la régularité. De fait, cette acculturation des novices a deux conséquences : soit l'écart de représentations est trop important pour permettre des réajustements satisfaisants et l'individu se désengage de la section (ou n'y vient que très épisodiquement)<sup>16</sup> ; soit le « jeune » supporter y trouve un modèle dans lequel il peut s'incarner. Le passage à la séquence suivante de la *carrière supportériste* peut alors être envisagé, celle-ci étant perçue comme « un processus jalonné d'arbitrages et de compromis effectués par le sujet entre les normes qui s'imposent à lui, les valeurs et croyances auxquelles il souscrit, et ses intérêts tels qu'il les conçoit » (Becker, 1985, p.136).

En d'autres termes, dans le cas marseillais, l'existence du *supportérisme à distance*, sur le modèle des sections, repose sur un équilibre fragile. Tant que les responsables et les membres les plus chevronnés de la section rouennaise sont aptes à faire respecter les « consignes » hiérarchiques et à reproduire la culture supportériste marseillaise, la légitimité du groupe n'est pas remise en cause. Mais l'attribution du « label » *Ultras* ne tolère pas de relâchement. Si une forme de reconnaissance de la part des Marseillais se dessine au fil des saisons et des déplacements, cet acquis n'est, en effet, que provisoire et à tout moment réfutable. Pour les plus anciens adhérents de la section, tout l'enjeu consiste alors à convaincre les jeunes supporters rouennais d'adhérer à cette mentalité.

\* \*

Les équipes de football les plus prestigieuses et les plus médiatiques n'étant pas les seules à essaimer au-delà de leur zone d'influence directe, la notion de *supportérisme à distance* constitue sans doute un cadre heuristique à promouvoir. A ce titre, l'exemple rouennais d'adhésion « par procuration » offre l'avantage de poser des « jalons » préalables et exploratoires mettant clairement en évidence que l'éloignement géographique, pour autant qu'il pose de nombreux problèmes pour suivre l'équipe soutenue sur les lieux-mêmes où elle se produit, n'empêche pas le développement d'un goût, d'une identification puis d'une pratique partisane de soutien à un club de football.

Ce type de supportérisme organisé à partir de sections *à distance* se développe, en effet, depuis le début des années 1990 en divers endroits. Il épouse par ailleurs des formes

<sup>16</sup> La section de Rouen connaît ainsi une rotation importante de ses effectifs d'une saison à l'autre. Elle réussit toutefois à attirer, certaines années, près de 100 adhérents. En 2000, elle regroupait 92 membres.

différentes selon qu'il s'ordonne sur le type autonome, comme dans l'exemple marseillais, ou sur le modèle officiel (c'est-à-dire encadré par les clubs eux-mêmes). Dans ce dernier cas, il répond à d'autres logiques : notamment la captation d'un public et la tentative de fabrication d'une « marque » partisane, comme pour les clubs anglais de Manchester United ou Liverpool, par exemple. Par delà les formes qu'il emprunte, le travail consiste à mettre au jour *l'enchaînement des choses* qui rend l'identification et la mobilisation possibles malgré la distance.

Au bout du compte, c'est la question de la signification du *supportérisme à distance* qui est posée : en particulier, atteste-t-il d'une distorsion entre territoire, identité et supporters à un moment où l'on constate un double phénomène de « mise à distance » dans le football ? En effet, la mise à distance est tout d'abord sociale qui, par le prix des places, pousse, comme à Liverpool, certains militants « historiques » à suivre les matches à la télévision et à recréer des formes de sociabilité déconnectées des stades (dans les bars ou *pubs* par exemple). La mise à distance est ensuite territoriale qui concerne aussi bien les clubs que les compétitions. Deux exemples, parmi d'autres, suffisent à le signifier. 1. Wimbledon, une équipe anglaise de la banlieue de Londres, a récemment déplacé le lieu de ses rencontres à plus de deux cents kilomètres de son implantation d'origine (un tel projet a été, un temps, à l'étude à la Juventus de Turin), 2. En août 2002, la Supercoupe d'Italie, sorte de « finale » opposant chaque année le champion d'Italie au vainqueur de la coupe, s'est exportée à Tripoli, en Libye...

### *Bibliographie*

- Basson J.-C. (2001), *Sport et ordre public*, Paris, IHESI, La Documentation française.
- Basson J.-C., Nuytens W. (2001), « Modes d'encadrement et de contrôle des supporters de football, entre modèle officiel et alternative autonome : le cas du Racing club de Lens », *Revue européenne de management du sport*, n°5, p.1-29.
- Becker H. S., (1985), *Outsiders. Etudes de sociologie de la déviance*, Paris, Métailié.
- Boura O. (2001), *Marseille ou la mauvaise réputation*, Paris, Arléa.
- Braud P. (1992), *Sociologie politique*, Paris, Librairie générale de droit et de jurisprudence.
- Bromberger C. (1995), *Le match de football. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*, Paris, MSH.
- Fillieule O. (2001), « Propositions pour une analyse processuelle de l'engagement individuel. Post scriptum », *Revue française de science politique*, vol. 51, n°1-2, p.199-215.
- Fillieule O, Mayer N. (2001), « Devenirs militants. Introduction », *Revue française de science politique*, vol. 51, n°1-2, p.19-25.
- Fillieule O., Péchu C. (1993), *Lutter ensemble. Les théories de l'action collective*, Paris, L'Harmattan.
- Lestrelin L. (2001), *Habiter Rouen et supporter l'Olympique de Marseille. Une approche sociologique du supportérisme à distance*, Mémoire de DEA, Faculté des Sciences du sport, Université de Rouen.
- Mann P. (1991), *L'action collective. mobilisation et organisation des minorités actives*, Paris, Armand Colin.
- Mignon P. (1999), « Le football investi par les capitaux : de nouvelles règles du jeu ? », *Esprit*, n°249, p.121-133.
- Mignon P. (1998), *La passion du football*, Paris, Odile Jacob.
- Neveu E. (1996), *Sociologie des mouvements sociaux*, Paris, La Découverte.
- Roumestan N. (1998), *Les supporters de football*, Paris, Anthropos.
- Tsoukala A. (1995), *Sport et violence, l'évolution de la politique criminelle à l'égard du hooliganisme en Angleterre et en Italie, 1970-1995*, Athènes/Bruxelles, Sakkoulas/Bruylant.