Christian Bromberger

Professeur à l'Université de Provence - IDEMEC (UMR 6591)
Co-président du Conseil scientifique du Musée des Civilisations
de l'Europe et de la Méditerranée (MUCEM)

(1999)

“Supporterisme et engagement social”

Un document produit en version numérique par Jean-Marie Tremblay, bénévole,
professeur de sociologie retraité du Cégep de Chicoutimi

Courriel: jean-marie_tremblay@uqac.ca

Site web pédagogique : <http://www.uqac.ca/jmt-sociologue/>

Dans le cadre de: "Les classiques des sciences sociales"

Une bibliothèque numérique fondée et dirigée par Jean-Marie Tremblay,
professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi

Site web: <http://classiques.uqac.ca/>

Une collection développée en collaboration avec la Bibliothèque
Paul-Émile-Boulet de l'Université du Québec à Chicoutimi

Site web: <http://bibliotheque.uqac.ca/>

Politique d'utilisation de la bibliothèque des Classiques

Toute reproduction et rediffusion de nos fichiers est interdite, même avec la mention de leur provenance, sans l'autorisation formelle, écrite, du fondateur des Classiques des sciences sociales, Jean-Marie Tremblay, sociologue.

Les fichiers des Classiques des sciences sociales ne peuvent sans autorisation formelle:

- être hébergés (en fichier ou page web, en totalité ou en partie) sur un serveur autre que celui des Classiques.
- servir de base de travail à un autre fichier modifié ensuite par tout autre moyen (couleur, police, mise en page, extraits, support, etc...),

Les fichiers (.html, .doc, .pdf, .rtf, .jpg, .gif) disponibles sur le site Les Classiques des sciences sociales sont la propriété des **Classiques des sciences sociales**, un organisme à but non lucratif composé exclusivement de bénévoles.

Ils sont disponibles pour une utilisation intellectuelle et personnelle et, en aucun cas, commerciale. Toute utilisation à des fins commerciales des fichiers sur ce site est strictement interdite et toute rediffusion est également strictement interdite.

L'accès à notre travail est libre et gratuit à tous les utilisateurs. C'est notre mission.

Jean-Marie Tremblay, sociologue
Fondateur et Président-directeur général,
[LES CLASSIQUES DES SCIENCES SOCIALES](#).

Cette édition électronique a été réalisée par Jean-Marie Tremblay, bénévole, professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi à partir de :

Christian Bromberger

"Supporterisme et engagement social."

Un article publié dans la revue *Les cahiers de l'INSEP*, no 25, 1999, pp. 281-294. Numéro intitulé : *Football : jeu et société*. Paris : l'Institut national du sport et de l'éducation physique. [Actes du colloque international sur le football tenu à l'INSEP du 11 au 13 mai 1998: Football, Jeu et Société. [URL](#).]

[Autorisation formelle accordée par l'auteur le 23 janvier 2012 de diffuser ce texte dans Les Classiques des sciences sociales.]

Courriel : brombergerchristian@gmail.com

Polices de caractères utilisée : Times New Roman, 14 points.

Édition électronique réalisée avec le traitement de textes Microsoft Word 2008 pour Macintosh.

Mise en page sur papier format : LETTRE US, 8.5'' x 11''.

Édition numérique réalisée le 19 juin 2013 à Chicoutimi, Ville de Saguenay, Québec.

Christian Bromberger

Professeur à l'Université de Provence - IDEMEC (UMR 6591)
Co-président du Conseil scientifique du Musée des Civilisations
de l'Europe et de la Méditerranée (MUSEUM)

“Supporterisme et engagement social.”

Un article publié dans la revue *Les cahiers de l'INSEP*, no 25, 1999, pp. 281-294. Numéro intitulé : *Football : jeu et société*. Paris : l'Institut national du sport et de l'éducation physique. [Actes du colloque international sur le football tenu à l'INSEP du 11 au 13 mai 1998: Football, Jeu et Société. [URL](#).]

Table des matières

[Le supporterisme organisé : "officiels" et "ultras"](#)

[Petite phénoménologie du militantisme ultra](#)

[De l'affairisme à l'engagement social](#)

[Questions-Réponses](#)

Christian Bromberger

“Supporterisme et engagement social.”

Un article publié dans la revue *Les cahiers de l'INSEP*, no 25, 1999, pp. 281-294. Numéro intitulé : *Football : jeu et société*. Paris : l'Institut national du sport et de l'éducation physique. [Actes du colloque international sur le football tenu à l'INSEP du 11 au 13 mai 1998: Football, Jeu et Société. [URL](#).]

Le supporterisme organisé : "officiels" et "ultras"

[Retour à la table des matières](#)

Les associations de supporters impriment aujourd'hui fortement leur marque sur la vie sociale urbaine. Faut-il rappeler qu'en France, comme à l'échelle de l'Europe, ces groupes se partagent en deux grandes catégories qui se fragmentent elles-mêmes en une infinité de nuances ? D'un côté des associations (en ayant en général le statut) réunissant sur la base d'affinités locales ou sociales des hommes d'âge mûr ; de l'autre, des commandos de jeunes partisans qui se sont formés plus récemment dans les gradins situés derrière les buts (ces groupements turbulents peuvent prendre la forme d'associations ou être de simples bandes plus ou moins éphémères).

Les associations de supporters "respectables" d'âge mûr se sont développées dès la fin du XIXème siècle en Grande-Bretagne, patrie du football. Elles sont suffisamment nombreuses pour former en 1913 une fédération, alors que le mouvement a pris plus tardivement corps sur le continent où il s'est diffusé, sur le modèle britannique, d'abord en Belgique (on ne compte pas moins de 46 clubs de supporters soutenant l'équipe de Charleroi en 1929) ; il a ensuite gagné le nord de la France (la première association de partisans du Racing Club de Lens

naît en 1925) puis les régions méridionales (une "association des supporters du Sporting Club de Nîmes" est ainsi créée en 1932). Mais ce mouvement n'a pris véritablement son essor en France qu'après la seconde guerre mondiale. Les performances de l'équipe stéphanoise dans les années 1970 ont contribué à ancrer ce phénomène. Les fan clubs des "Verts" ont alors fleuri, non seulement dans la Loire et la région Rhône-Alpes mais aussi à Paris et dans le nord-ouest (Normandie, Picardie...).

Aujourd'hui chaque équipe professionnelle est flanquée d'un ou de plusieurs clubs de supporters d'âge mûr. Le Supp'R Lens, par exemple, regroupe en 1997, six mille membres répartis en 73 sections, surtout implantées dans le Pas-de-Calais, le Nord, la Somme mais aussi ici et là dans d'autres régions françaises et dans la proche Belgique. La principale association d'adultes soutenant l'Olympique de Marseille, le Club Central des Supporters de l'OM réunit lui, bon an mal an, quelque deux mille adhérents répartis en une trentaine de sections qui ont leur siège dans les quartiers populaires de la ville, mais plus encore dans les communes ouvrières proches de la cité phocéenne.

Ces associations n'ont évidemment pas l'ampleur de ce que l'on appelle en Italie les clubs "officiels" de supporters. L'associazione Italiana Napoli Club (l'association italienne des clubs de supporters de Naples) compte, par exemple, au début des années 1990, 96 000 membres répartis en 526 sections et elle est loin de détenir le record dans la péninsule. La prestigieuse Juventus de Turin en regroupe alors plus du double et l'AC Milan est soutenu par 1 350 sections. Témoignage de ce décalage entre les deux pays, en France c'est le café, ce foyer de sociabilité populaire, qui abrite la section de supporters, alors qu'en Italie c'est souvent la section de supporters qui abrite le bar. Dans les grandes cités transalpines, ces clubs de partisans adultes, à l'implantation dense, impriment fortement leur marque sur la vie sociale quotidienne. Ils jouent le rôle de maisons de quartier, abritant des équipements de loisir (jeux, bibliothèque...), offrant aux vieux ou aux désœuvrés un cadre récréatif, organisant parfois des activités diversifiées entièrement étrangères au sport (sorties et excursions familiales par exemple). Associations et, dans une moindre mesure, sections sont dirigées par des notables (commerçants, petits patrons, membres des professions libérales, etc.) qui ont fait preuve de leur compétence et de leur autorité dans la gestion et sur les gradins.

Les commandos de jeunes supporters "jusqu'au-boutistes", apparus au début des années 1960 en Angleterre, au début des années 1970 en Italie (sous la forme du phénomène "ultra") et au début des années 1980 en France, présentent une tout autre physionomie. On peut en distinguer deux grand types extrêmes entre lesquels balance toute une série de formules intermédiaires : des bandes plus ou moins éphémères, souvent belliqueuses, et des associations rigoureusement structurées, regroupant plusieurs milliers membres, disposant d'un local, distribuant des cartes d'adhérents, encaissant des cotisations, planifiant sourcillement la division des tâches militantes et exerçant un contrôle plus ou moins efficace sur leurs affidés. Ces deux formes distinctes de groupement sont inégalement représentées en Europe. L'Angleterre est le berceau des bandes, dont le modèle s'est diffusé dans diverses nations d'Europe du nord et accessoirement dans les pays latins où domine cependant massivement la structure associative. D'un côté (avec la bande) une coupure avec toute forme institutionnelle d'organisation, symbolisant, sur un mode souvent volontariste, le fossé qui sépare "eux" (les "respectables") et "nous", de l'autre (avec l'association) la participation à une institution, version juvénile et tumultueuse des clubs de supporters adultes. D'un côté, un fonctionnement dual des pratiques et des représentations de la sociabilité, de l'autre une certaine continuité du tissu social. Sans doute cette opposition est-elle trop tranchée (certains clubs associatifs perpétuent, quoiqu'avec moins d'intensité, une culture belliqueuse de bande) mais elle définit en gros deux formes contrastées de participation au spectacle.

Petite phénoménologie du militantisme ultra

[Retour à la table des matières](#)

Ces jeunes supporters "jusqu'au-boutistes", qui occupent bruyamment les virages, les "ends", les "sides" des stades (des espaces que l'on appelait naguère les "populaires" et qu'il conviendrait de rebaptiser aujourd'hui les "juvéniles"), partagent quelques aspirations communes que l'on peut récapituler brièvement ici.

Ils manifestent, tout d'abord, un fort attachement à leur club ("au maillot") qui est souvent celui de leur localité et témoignent ainsi d'un

des paradoxes de notre temps : c'est au moment où les identités substantielles des villes et des régions s'étiolent qu'elles s'affichent et se proclament le plus intensément.

Ces ultras revendiquent, par ailleurs, dans et hors de l'arène, d'être acteurs et non de simples spectateurs ou consommateurs. Ils refusent le statut de clients, que proposent de façon de plus en plus insistante les dirigeants des clubs et des fédérations dont la devise pourrait se résumer au triple commandement : "Paye ! Assieds-toi ! Tais-toi !" "Payer, fermer nos gueules en admirant des mercenaires, non", répondent-ils. Tous revendiquent à travers leur engagement un souci de faire et d'agir. "Ici au stade je suis reconnu pour ce que j'ai fait, alors que dans mon travail je ne suis reconnu pour rien", me déclarait l'un d'entre eux. Dans les groupes fermés, dont on ne devient membre que parrainé et après avoir fait ses preuves, c'est sur leur capacité à agir que l'on juge les novices. "Les branleurs, les mastres, les rigolos, on n'a rien à en faire, mais des garçons qui ont aidé pendant une saison à bâcher et à débâcher, qui se sont bien tenus en déplacement, on les accepte volontiers", déclare un des leaders des Winners marseillais.

Ces ultras sont également animés d'un souci de reconnaissance et de visibilité, d'une "rage de paraître", selon l'heureuse expression d'Alain Ehrenberg, qui sont au principe de cette sous-culture juvénile. "Exister, être là, poser une bâche avec notre nom, tel était notre premier objectif", me confiait le responsable d'un groupuscule. De façon symptomatique, ces jeunes passionnés célèbrent tout autant, voire davantage, leur groupe que leur équipe favorite. Leurs banderoles, écharpes et panoplies, exhibent leur nom, leur sigle voire leurs couleurs spécifiques. L'immense voile qu'ils déploient sur l'ensemble du virage, quelques minutes avant le début de la rencontre, est blasonnée des symboles de leur équipe mais aussi de façon très voyante, de ceux de leur groupe. Les Winners ont, en 1997, deux voiles de 95 m sur 35 m et qui coûtent 80 000 francs chacune. Sur la première se détache sur un fond orange, qui est leur couleur, le sigle OM en bleu, sur la seconde, réalisée plus récemment, le sigle de l'équipe disparaît presque entièrement derrière un gigantesque "South Winners".

Comme tous les passionnés ces jeunes supporters sont d'infatigables collectionneurs mais ils conservent surtout les documents, notamment les coupures de presse, témoignant de leur présence et de leurs exploits. Rachid, devenu aujourd'hui la figure de proue

des Winners, me propose d'examiner avec lui sa collection de photographies. Tous les clichés qu'il commente en expert sont consacrés à son groupe et à ses hauts faits, une chorégraphie particulièrement réussie, une bagarre en déplacement, une immobilisation par la police avant de rejoindre un stade à l'étranger... Conscients du rôle qu'ils tiennent dans l'espace annulaire du stade - un espace singulier où l'on voit tout en étant vu - les jeunes supporters appellent, de façon significative, spectacle les démonstrations colorées et inventives qu'ils réalisent avant les matchs. Être vu, reconnu, identifié, tel est bien le tour de force, le coup de "génie" propre à ce type de supporterisme qui abolit les frontières conventionnelles de la représentation. De sujets invisibles et anonymes contemplant des vedettes, les ultras se sont eux-mêmes hissés au rang de vedettes spectaculaires comme le commande l'air du temps et ont su jouer de l'amplification médiatique, gage de célébrité. Un des anciens leaders d'un grand groupe marseillais me confiait ainsi : "Le jour où j'ai compris que c'était réussi, que nous avions gagné, c'est quand notre club a fait la une de *L'Équipe*".

Ces ultras sont également animés par un farouche esprit de compétition, non seulement avec les groupes adverses mais aussi avec les autres groupes de supporters qui soutiennent la même équipe. L'espace du virage est fortement hiérarchisé. Les groupes se répartissent du centre vers les marges et vers le bas en fonction de leur importance relative et de leur force démonstrative. C'est la position centrale et éminente dans le virage qui consacre la primauté numérique et passionnelle, tandis que les "vieilles gardes", composées des plus de 25 ans, les retraités, ou les *has been* du militantisme le plus actif, se cantonnent dans les bas côtés, tout comme, forcés et contraints, les nouveaux groupes qui n'ont pas encore fait leurs preuves. Entre les organisations de partisans soutenant la même équipe, il y a donc une vive compétition territoriale, qui peut dégénérer en bagarres, pour s'assurer l'hégémonie communicative dans le virage et dans le stade. "Dans ces cas-là", commente un Winner, "il y a plusieurs façons : y a la façon par les chants et par les spectacles (s'imposer par la munificence de ses chorégraphies) ; y a la façon par les claques (s'imposer par la force)." " Tu as les couilles et tu mets le feu, et tu prends la tribune mythique. C'est le coup d'état parfait". La coexistence pacifique sur un même territoire avec un groupe de supporters adverses, mais aussi

avec des rivaux locaux, n'est guère envisageable : "Tu prêtes difficilement ton lit à un étranger."

De l'affairisme à l'engagement social

[Retour à la table des matières](#)

Sur cette base commune - passion pour le football et pour les couleurs d'un club, souci de faire, d'être reconnu, de conquérir le territoire le plus visible - se profilent différents types de groupes : 1) des bandes plus ou moins belliqueuses et à l'existence plus ou moins éphémère ; 2) de petites entreprises performantes avec leur salariés et leurs équipements sophistiqués (les grands groupes, rassemblant plusieurs milliers d'adhérents, sont devenus des affaires, commercialisant places et produits) ; 3) des groupes dotés d'un projet extra-sportif et extra-managérial, où l'engagement social se superpose à ou prend le pas sur le militantisme sportif. Arrêtons-nous sur cette dernière catégorie, laissée dans l'ombre dans la plupart des analyses (sinon quand il s'agit de groupes d'extrême droite défrayant la chronique).

Ces organisations, où militantismes social et politique s'enchevêtrent, s'apparentent, comme les autres associations ultras, à des "bachelleries" (on appelait "bachelleries" dans l'ancienne France les groupes de jeunes célibataires). Tantôt elles sont autogérées par les jeunes eux-mêmes ; tantôt elles sont encadrées par des adultes, à l'instar de patronages d'un nouveau style. Se dessinent ici des formes originales d'engagement qui tranchent avec les formes classiques de militantisme et s'y substituent dans un contexte de crise de la représentation et de la médiation politiques et de déclin des grands appareils de socialisation (l'église, l'école, les partis). Ces groupes refusent la délégation à d'autres de leurs revendications, sont soucieux de leur autonomie et proposent une voie alternative de transition vers l'âge adulte. Prenons la mesure de ces formes singulières d'engagement par une rapide plongée dans les mondes des Blue Tigers napolitains et des Winners marseillais.

Les Blue Tigers formaient, quand je les ai rencontrés, à la fin des années 1980 et au début des années 1990, une sorte de patronage. Forts de 1 900 membres, répartis en 18 sections implantées dans les

banlieues pauvres et désindustrialisées de l'est de Naples, ils avaient fait leur fief du centre du virage A du stade San Paolo. Leur chef était un cafetier d'une quarantaine d'années, ayant mis son établissement en gérance pour mieux se consacrer à sa mission, et résidant à Barra, un faubourg de la ville où se trouvait le siège des Blue Tigers. Amoureux de Naples et de son club, Bombo (tel était le surnom de ce *capo carismatico* - chef charismatique -) tenait le rôle d'une sorte d'animateur de quartier, à l'instar d'un curé laïque, veillant avec une rudesse débonnaire sur les adolescents qui le suivaient pour les matchs à domicile ou en déplacement. Il organisait deux réunions par semaine, l'une de direction avec les jeunes responsables des sections, l'autre d'exécution avec l'ensemble des supporters disponibles pour réaliser banderoles et calicots. Lors de ces réunions, Bombo distribuait les tâches, s'inquiétait de l'absence ou des dérives de tel ou tel, à la façon d'un chef supporter assistant social. L'étage supérieur du local du groupe permettait d'abriter à l'occasion des jeunes en difficulté, en rupture avec leur famille ou traversant une mauvaise passe. Au stade, Bombo dirigeait, baguette à la main, les manoeuvres de ses jeunes troupes (chants, slogans, chorégraphies), admonestant, souvent en vain, les plus indisciplinés. Ce personnage singulier était une sorte d'éducateur bénévole, associant militantisme social et partisanerie sportive qui, dans son discours, étaient inextricablement liés. Avocat des humbles - et "donc" de Naples -, il fulminait contre les clubs "affairistes" du nord (l'AC Milan, la Juventus de Turin, Vérone...) qui, selon lui, brouillaient les cartes du championnat. Les Blue Tigers offraient ainsi un cadre original de socialisation à mi-chemin entre le groupe ultra classique et le foyer de jeunes dirigé par un bénévole, jouant le rôle de deuxième ou de troisième père. Cette expérience évoque, par certains aspects, le *fan coaching* tel qu'il s'est développé en Belgique depuis 1990 sous l'impulsion de Manuel Comeron : des *coaches* encadrent les jeunes supporters "à risque" en leur proposant diverses activités en relation avec la vie du club et les accompagnent lors des matchs. Mais on mesure aussi l'écart entre ces deux formes d'engagement : bénévolat, sans appui institutionnel, pris en charge par un authentique supporter, d'une part ; professionnalisme, volontarisme politique des services administratifs, recours à des spécialistes de la déviance, de l'autre.

La revendication éthique des Blue Tigers d'un supporterisme autonome et dénué d'intérêt s'accompagnait d'une critique du commando ultra, fort de 6 000 membres, occupant le virage opposé du stade (la *curva* B). Dirigé et géré comme une petite entreprise performante, confiant la réalisation de ses emblèmes à des professionnels, faisant sponsoriser son matériel, animant une émission de télévision sur une chaîne privée, salariant ses responsables dotés d'ordinateurs et de téléphones portables, le commando ultra tranchait, à n'en pas douter, par son mode d'organisation et par ses objectifs, avec les manières artisanales et les allures de patronage des Blue Tigers. L'un et l'autre groupe illustraient deux modes d'évolution du phénomène ultra dont les différences s'accuseront au fil des années suivantes : l'un mêle passion footballistique et projet alternatif, l'autre associe un attachement sincère au club et le sens des affaires.

On retrouve ce même clivage, mais avec des nuances bien singulières, à Marseille où deux commandos, de styles très différents, les Winners et les Ultras, se disputent l'hégémonie du virage sud. Fondé en 1987, le groupe turbulent des Winners exhibe toute une série d'emblèmes qui traduisent sans ambages son idéal cosmopolite, libertaire, rebelle, contestataire, localiste, bref un engagement qui déborde, de loin, la cause footballistique. Ses membres portent un blouson orange, s'opposant ainsi aux skinheads qui arborent des bombers noirs dont l'*envers*, la doublure, est précisément orange. Leur immense voile est frappée d'un écusson provençal. Parmi leurs actes héroïques, des gestes et des textes provocateurs : l'embrasement du drapeau tricolore face au kop des supporters d'extrême droite du Paris Saint-Germain (ce qui ne les empêche pas, me précise un des leaders, de brandir ce drapeau si l'OM gagne le championnat...) ; la diffusion d'un tract fétiche "Marseille, c'est pas la France" proclamant "Ils sont racistes et Rachid c'est notre frère. Ils sont pâles et nous sommes multicolores. Ils sont soumis, nous sommes rebelles. Ils sont Français et nous sommes Marseillais". Ces attitudes et ces textes sont sans doute marqués du sceau de la surenchère parodique et provocatrice mais, au-delà des mots et des gestes, se profile un projet alternatif beaucoup plus radical que chez les Blue Tigers.

Ce groupe, auquel on n'adhère que par parrainage, si l'on a fait ses preuves, fonctionne sur le mode d'une oligarchie ; il est dirigé par une

sorte de "conseil des anciens", non pas des adultes, mais, pour ainsi dire, des grands frères, plus expérimentés (et l'on sait, par les travaux de Pascal Duret, le rôle que jouent ces figures fraternelles dans la vie des quartiers et des banlieues). La dizaine de membres qui forment ce "noyau dur" se répartissent les tâches stratégiques : l'ambiance dans le stade, la préparation des spectacles, les aspects juridiques, la comptabilité et la vente des gadgets, la gestion du local, la confection des textes du "fanzine" *Révolution orange*. Parmi ces responsables, des lycéens, des étudiants, un professeur, de jeunes chômeurs, vivant de petits boulots. Contrairement aux autres groupes de jeunes supporters, les Winners comportent, y compris parmi les dirigeants, une forte minorité de jeunes issus de l'immigration maghrébine. Rachid est ainsi progressivement devenu le leader du groupe, en imposant son ascendant par l'intensité de son activité, sa capacité d'organisation et son charisme dans les gradins. Dernier d'une fratrie de 11 enfants, rebelle à l'institution scolaire, bagarreur, passionné de foot, il a gravi tout les degrés de la carrière de supporter jusqu'à la reconnaissance finale aux responsabilités, qui l'ont métamorphosé, par un étrange renversement des rôles, en une sorte d'éducateur de quartier. C'est lui qui a mené les opérations d'achat, les travaux de restauration du local, qui s'est affirmé dans les gradins par la fermeté de ses interventions, qui rappelle à l'ordre les militants indisciplinés, qui a bravé l'impossible en organisant un déplacement à Paris, pourtant interdit par la police et par les directions des clubs.

Dans leur local situé dans un quartier populaire de Marseille et orné de portraits de Che Guevara, comme dans les gradins, les Winners se sont inventé une éthique, des normes, des rites qui leur sont propres, curieux mélange de culture de la rue, des stades et de l'air du temps. "On s'est créé un terrain de jeu en dehors de la société", commente un des idéologues du groupe. Sur ce terrain on se débrouille comme on peut, on expérimente les limites et on joue avec les tabous. Pour réunir les accessoires nécessaires à la préparation d'un spectacle, les jeunes supporters s'arrangent comme les bricoleurs avec les moyens du bord, récupérant plus ou moins licitement les matériaux les plus divers, comme des ferrailleurs, ces cueilleurs du monde urbain : "Où tu trouves et tu peux niquer, tu niques". Dans les gradins où se conjuguent le sens de la hiérarchie (autour du noyau dur se répartissent, par cercles concentriques, les membres, les sympathisants, les

aspirants) et une joyeuse indiscipline, les comportements sont marqués du sceau de la transgression, de la facétie festive et de la provocation. "On met l'oaï (la pagaille)" ; l'exubérance que suscite un but donne lieu à une descente de tribune, à un "pogo" (les supporters dégringolent les uns sur les autres et se projettent en contrebas). "On fume un joint, sur notre territoire c'est légalisé", disent-ils.

Comme tout jeu, ce type de supporterisme est soumis à un ensemble de règles et comme toute société, fût-elle marginale et temporaire, le monde des jeunes partisans est régi par des valeurs singulières. Les membres se doivent de respecter la hiérarchie interne du groupe et la discipline communautaire. Peu regardant sur les déviances des leurs à l'extérieur, les responsables sont intraitables sur les manquements à l'éthique collective à l'intérieur du groupe. "On n'est pas mère Teresa et on a encore assez de couilles pour faire respecter les règles communes. À bon entendeur !". Un larcin dans la caisse commune, des négligences dans la gestion du local, des provocations inutiles ou excessives lors d'un déplacement sont sévèrement voir brutalement réprimées. On procède à des "épurations périodiques" pour se débarrasser des fauteurs de troubles ou de ceux qui tentent de grignoter l'autorité des responsables. La loi du silence qui interdit de dénoncer à l'extérieur l'un des siens, quitte à l'exclure ou à le remettre à sa place, le devoir de solidarité qui commande d'aider matériellement un membre condamné pour une turbulence collective, ou d'héberger temporairement dans le local un adhérent qui traverse un passe difficile, sont aussi des articles majeurs de la constitution tacite qui régit la vie du groupe.

Un principe fondamental fonctionne comme critère d'appréciation et comme guide pour l'action : l'honneur. Toute atteinte portée au nom ou au territoire du groupe, tout vol d'un emblème, sont considérés comme des offenses insupportables qu'il convient de réparer. S'engage alors un cycle vindicatoire, scandé par des expéditions punitives et des règlements de compte différés. À l'abri des regards, dans l'espace le plus secret des locaux, sont regroupés les "trophées" dérobés aux adversaires et qui, chacun, évoque un des hauts faits de l'histoire du groupe. Si le code de l'honneur commande le défi et une réponse exemplaire aux provocations des autres, il interdit les combats disproportionnés pourvoyeurs de glorioles matamoresques : "On n'a

pas le droit de s'en prendre à des mastres (c'est-à-dire à des supporters bouffons et peu belliqueux), le combat est trop inégal".

Ces jeunes supporters jusqu'au-boutistes affichent, par ailleurs, un idéal d'authenticité et de gratuité. Les scissions, les inimitiés entre groupes soutenant une même équipe sont toujours rapportées comme dans les partis extrémistes, les sectes ou les groupuscules, à la trahison de la cause du club, à l'abandon au lucre, au dévoiement de la passion originelle. Chaque organisation de ce type dénonce inlassablement les turpitudes de l'autre. "Les Ultras, disent les Winners, " ils ont perdu la foi, ils se sont transformés en entreprise commerciale, leurs chefs se salarient, ils ont une voiture de fonction, le fax, le portable, ils payent le loyer de leur local un bâton par mois, il n'y a pas de ça chez nous ". Les Ultras accusent, pour leur part, les Winners de ne pas être d'authentiques supporters : "Pour eux, l'OM passe au second plan ; ils ont perdu le côté foot et puis Tapie leur a donné de l'argent pour acheter leur local".

La bachelierie des Winners se différencie nettement du patronage de Bombo. Mais s'expérimentent ici aussi des formes tâtonnantes de socialisation, de participation, de revendication quasi politique (contre le racisme et l'exclusion notamment), d'apprentissage de règles rappelées périodiquement par l'oligarchie des grands frères. Le passage par le groupe est, pour certains qui vivent une existence marginale, le moyen de réparer une histoire personnelle mal écrite (une sorte de rituel de rattrapage) ; pour d'autres, chargés d'un secteur d'activités, la participation au groupe est une forme d'apprentissage (non seulement l'acquisition de compétences techniques mais aussi d'un savoir-faire social : négocier, se débrouiller, s'insérer dans un réseau...) ; pour d'autres enfin, mieux insérés, partager la vie du groupe, c'est surtout participer à des épisodes carnavalesques, jouer avec les tabous, "faire la jeunesse".

De façon significative, une fois passé le gué de la jeunesse - une période qui s'est considérablement allongée dans nos sociétés depuis une trentaine d'années -, installés dans la vie professionnelle et familiale, ces passionnés prennent progressivement leurs distance et rompent d'un coup avec leur groupe. Certains ne reviennent plus jamais au stade, les autres, après un intermède, rejoignent les tribunes centrales en jetant un coup d'oeil nostalgique sur les virages. A la républi-

que belliqueuse des copains succède celle, assagie, des beaux-frères, des relations de bar et de travail.

Au total, à travers ces engagements et ces solidarités que suscite un engouement commun, se faufile une quête de sens et de nouvelles formes de liens sociaux. À coup sûr, les virages des stades sont d'excellents observatoires de la réémergence de la jeunesse comme classe d'âge autonome, des nouvelles formes transitionnelles de passage à l'adulthood et des modes actuels de sociabilités qui se nouent autour de ferveurs partagées. Naguère de grands appareils religieux, laïques, politiques prenaient en charge, sous la houlette d'adultes, temps libre et loisirs de la jeunesse et modelaient les formes de militantisme. Le supporterisme engagé témoigne d'une mutation de ces repères : volonté autogestionnaire et alternative, souci de faire et d'agir par soi-même, esprit de solidarité, émergence de leaders en marge des institutions... caractérisent ces groupes volontiers contestataires que les clubs redoutent pour leur turbulente autonomie et parfois choient pour les amadouer. Ces "maisons des jeunes" singulières jouent désormais le rôle d'espaces complémentaires, mais aussi parfois centraux, de socialisation. En définitive, ces formes de mobilisation sportive qui débordent de loin leur objet témoignent tout à la fois de l'émiettement des ferveurs dans le monde contemporain et de l'émergence de nouvelles formes de militantisme et, plus généralement, de lien social et politique (si l'on veut bien donner à ce dernier terme toute l'extension qu'il mérite).

Questions-Réponses

[Retour à la table des matières](#)

P. Lanfranchi : *Les bacheleries que vous évoquez me font penser aux "Jungenschaft", ces groupes d'étudiants allemands du début du 20ème siècle. L'une de leurs caractéristiques majeures était l'examen de passage qui devait les différencier du reste. Or, il semblerait que dans votre vision d'aujourd'hui, cet examen de passage perd un peu de son importance notamment par exemple en fonction d'une autre thématique dont vous n'avez pas parlé, à savoir le rôle des femmes.*

Est ce que ces vieilles traditions, ces rites d'entrée dans ces mouvements de supporters, ne sont pas devenus anachroniques par rapport à des questions telles que l'entrée des femmes, des jeunes, la diminution de la violence à l'intérieur du groupe lui-même, de sa façon d'être. Y a-t-il des modifications dans votre vision ?

C. Bromberger : Un groupe comme les Winners ne comporte pas plus de 10% de femmes pour lesquelles ils manifestent un rejet qu'ils explicitent en disant : "Trop de femmes, ça enlève la gnaque". Ça enlève donc une forme d'agressivité qui serait propre à ce type de supporterisme, et c'est plutôt la solidarité virile que l'on expérimente dans ces groupes même si il est vrai qu'il y a d'autres groupes qui comportent maintenant des sections féminines et qu'il y a une percée incontestable du supporterisme féminin. Je pense par exemple à un groupe qui s'appelle Marseille Trop Puissant, et qui est une scission des Winners. Il comporte un groupe qui le flanque et qui s'appelle "Les Cagoles", formé de jeunes supportrices au comportement extraordinairement parodique. Il y a des affinités, mais aussi des différences, avec les bachelleries étudiantes que vous évoquez. Dans les deux cas, nous avons affaire à des rites de passage, avec leurs excès, leurs pratiques d'inversion. Mais dans les bachelleries étudiantes, il s'agit de rites d'institution, menant explicitement vers une carrière. Dans le cas de groupes comme les Winners, on expérimente la marge, la transition, pendant un temps de latence.

On peut, en effet, s'interroger sur l'avenir de ces groupes. Ceux-ci semblent à la fois avoir le vent en poupe et être, déjà, quelque peu anachroniques. Les clubs souhaitent rendre le spectacle sportif plus *clean*, familial, respectable, présentable. Ils tendent à maîtriser l'animation du stade, cette part spécifique du supporterisme, en la confiant à des entreprises spécialisées. Les groupes de supporters se sentent dépossédés d'autant plus que les clubs s'arrogent le monopole du marketing des gadgets, privant les groupes de partisans de leur commerce lucratif. L'évolution va sans doute vers une "disneylandisation" des stades mais les poches de résistance supportrices s'opposeront sans doute encore longtemps à ce processus de standardisation.

J. Mercier : Il y a quarante ans, mon équipe, qui évoluait en milieu de tableau de division 2, disputait un match amical, la veille de Noël contre le célèbre FC Barcelone entraîné par Helenio Herrera. Alors que je m'inquiétais du nombre de spectateurs, il m'assura qu'ils seraient 40 à 50 000 ! Il y en eut 45 000. Comment peut-on expliquer qu'à Barcelone et ailleurs des clubs de supporters comptent des dizaines de milliers d'adhérents fidèles et finalement plus puissants qu'on ne le pense généralement ; ainsi à Berne, lors d'une finale de coupe d'Europe, Salvator Artigas, l'entraîneur de Barcelone, m'a dit que les supporters les avaient obligés à changer leurs bas pour d'autres aux "aux véritables couleurs de Barcelone" Comment peut-on expliquer qu'en France, en dehors de notre non culture sportive, nous n'avons pas de club de supporters plus importants ?

C. Bromberger : Barcelone, c'est en effet 110 000 "socios", c'est-à-dire des membres associés à la vie du club, qui ont la possibilité de voter pour élire un président. Ce qui n'est absolument pas le cas en France où les supporters, naguère acceptés au comité directeur et encore parfois admis comme à Lens, à l'Assemblée Générale annuelle pour simplement donner leur avis, sont exclus des formes institutionnelles de participation.

Pourquoi la France est-elle un pays de petite tradition footballistique et de petite tradition supportrice, à l'exception de quelques villes comme Marseille, Saint-Étienne, Lens ? Je crois qu'il y a plusieurs raisons à cette situation. Dans une ville comme Barcelone le football a été étroitement associé à la revendication catalane, que le drapeau du Barça a été le substitut de la *senyera*, du drapeau national catalan lors des dictatures de Primo de Rivera et de Franco. En Italie, nation récente, les traditions de campanilisme urbain sont beaucoup plus fortes qu'en France, vieux pays jacobin qui a, par ailleurs, connu une industrialisation beaucoup plus tardive que l'Angleterre (or industrialisation et diffusion du football ont longtemps été associées). On ne connaît pas, en France, de véritables derbies, opposant deux clubs d'une même ville, comme c'est le cas en Angleterre, vieille patrie industrielle du football ou, en Italie ou en Espagne, où les traditions d'opposition intra-urbaine sont fortement marquées.

J. Assamat : *Que vous pensez de l'évolution éventuelle des clubs en sociétés anonymes et de la possibilité pour les supporters d'être des actionnaires qui, même peu nombreux, pourraient constituer une minorité de blocage lorsque les décisions ne leur conviendraient pas ? Avez-vous identifié dans vos travaux une volonté des supporters d'être associés à la direction des clubs de manière beaucoup plus convaincante ?*

C. Bromberger : C'est une revendication permanente des groupes de supporters : être reconnus, participer, obtenir ne serait-ce qu'un strapontin dans les instances dirigeantes des clubs. "On est pris pour la dernière roue de la charrette alors que c'est nous qui la faisons tourner" disent-ils. Ce n'est d'ailleurs plus entièrement vrai : les recettes au guichet ne représentent plus aujourd'hui que le tiers, au grand maximum, du budget d'un club professionnel, alors qu'elles comptaient pour 80% environ il y a 25 ans. Du coup, les clubs prennent de plus en plus de distance vis-à-vis des supporters tout en leur concédant quelques avantages car ils savent que cette force peut se retourner contre eux en se livrant à des manifestations intempestives, parfois brutales, en organisant la "grève" dans les gradins, etc. autant d'attitudes qui peuvent nuire à la bonne image du club, décourager spectateurs huppés et sponsors. L'actionnariat pourrait être une formule rapprochant supporters et clubs mais les formes de participation financière vers lesquels on s'oriente privilégient les grands groupes plutôt que ce "capitalisme populaire" où les associations pourraient se porter acquéreuses de titres et avoir pleine voix dans les instances de gestion.

Fin