



Le supportérisme à distance. Réflexions sur les attachements territoriaux et les formes de l'appartenance communautaire dans le football contemporain

Ludovic Lestrelin

► To cite this version:

Ludovic Lestrelin. Le supportérisme à distance. Réflexions sur les attachements territoriaux et les formes de l'appartenance communautaire dans le football contemporain. Jean-Michel De Waële; Alexandre Husting. Football et identités, Éditions de l'Université libre de Bruxelles, pp.161-175, 2008, (Science politique), 978-2-8004-1409-6. hal-02177368

HAL Id: hal-02177368

<https://normandie-univ.hal.science/hal-02177368>

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
Réflexions sur les attachements territoriaux et les formes de
l'appartenance communautaire dans le football
contemporain"**

Ludovic LESTRELIN

in De Waële J.-M., Husting A. (dir.), *Football et identités*,
Bruxelles, éditions de l'Université Libre de Bruxelles, 2008, p. 161-175.

« *Paris Beyrouth, 4 120 km en 90 minutes, c'est possible* », tel est le slogan du *PSG Club* du Liban. Disposant d'un local pour suivre les matches sur un écran géant, les adhérents de ce groupe de supporters du club parisien, créé en 2000, tentent d'y reproduire l'ambiance du Parc-des-Princes : les tendus d'écharpes et les chants rythment les parties. Le groupe gère, par ailleurs, un site Internet et effectue des voyages vers Paris tous les ans... De plus en plus de supporters de football entretiennent un rapport complexe au territoire d'ancrage de cette pratique sportive et des clubs¹. La tendance générale s'illustre, en effet, par le développement croissant d'un mode de soutien particulier que nous choisissons de qualifier de *supportérisme à distance*². Cette forme de « passion partisane », qui concerne aujourd'hui de nombreux amateurs de football, consiste à soutenir une équipe distante (parfois de plusieurs centaines de kilomètres) de son lieu de résidence. Révélant la possibilité d'être supporter d'un club tout en étant éloigné géographiquement de celui-ci, le *supportérisme à distance* désigne ainsi un processus d'identification et de mobilisation sans principe d'attachement local avec l'équipe supportée. Ce type de soutien ne se limite pas, pour autant, au suivi de cette dernière par l'intermédiaire de la télévision ou des journaux. Il ne se réduit pas davantage à une revendication d'appartenance, aussi symbolique soit-elle, par le port des couleurs du club favori. La notion de *supportérisme à distance* incorpore des formes plus poussées de soutien, notamment le suivi collectif de l'équipe, au sein d'associations, sur l'ensemble des stades dans lesquels elle se produit. Deux séries de questions sont ici posées. Comment expliquer, dans un premier temps, le processus d'affranchissement des barrières territoriales et sur quels fondements reposent ces identifications *à distance* ? À quoi rime, dans un second temps, cette « pratique partisane » et que mettent en forme les *supporters à distance* mobilisés de la sorte ?

L'affranchissement des barrières territoriales : trois cadres d'interprétation

La question des identifications et des mobilisations lointaines en faveur des clubs de football demeure sociologiquement mal cernée. Or, il existe aujourd'hui de nombreuses personnes qui vibrent pour un club géographiquement et culturellement éloigné de leur lieu de résidence. En ce sens, le développement du *supportérisme à distance* appelle un questionnement sociologique propre tant il interroge la lecture traditionnelle des engagements partisans et des identifications aux clubs. Selon cette dernière, l'engouement populaire autour du match de football puiserait sa force, à la fois, dans le renforcement des identités collectives et la sublimation des enjeux territoriaux qu'il autorise, les équipes étant communément appréhendées comme le prolongement des différentes communautés sociales³. Dans son étude à Marseille, Naples et Turin, Christian Bromberger retient que « la composition des équipes qui ont assis la renommée du club, la manière de jouer que l'on apprécie, les registres singuliers où puisent slogans, gestes et attitudes participent d'un style local »⁴. L'identification naîtrait de la proximité et du partage d'une histoire singulière faite de valeurs et d'un imaginaire propres à la collectivité dans laquelle s'enracine le club. Celui-ci en serait

¹ Sur ce sujet, voir : A. Signorelli, « Territoires : les tifosi, l'équipe et la cité », *Ethnologie française*, 25, 1994, p 616-628.

² Sur la notion de *supportérisme à distance*, voir : L. Lestrelin, *L'autre public des matches de football. Sociologie du supportérisme à distance. Le cas de l'Olympique de Marseille*, Thèse pour le doctorat de Staps, Rouen, université de Rouen, sous la codirection de J. Defrance et J.-Ch. Basson ; Chr. Bromberger, A. Loret et A. Smith, membres du jury ; L. Lestrelin, L. Sallé, J.-Ch. Basson, « The Trajectories Leading to Supporting at a Distance : The Olympique de Marseille Case Study », *European Journal for Sport and Society*, 3, 2006, p 125-141.

³ En France, deux ouvrages sur le sujet des supporters de football font aujourd'hui autorité : Chr. Bromberger, *Le match de football. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*, Paris, éditions de la Maison des sciences de l'homme, 1995 ; P. Mignon, *La passion du football*, Paris, Odile Jacob, 1998.

⁴ Chr. Bromberger, *op. cit.*, p 15.

le miroir et l'outil : façonné par les traits identitaires, culturels et symboliques de la ville ou de la proche région, il serait le lieu favori d'expression du « local » contribuant ainsi à sa consolidation. Si les recherches menées sur les *supporters à distance* restent très marginales, trois cadres d'interprétation, qui ne se cumulent pas obligatoirement mais ne s'excluent pas davantage, peuvent être avancés pour appréhender la question de l'affranchissement des barrières territoriales dans le supportérisme contemporain.

Les mouvements migratoires

La problématique des mouvements migratoires peut d'abord être convoquée pour expliquer le phénomène. Il est admis, en effet, que « les grands clubs recrutent [leurs supporters] sur une base internationale. À l'occasion des grands matchs par exemple, les supporters de la Juventus habitant en Belgique organiseront des voyages pour venir soutenir leur équipe. En Espagne ou en France, il en est de même pour des clubs comme le FC Barcelone, le Real de Madrid ou l'Athletic Bilbao et l'Olympique de Marseille ou Saint-Étienne. Ces réseaux nationaux et internationaux reposent sur les mouvements migratoires »⁵. Le *supportérisme à distance* serait ainsi une manière de perpétuer une appartenance. À l'échelle internationale, les clubs italiens, portugais, espagnols ou grecs, autant de pays qui ont connu, à des périodes variées, de puissants mouvements migratoires, fonctionnent souvent comme des « étendards de ralliement » pour de nombreux émigrés disséminés dans toute l'Europe⁶. À Malte, « confetti » de l'empire colonial britannique indépendant depuis 1964, les liens historiques, culturels et généalogiques avec la Grande-Bretagne sont, par exemple, prépondérants pour expliquer les adhésions identitaires de nombreux supporters maltais en faveur d'équipes anglaises⁷. À l'échelle nationale, les migrations liées au marché de l'emploi peuvent aussi constituer un facteur explicatif. Dans les capitales, il n'est pas rare de voir les provinciaux déracinés continuer à soutenir le club de leurs origines plutôt que celui de leur ville de résidence⁸. Mais si les équipes de football peuvent effectivement représenter des « cordons ombilicaux » pour des individus déplacés au gré de trajectoires professionnelles ou familiales, ce cadre d'interprétation semble toutefois devoir être complété. Fréquemment, les *supporters à distance* ne sont pas des originaires expatriés qui continueraient à suivre assidûment le club de la ville de leur enfance⁹.

Les transformations de la culture et de l'économie du football

Le *supportérisme à distance* pourrait s'expliquer, en second lieu, par la problématique de la « globalisation » du football succédant à un sport autrefois plus « local ». Ce type de problématique s'adosse, notamment dans les pays anglo-saxons, aux théories de la

⁵ P. Mignon, *op. cit.*, p 69.

⁶ Chr. Bromberger, *op. cit.*, p 54. En France, Lyon et Grenoble, deux villes regroupant d'importantes communautés italiennes, abritent ainsi plusieurs groupes de *supporters à distance* de la Juventus de Turin, de l'AC Milan ou de la Lazio de Rome.

⁷ Voir : G. Armstrong, J. P. Mitchell, « Making the Maltese Cross : Football on a Small Island », in G. Armstrong, R. Giulianotti (dir.), *Football Cultures and Identities*, Londres, Macmillan, 1999, p 99-116.

⁸ Paris accueille ainsi de nombreux groupes de *supporters à distance* des clubs de villes provinciales, notamment bretons et corses.

⁹ L'étude des groupes de *supporters à distance* de l'Olympique de Marseille vient notamment contredire ce postulat. Sur ce sujet, voir : L. Lestrelin, J.-Ch. Basson, « Le supportérisme à distance : une forme d'identification aux clubs de football », in Société de sociologie du sport de langue française (dir.), *Dispositions et pratiques sportives. Débats actuels en sociologie du sport*, Paris, L'Harmattan, 2004, p 333.

mondialisation qui, plutôt que de porter au jour les phénomènes de migrations et de diasporas des supporters, concentrent la focale sur les flux et les mobilités¹⁰.

La « circulation » des équipes s'est tout d'abord accrue avec la croissance des supports médiatiques (radio, presse écrite, télévision et, de manière récente, Internet) assurant plus qu'auparavant une visibilité nationale et internationale aux clubs¹¹. Puisque le football est aujourd'hui très médiatisé, les stades ne sont plus les seuls lieux du suivi collectif des matches. Par ailleurs, le développement des logiques commerciales produites par les clubs pour séduire de nouvelles « clientèles » et installer la « marque » dans d'autres pays est aujourd'hui un phénomène courant. De nombreuses équipes européennes organisent ainsi des tournées aux USA ou en Asie, achètent des joueurs japonais ou chinois dans l'espoir de s'ouvrir de nouveaux « marchés »...

En outre, la multiplication des transferts de joueurs a entériné la coupure entre ces derniers et les supporters. Cette évolution est liée aux réglementations communautaires. Le fameux arrêt Bosman, de 1995, a garanti la libre circulation des sportifs. Entériné par la Cour européenne de justice en 2003, l'arrêt Malaja a ouvert les frontières de l'Union européenne aux sportifs originaires de tous les pays ayant signé avec cette dernière un accord d'association ou de coopération. D'une part, le renouvellement accéléré des joueurs (comme celui des entraîneurs et des tactiques utilisées, d'ailleurs), implique que « les liens de proximité qui unissaient naguère joueurs et spectateurs se sont fortement distendus »¹². Autrefois héros locaux, les joueurs sont aujourd'hui des stars internationales dont la vie privée, les fêtes, les mariages, les vacances s'affichent dans les magazines consacrés aux célébrités. D'autre part, l'eupéanisation, voire la mondialisation des équipes, expliquerait que l'on s'intéresse de plus en plus aux championnats étrangers¹³.

Enfin, le constat de la « déterritorialisation » s'applique aux compétitions elles-mêmes. Trois exemples sont, à ce titre, significatifs. La coupe intercontinentale, opposant chaque année l'équipe sacrée championne d'Europe des clubs au champion d'Amérique du Sud, se déroule au Japon depuis plusieurs années. En août 2002 et 2003, la Supercoupe d'Italie, sorte de « finale » opposant chaque année le champion au vainqueur de la coupe, s'est exportée à Tripoli, en Libye, à l'invitation de la famille Kadhafi (déjà détentrice de 7,5 % du capital de la Juventus de Turin et de 2 % de celui de Fiat) à un moment où les dirigeants du football italien avaient un grand besoin d'argent frais. Enfin, un projet porté par le « G14 », ce puissant lobby qui regroupe les clubs européens les plus riches d'Espagne, d'Italie, de France, d'Angleterre et d'Allemagne, envisage de créer une ligue privée dégagée du contrôle du système actuel des championnats régi par les associations nationales sous la houlette de l'UEFA (l'instance dirigeante européenne du football) et ainsi détachée de toute référence territoriale.

On soulèvera cependant trois réserves à propos de ce cadre d'analyse dont le mérite est d'ouvrir le débat. La première réserve tient à ce que les explications livrées nous semblent excessivement parées du thème de la nouveauté. Or, y a-t-il réellement une rupture avec un

¹⁰ On trouvera une illustration de cette dimension dans : R. Giulianotti, *Football : A Sociology of the Global Game*, Cambridge, Polity Press, 1999.

¹¹ 3,13 milliards de téléspectateurs de 203 pays ont ainsi suivi la saison 2006-2007 du championnat anglais de *Premier League*. Sur la médiatisation des équipes de football et ses conséquences sur les modes de suivi des matches, voir : A. Ben-Porat, « Overseas Sweetheart. Israeli Fans of English Football », *Journal of Sport & Social Issues*, 24, 2000, p 344-350 ; C. Sandvoss, *A Game of Two Halves : Football, Television and Globalization*, Londres, Routledge, 2003.

¹² O. Le Noé, « Football et violences », *Regards sur l'actualité*, n°243, 1998, p 61. La circulation des dirigeants des clubs (se définissant fréquemment aujourd'hui comme des « entrepreneurs de spectacle ») est toute aussi intense.

¹³ Le suivi des carrières des joueurs nationaux peut susciter un intérêt pour les équipes étrangères dans lesquelles ils sont amenés à évoluer. Cependant, plus proche de la curiosité, cet intérêt est parfois très éphémère. Sur ce sujet, voir : A. Smith, *La passion du sport. Le football, le rugby et les appartenances en Europe*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2001, p 94-95.

passé supportériste aujourd'hui révolu ? Il ne faudrait pas laisser croire que cette forme d'engagement dégagée des contingences territoriales est si récente¹⁴. On peut regretter, par ailleurs, que l'argument de l'altération de la culture du football par les enjeux commerciaux place, en creux, l'affranchissement des barrières territoriales dans une perspective évolutionniste. Si la modernisation du football pousse parfois bon nombre de supporters « classiques » et « historiques » des clubs vers la sortie, les *supporters à distance* remplaceront-ils nécessairement les supporters « locaux » ? Le glissement est rapide qui nous conduit à considérer les premiers comme de simples consommateurs de football là où les seconds étaient d'authentiques partisans. La dernière précaution concerne, enfin, la vision « universalisante » et « globalisante » des pratiques sociales ainsi esquissée. Suivre une équipe de football constitue plutôt une activité singulière qui varie d'un lieu à un autre car « le sport est représenté et vécu de manière différenciée dans l'espace et dans le temps »¹⁵. Et si l'eupéanisation ou l'internationalisation peuvent laisser croire à une uniformisation des modes de penser et d'agir, il semble bel et bien que des différences importantes demeurent entre les pays dans la façon de concevoir et suivre le football. Le risque d'erreur de perspective tient donc à ce que là où l'on diagnostique l'homogénéisation ou la modération des grands contrastes, il faudrait voir plutôt la diversification croissante des goûts et des pratiques : la « palette identificatoire » aux équipes semble aujourd'hui plus élargie.

L'identité des clubs ou l'expression variée de l'appartenance communautaire

Sans doute faut-il compléter les deux cadres d'interprétation décrits auparavant. Pour Christian Bromberger, les mutations rapides esquissées ci-dessus « qui affectent, peu ou prou, la manière de jouer et la physionomie de l'effectif n'ont pourtant pas ébranlé la conscience d'un style local ancré dans la durée et d'une équipe qui symboliserait, par son recrutement, le destin de la ville »¹⁶. Il poursuit son analyse du football contemporain en écrivant que « les mécanismes d'adhésion à l'équipe n'ont guère changé » et que « l'intensité des phénomènes d'identification locale » demeure prégnante¹⁷. Comment, dans ce cas, comprendre l'affranchissement des barrières territoriales aujourd'hui manifeste ? Il faut d'abord souligner que les choix partisans sont infiniment complexes et admettre que les adhésions identitaires aux équipes sont des « processus à plusieurs sens, mouvants, contradictoires et rétifs à toute interprétation univoque »¹⁸. On relèvera aussi avec Patrick Mignon, « le caractère aléatoire du choix de l'équipe que l'on soutient et la logique d'accroissement des émotions dans le phénomène d'affiliation à une équipe »¹⁹. De même faut-il rappeler l'« attraction exercée par un club mythique auprès des amateurs de football » et l'importance des réputations nationales, construites par les victoires²⁰. Ainsi, « Saint-Étienne avait [dans les années 1970] des sections de supporters dans toute la France, à imputer sans doute à ses succès, de même que Marseille aujourd'hui »²¹.

¹⁴ Sur le cas des supporters scandinaves de Liverpool FC, voir : H. Hognestad, « Long-Distance Football Support and Liminal Identities Among Norwegian Fans », in N. Dyck, E. Archetti (dir.), *Sport, Dance and Embodied Identities*, Oxford, Berg, 2003, p 97-114 ; R. Nash, « Globalised Football Fandom : Scandinavian Liverpool FC Supporters », *Football Studies*, 3, 2000, p 5-23. Chr. Bromberger souligne, par ailleurs, qu'un important engouement à distance a vu le jour en France au cours des années 1970 suite aux succès de l'A.S. Saint-Étienne. Sur ce point, voir : Chr. Bromberger, « Supporter son équipe », *Panoramiques*, 61, 2002, p 101.

¹⁵ A. Smith, *op. cit.*, p 22.

¹⁶ Chr. Bromberger, *op. cit.*, p 352-353.

¹⁷ *Ibidem*, p 353.

¹⁸ Chr. Bromberger, « De quoi parlent les sports ? », *Terrain*, 25, 1995, p 6.

¹⁹ P. Mignon, « Une autre exception française : un football sans hooligans », *Revue internationale de criminologie et de police technique et scientifique*, 55, 2002, p 327.

²⁰ P. Mignon, *op. cit.*, p 69.

²¹ *Ibidem*, p 216.

Plus fondamentalement, le football offre toute une gamme de possibilités et de combinaisons identificatoires. Les clubs, en tant « qu'objets de croyance », sont les symboles de valeurs et de modes d'existence collective²². Les équipes condensent ainsi des manières différentes d'exprimer une appartenance communautaire. Emblèmes d'un territoire, elles peuvent aussi être l'expression d'une communauté sociale, religieuse ou ethnique. La plasticité des représentations et la multiplicité de réceptions possibles que ce sport autorise permettent donc la coexistence de différentes appartenances. Il est, par exemple, possible de suivre plusieurs clubs en même temps, tout en ne consacrant pas autant de sentiments et de temps au second qu'au premier. Offrant une pluralité de lectures, les clubs de football autorisent, de fait, de multiples appropriations, notamment à *distance*.

Souvent fixé à l'adolescence, l'attachement à une équipe est, par ailleurs, stimulé par la discrimination et l'opposition aux autres. Le ressort de l'adhésion identitaire des supporters en faveur d'un club n'est-il pas scellé dans la différence, sa « marque de fabrique », qu'il exprime ? Ainsi l'identification se fait-elle souvent *contre* d'autres équipes (et par extension contre d'autres supporters) car si « tout n'est pas local dans ce qui produit l'adhésion à un club », c'est que « ce qui structure les représentations sur un club donné et leur donne force tient à ce que, comme les clubs, ces représentations font système et s'organisent les unes par rapport aux autres, les unes contre les autres »²³. Le football accepte donc diverses sortes de « conflits identificatoires », tant et si bien que les rivalités, se trouvant démultipliées (reposant sur des luttes sportives, elles peuvent être investies par des enjeux sociaux, idéologiques, politiques...), suscitent des affiliations ou des aversions largement autonomes des contingences territoriales.

Ces systèmes d'oppositions, éprouvés dans un périmètre géographique plus ou moins élargi, prennent des formes et des configurations différentes selon les situations nationales. Ils peuvent se construire, tout d'abord, sur un mode binaire. Le Paris-Saint-Germain et l'Olympique de Marseille, en France, symbolisent chacun un monde social et culturel distinct. Même si elle semble moins vigoureuse aujourd'hui qu'au début des années 1990, l'opposition exprime la rivalité entre la capitale et la province, mais aussi entre le Nord et le Sud, le centralisme et l'autonomie. En Espagne, le Real de Madrid est le symbole du pouvoir central face au FC Barcelone se présentant, à l'inverse, comme l'emblème politique de l'indépendance et de la culture catalane. Les nombreuses victoires du premier, notamment en coupe d'Europe dans les années 1950 et 1960, ont pu incarner la force du régime franquiste ; les succès du second sont autant d'occasion d'affirmer la souveraineté du peuple catalan. La rivalité peut se concentrer sur une facette. L'antagonisme social fonde ainsi bon nombre de systèmes d'oppositions : Flamengo et Fluminense à Rio de Janeiro au Brésil ; River Plate, symbole du capitalisme et de la bourgeoisie contre Boca Juniors, représentant la classe ouvrière en Argentine... Les systèmes d'opposition peuvent encore se construire selon une structure tertiaire. En Turquie, la rivalité entre les trois clubs d'Istanbul, Galatasaray, Besiktas (situés sur la rive occidentale du Bosphore) et Fenerbahçe (implanté sur la rive orientale) prend les traits d'un clivage entre Europe et Asie, captant les affiliations et les aversions partisans dans tout le pays, que l'on partage ou pas l'ancrage territorial de ces équipes.

Ces partitions diverses découpent et classent les affinités et les antipathies. Plus que de simples clubs de football en concurrence, ce sont des mondes aux attributs respectifs, des systèmes de valeurs qui sont en confrontation. Elles définissent ainsi une ligne de partage entre deux camps, les « alliés » et les « ennemis », les adhésions se détachant alors des appartenances territoriales.

²² J.-M. Faure, Ch. Suaud, « Le club comme objet de croyance », *Sociétés & Représentations*, n°7, 1998, p 201-212.

²³ J.-M. Faure, Ch. Suaud, *Le football professionnel à la française*, Paris, PUF, 1999, p 162.

Une des raisons de la popularité du football réside donc dans « sa capacité à faire exister des collectifs, ce qu'on pourra appeler des communautés imaginées », cette notion désignant « le fait de se reconnaître membre d'un collectif au-delà des différences de statut et des barrières mises à l'interconnaissance »²⁴. Si le style d'une équipe se présente comme l'affirmation d'une identité imaginaire, il est toujours possible de s'approprier celle-ci et d'y trouver des correspondances avec sa trajectoire personnelle. En ce sens, la spécificité des identifications des *supporters à distance* tient à ce que ce n'est pas l'attachement en soi au territoire d'implantation du club qui se situe au cœur du sentiment d'appartenance en faveur de ce dernier, mais le sentiment d'être lié à ceux qui font exister la « communauté de destin » figurée par le style de l'équipe. Mais, alors que les clubs se transforment en entreprises, que leurs dirigeants se renouvellent régulièrement, que les compositions des équipes changent au gré des saisons, se dessine un relâchement des liens qui unissaient les coulisses, le terrain et les gradins. Si ce mouvement n'affecte pas la conscience d'un style ancré dans la durée, c'est que les supporters en sont devenus, au fil des années, les représentants et les interprètes privilégiés, se posant comme les garants du patrimoine et de l'identité des équipes. Aussi le sentiment d'être lié à ces « communautés imaginées » que sont les clubs se porte-t-il particulièrement en direction des supporters qui partagent l'ancrage territorial des équipes. De nombreux *supporters à distance* n'ambitionnent donc pas seulement de soutenir le club favori par l'intermédiaire de la télévision, ne désirent pas non plus simplement la supporter dans les stades, mais cherchent également à se lier de manière effective aux partisans locaux, dont ils se font les premiers soutiens.

Le supportérisme à distance : un travail identitaire singulier

Par conséquent, que mettent en forme les *supporters à distance* qui, réunis au sein de groupes, sont amenés à s'engager dans une action collective dont le dessein consiste à soutenir leur équipe favorite auprès des supporters locaux dans les stades où celle-ci évolue ? Nous proposons à présent de mettre en évidence les expériences pratiques des *supporters à distance* en cherchant à replacer ces derniers dans le réseau de relations au sein duquel ils prennent place, se constituent et sont définis. Aussi s'agit-il de considérer les *supporters à distance* comme des individus investis dans différentes « scènes sociales ». Inspirée de la sociologie de Erving Goffman et de sa conception théâtralisée de la vie sociale, cette notion entend désigner « l'univers de référence et de socialisation dans lequel les interactions prennent sens pour leurs partenaires »²⁵. L'univers des *supporters à distance* apparaît ainsi divisé spatialement entre le « chez soi », l'entre-soi du groupe auquel ils appartiennent et les tribunes qui constituent des zones de contacts avec les supporters locaux. Le *supportérisme à distance* consiste, de fait, à se déplacer, de manière plus ou moins régulière selon les niveaux d'engagement, sur des scènes sociales différenciées. Une telle lecture invite à analyser « l'ensemble des relations qu'entretiennent toutes les parties impliquées de près ou de loin » dans le *supportérisme à distance*²⁶. En ce sens, nous devons porter notre attention au-delà de la simple communauté des *supporters à distance* pour porter le regard vers leurs proches (famille, amis, collègues de travail) et vers les supporters qui partagent l'ancrage territorial du club. Aussi estimons-nous que le *supportérisme à distance* constitue une

²⁴ P. Mignon, *op. cit.*, p 31. Sur les communautés imaginées, voir : B. Anderson, *L'imaginaire national. Réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme*, Paris, La Découverte, 2002.

²⁵ S. Beaud, F. Weber, *Guide de l'enquête de terrain*, Paris, La Découverte, 2002, p 329. Sur la métaphore théâtrale propre au travail d'Erving Goffman, voir : E. Goffman, *La Mise en scène de la vie quotidienne. t1. La Présentation de soi*, Paris, Minuit, 1973 ; J. Nizet, N. Rigaux, *La sociologie de Erving Goffman*, Paris, La Découverte, 2005, p 19-32.

²⁶ H. S. Becker, *Outsiders. Études de sociologie de la déviance*, Paris, Métailié, 1985, p 13.

modalité de construction identitaire singulière pouvant s'analyser comme la recherche d'une identité différenciée, réagissant à des décalages expérimentés dans ces espaces sociaux. Les *supporters à distance* sont, en effet, décalés par rapport aux supporters locaux avec lesquels ils ne partagent ni l'ancrage territorial ni l'identité locale du club. Ils sont, par ailleurs, en porte-à-faux dans leur univers proche : leur singularité est d'autant plus renforcée qu'ils incarnent la figure du renégat. Fondée sur une démarche ethnographique, notre analyse se concentre ici sur les activités des *supporters à distance* de l'Olympique de Marseille (OM) localisés dans le Nord de la France, nous mêlant notamment aux déplacements menés pour aller voir jouer le club dans les stades visités lors du championnat de France et des coupes européennes.

Le supportérisme à distance à l'OM : état des lieux

En France, l'équipe de Marseille fait figure d'exception en matière de football. Frappée par la crise économique dans les années 1980, Marseille, comme Naples en Italie et Liverpool en Grande-Bretagne, s'accroche avec d'autant plus d'intensité à son club. « C'est [en effet] le propre des villes sinistrées, nostalgiques d'une grandeur passée et aujourd'hui bafouées de l'extérieur, de porter une ferveur sans commune mesure à l'équipe qui les représente »²⁷. Dans cette ville populaire et cosmopolite, au goût prononcé pour les représentations théâtrales et scéniques, le football est l'objet d'un important engouement. Ainsi, nul autre club français ne compte autant d'abonnés : 45 000 pour la saison 2004-2005. Le club dispose, par ailleurs, d'une « offre partisane » élargie représentée par huit associations de supporters empruntant aux deux styles de soutien à l'équipe, traditionnellement distingués. Le supportérisme officiel, caractérisé principalement par le fait que le groupe de supporters est contrôlé par le club, est incarné par deux associations (le *Club central des supporters* et les *Amis de l'OM*). De l'autre côté, la version « autonome » de supportérisme, dont la raison d'être est d'échapper à ce contrôle afin de promouvoir une alternative, au prix parfois d'une certaine marginalisation voire d'une rupture avec les instances dirigeantes du club, est représentée par les six autres groupes (que sont, respectivement dans l'ordre de leur création, les *Ultras Marseille*, les *South Winners*, les *Yankee*, les *Fanatics*, les *Dodger's* et les *Marseille Trop Puissant*). Ces derniers, empruntant au modèle « à l'italienne » (appelé aussi *ultra*), connaissent un véritable succès²⁸. Fondés à partir des années 1980, ils représentent plus de 20 000 membres et occupent les deux virages du stade, c'est-à-dire les tribunes situées derrière chaque but.

La popularité de l'OM déborde l'horizon local. Seule équipe française (avec l'Olympique Lyonnais depuis mai 2005), à disposer de sa propre télévision, *OM TV* compte 32 000 abonnés dont les trois-quarts résident hors de la région provençale. De nombreux groupes de *supporters à distance* se sont aussi créés à partir de la fin des années 1980 parallèlement aux succès nationaux et européens de l'équipe²⁹. Le « phénomène associatif » représente aujourd'hui environ 120 groupes disséminés en France et à l'étranger³⁰. Réunissant parfois jusqu'à plusieurs centaines de membres, ces groupes sont, pour la plupart, constitués en association de loi 1901. La division des tâches y est plus ou moins poussée même si, souvent,

²⁷ Chr. Bromberger, *op. cit.*, p 23.

²⁸ Pour une analyse des groupes *ultras* en Italie et en France, voir : A. Roversi, C. Balestri, « Italian Ultras Today : Change or Decline ? », *European Journal on Criminal Policy and Research*, 8, 2000, p 183-199 ; N. Hourcade, « Les groupes de supporters ultras », *Agora Débats/Jeunesse*, 37, 2004, p 32-42.

²⁹ Le club gagne le championnat de France en 1989, 1990, 1991, 1992, la coupe de France en 1989, joue la finale de la coupe d'Europe des clubs champions en 1991, avant de remporter le trophée en 1993. À ce jour, l'OM est la seule équipe française à avoir gagné ce titre prestigieux.

³⁰ La région parisienne, le Nord et l'Est de la France sont concernés mais aussi New York, la Guadeloupe, la Suisse, la Belgique, le Luxembourg... Pour prendre connaissance de la cartographie du *supportérisme à distance* en faveur de l'OM, se reporter à : L. Lestrelin, *op. cit.*, p 332-335.

la bonne marche de l'association repose sur l'activisme de quelques membres. Ces derniers produisent occasionnellement du matériel estampillé au nom du groupe (des drapeaux, des banderoles, des tee-shirts, quelquefois des écharpes), gèrent des sites Internet, produisent de petits journaux (des *fanzines*) narrant l'actualité de l'équipe et de leur collectif. Si nombre d'entre eux proposent une intense vie associative, à travers les loteries, les soirées dansantes, les tournois de pétanque ou de football, ce sont les déplacements à Marseille et dans les autres stades français ou européens, réalisés en voitures individuelles, en minibus ou en car, qui rythment les saisons sportives et constituent les principales occasions de réunion des adhérents. Rares, en effet, sont les groupes qui disposent d'un local propre. Parfois, le siège se situe dans un café où les membres se retrouvent pour regarder les matches de l'OM quand ils ne peuvent participer aux voyages.

Le sentiment identificateur à l'OM

L'adhésion identitaire à *distance* en faveur de l'OM tient-elle aux valeurs territoriales ? Le *supportérisme à distance* s'apparente plutôt à une sorte de « pied de nez » consistant à prendre du recul avec les appartenances héritées. Les groupes de *supporters à distance* sont majoritairement composés d'individus ayant laissé leur identité locale « au vestiaire » : peu d'entre eux sont des originaires exilés. Il semble donc que le soutien en faveur du club marseillais ne trouve pas sa source dans la défense d'une identité locale, des couleurs d'une ville ou d'une région. Certains passionnés ne se reconnaissent absolument pas dans la cité méditerranéenne et demeurent attachés à leur ville de naissance et de résidence. D'autres sont plus nuancés et laissent poindre leur désir de Marseille pour mieux se rapprocher de leur club favori. Quel que soit le positionnement des uns et des autres, il faut surtout relever qu'il n'y a pas de contradiction dans le fait de s'identifier à l'OM et de ne pas se reconnaître dans les particularismes locaux symbolisés par le club, car les *supporters à distance* se sentent d'abord appartenir à une communauté de valeurs et de destin. Outre qu'il s'avère un « idéal sportif » aux yeux des *supporters à distance*, l'OM se voit chargé de nombreuses significations et croyances. Parmi celles-ci, il apparaît que le club marseillais se pose par son histoire, les acteurs sociaux qui ont fait et font son destin, comme le représentant symbolique d'une manière d'affronter le sort et les puissants du monde, comme le porte-étendard des « petites gens ».

A ce titre, l'affaire retentissante et très médiatisée de corruption traversée par le club en 1993 (l'OM a acheté une rencontre du championnat de France contre Valenciennes), qui succède immédiatement au glorieux succès contre le « grand » AC Milan en coupe d'Europe des clubs champions, a été déterminante pour bon nombre de *supporters à distance*. Rétrogradation en deuxième division, interdiction de coupe d'Europe, retrait du titre de champion de France... Cet épisode tumultueux a constitué un support à l'identification de personnes qui semblaient y reconnaître leur propre trajectoire. Aux yeux de ces passionnés, s'identifier à l'OM revient ainsi à se situer dans le camp des malchanceux, des rebelles, mais aussi de la débrouillardise et de la réussite populaire (incarnée par la trajectoire d'un Bernard Tapie) contre « l'establishment » (représenté par les dirigeants nationaux, les hommes politiques, les journalistes... et le Paris-Saint-Germain) jugé défavorable, si ce n'est hostile, aux « petites gens ». Choisir l'OM, c'est prendre parti pour le plus faible (« *quand j'étais petit, j'étais toujours pour les indiens lorsque je regardais les westerns* » nous a, un jour, confessé un supporter). S'attacher à l'OM à *distance* revient se poser comme une façon de dire qui sont les siens et de revendiquer une « manière d'être », un « état d'esprit ». L'identification à l'OM est en ce sens une manière de s'opposer, les individus adhérant au club tout en rejetant farouchement le Paris-Saint-Germain, doté à leurs yeux des qualités contraires.

S'il faut étudier la façon dont les *supporters à distance* agissent, il faut aussi analyser de près de quelle façon les « autres », à la fois les proches et les supporters locaux, les jugent quand ils agissent. La situation des *supporters à distance* se caractérise par une asymétrie entre ce qu'ils veulent être, ce qu'ils croient constitutif de leur identité et ce qu'ils sont aux yeux des autres. En ce sens, ils expérimentent des décalages entre *l'identité pour soi*, réellement intériorisée, que l'on peut aussi nommer « l'identité sociale réelle » (elle correspond à ce que l'on dit être, la manière dont on se définit, l'appartenance revendiquée) et *l'identité pour autrui*, que l'on peut appeler « l'identité sociale virtuelle », qui désigne les définitions que les personnes rencontrées dans les diverses scènes sociales investies leur attribuent³¹.

Alors que l'OM semble paradoxalement d'autant plus désirable que le club se trouve à distance, la passion n'échappe pas aux regards des amis ou des parents. Or, les personnes extérieures à la pratique du *supportérisme à distance* en faveur de l'OM ne parviennent que rarement à comprendre la nature de l'attachement à un club de football qui se singularise par son éloignement géographique. Comment, en effet, justifier auprès de son entourage cet engagement dans des termes rationnels ? Comment légitimer une pratique qui implique régulièrement de faire des centaines de kilomètres en car ou en minibus, de dépenser son argent, son temps et son énergie pour un simple match de football ? Les *supporters à distance* font ainsi l'expérience de l'incompréhension ou des moqueries des « autres ». L'étrangeté des *supporters à distance* est d'autant plus renforcée qu'ils incarnent à merveille la figure du *renégat*. Dans un univers supportériste où l'authenticité et la fidélité sont érigées en valeurs cardinales, les *supporters à distance* symbolisent la versatilité : ils sont ceux ayant trahi les couleurs de leur communauté d'appartenance. L'environnement familial ne manifeste pas une franche hostilité à l'égard des *supporters à distance* et de la pratique du *supportérisme à distance*. Il est toutefois certain que ces partisans singuliers évoluent, d'un côté dans l'incompréhension, de l'autre dans la suspicion et le doute. Ils ont, de fait, à composer avec de nombreuses ingérences extérieures. Si certains sont parfois influencés par ces réactions, d'autres ne reconnaissent absolument pas l'autorité des jugements prononcés par ces différentes personnes extérieures à leur activité, ces dernières étant, à leurs yeux, étrangères à leur univers et ainsi incompetentes pour livrer un point de vue pertinent sur celui-ci. Ce n'est jamais le cas des avis proférés par les supporters locaux, en l'occurrence, pour l'exemple qui nous préoccupe ici, les Marseillais.

Les *supporters à distance* sont également confrontés à une mise en question de l'authenticité de leur statut de partisan par les supporters locaux. Aux yeux de ces derniers, le *supporter à distance* apparaît, tout d'abord, comme un « Parisien », « un gars du Nord » ou un « *estranger* ». En outre, deux logiques distinctes propres aux partisans locaux et aux *supporters à distance* entrent en concurrence. Le point de vue des premiers est façonné à partir du lien de proximité vis-à-vis de l'OM. Les représentations des seconds sont marquées par l'extériorité : la venue à Marseille revêt pour eux un caractère « extraordinaire ». Pour les uns, le Stade vélodrome, ses environs, les lieux du supportérisme marseillais sont des lieux de vie quotidiens quand, pour les autres, ils fonctionnent tels un décor insolite. Les uns sont « chez eux » quand les autres ne le sont pas. D'une certaine façon, les supporters marseillais assistent donc, les jours de match, à la réappropriation de l'OM et des lieux du supportérisme local, bref d'un univers qu'ils considèrent comme le leur, par d'autres partisans à des fins qui, à première vue, peuvent passer pour touristiques. Cette « défiance » à l'égard des *supporters à distance* se trouve renforcée par le fait que ces derniers se présentent volontiers comme d'authentiques supporters de l'OM, entendent accéder à l'univers du supportérisme

³¹ E. Goffman, *Stigmates. Usages sociaux des handicaps*, Paris, Minuit, 1975, p 12.

marseillais et aspirent à pouvoir y être pleinement intégrés alors qu'ils maîtrisent généralement mal, au départ, la « bonne manière » de supporter le club selon les canons supportéristes locaux. Leurs premières incursions trahissent, en effet, leur relative méconnaissance de cet univers. Si bien que se dessine une nouvelle ligne de démarcation défavorable aux *supporters à distance*. Ils incarnent, aux yeux des Marseillais, la figure particulièrement dévalorisée du « *mastre* », terme utilisé pour désigner tous ceux qui sont incapables de comprendre en finesse le mode de vie des supporters « authentiques »³². Le *supporter à distance* se trouve donc *a priori* dans « la situation de l'individu que quelque chose disqualifie et empêche d'être pleinement accepté par la société »³³, ici en l'occurrence celle des supporters marseillais.

Quête de reconnaissance et construction de l'authenticité

Privilégiant une identité d'élection à une identité d'appartenance, les *supporters à distance* sont ainsi confrontés avec acuité à la question de la reconnaissance, c'est-à-dire la question de l'image positive qu'autrui renvoie (ou non) à des acteurs individuels ou collectifs au cours des interactions sociales. Cette problématique constitue, en effet, un enjeu social de première importance dans la pratique du *supportérisme à distance*. Si bien que les objectifs que les *supporters à distance* se fixent et jugent dignes d'efforts se voient principalement déterminés par le désir de trouver la confirmation, dans le regard des autres, de leur propre valeur de partisans de l'OM et de la qualité de leur activité collective. Tel est donc le dernier temps de notre appréhension du monde des *supporters à distance* de l'OM.

L'engagement pour suivre le club « en vrai » constitue une première étape pour neutraliser les multiples formes de déconsidération. Rejoindre un groupe de *supporters à distance*, c'est, en effet, opérer une rupture ennoblissante avec ceux qui restent devant leur poste de télévision tout en se retrouvant plongé dans le monde rassurant de « l'entre-soi ». Les déplacements sont des occasions de côtoyer des individus semblables avec qui partager sa passion, éprouver son savoir, discuter de l'actualité du club... Les excursions pour aller voir jouer l'équipe constituent, par ailleurs, des moments particulièrement « dépaynants » et « déroutinisants ». Pour les « routards de l'OM », comme ils se définissent eux-mêmes, être régulièrement dans les travées des stades permet d'être en prise directe avec l'équipe, de revendiquer la vie même du club, ses défaites et ses victoires, de contribuer à ses faits de gloire. Chaque voyage offre aussi une occasion de vivre des « rencontres inattendues » avec des supporters adverses sur les routes et les aires d'autoroutes³⁴. De fait, être *supporter à distance* équivaut à participer, en tant qu'acteur, à la construction d'une véritable mythologie. Au fil des déplacements s'édifie un « capital supportériste » que l'individu peut réinvestir, en premier lieu, dans son environnement familial. Ce dernier n'est pas seulement un fan parmi d'autres ou un « mythomane » car sa prétention à se déclarer comme « véritable » supporter de l'OM est

³² Cette catégorisation n'est pas sans rappeler, par ailleurs, la ligne de démarcation entre les étudiants en médecine et les « rosses », ces patients exigeants et particulièrement agaçants soupçonnés d'être hypocondriaques, étudiée par H. S. Becker (*Les ficelles du métier. Comment conduire sa recherche en sciences sociales*, Paris, La Découverte, 2002, p 239-249).

³³ E. Goffman, *Stigmates...* *op. cit.*, p 7.

³⁴ Être *supporter à distance*, c'est, en effet, emprunter régulièrement le même chemin que les supporters « ennemis » et pouvoir les croiser à tout moment. Lors des matches OM – PSG, par exemple, les trajets des *supporters à distance* de l'OM résidant dans le Nord de la France et en région parisienne sont identiques à ceux des supporters parisiens. Les histoires racontées par les plus anciens *supporters à distance* aux novices sont souvent pleines d'anecdotes sur les rencontres fortuites avec les supporters du PSG, de l'AS Saint-Étienne, du FC Girondins de Bordeaux ou avec la police... Sur la violence des supporters de football, voir : W. Nuytens, « La violence des supporters autonomes de football : à la recherche de causalités », in J.-C. Basson (dir.), *Sport et ordre public*, Paris, La Documentation française-IHESI, 2001, p 127-144.

authentiquement fondée par la pratique. Le *supporter à distance* peut se vanter d'assister régulièrement aux matches de l'OM, excursions dont il pourra à loisir faire le récit à son retour, quitte à les embellir un peu...

Mais l'objectif poursuivi avec plus de ténacité encore par les *supporters à distance* s'apparente à un « but moral ». Il consiste à faire vivre et perpétuer un sentiment amical avec les partisans locaux. Les *supporters à distance* ne désirent pas simplement être tolérés ou acceptés par ces derniers, mais ils ambitionnent être véritablement intégrés à la communauté des supporters marseillais et considérés d'égal à égal. La poursuite de cet objectif devient une véritable fin en soi qui transcende largement le projet originel de suivi de l'OM. La construction de cette relation se décline sur trois registres.

Le premier d'entre eux consiste à se montrer généreux à l'égard des Marseillais qui les « accueillent » dans « leurs » tribunes. Tout un travail est ainsi réalisé en amont des rencontres afin de contribuer à la préparation des *tifos* (les spectacles orchestrés par les supporters) : découpage de journaux en petits morceaux pour constituer des « papelitos » qui seront lancés dans les tribunes pendant le match, glissés dans de grands sacs poubelles et emmenés jusqu'à Marseille, envois postaux de papier, d'annuaires (également pour réaliser des « papelitos »), confection de drapeaux...

Deuxième registre adopté par les *supporters à distance* pour « construire de la reconnaissance », l'impératif de générosité et de dévouement formulé par les *supporters à distance* se prolonge dans la recherche de séparation de l'activité de toute entreprise de tourisme. Aussi cherchent-ils, au fil de leurs déplacements pour assister aux matches au Stade vélodrome, à s'ancrer progressivement dans le territoire de la ville de Marseille et à investir prioritairement les lieux des initiés, afin de partager les habitudes des partisans locaux les plus investis dans l'associationnisme supportériste. Il s'agit donc de s'approprier les lieux les plus authentiques de la présence supportériste et, dans le même mouvement, de fuir tous les endroits considérés comme les plus touristiques, destinés aux béotiens (c'est le cas d'OM Café, situé sur le Vieux Port, peu à peu déconsidéré).

Troisième et dernier registre adopté par les *supporters à distance* pour mieux mettre en avant la « pureté » de leur démarche, donner des gages de leur foi et de leur sincérité tout en faisant vivre l'idée d'un partage avec les partisans locaux, les individus les plus investis dans le *supportérisme à distance* jugent, peu à peu, important de se fondre dans la culture locale. Soulignons que cette identification à la ville et à la culture locale est générée par la pratique du *supportérisme à distance* sous sa forme la plus active. Elle n'est pas présente lors de la genèse de l'intérêt puis du développement de la passion pour le club marseillais. Elle est le résultat d'interactions durables entre partisans locaux et *supporters à distance* décrites jusqu'ici³⁵. Toujours est-il que, chemin faisant, les individus qui sont les plus actifs au sein des groupes de *supporters à distance* et qui adhèrent aux objectifs de reconnaissance présentés ici en viennent à développer un goût prononcé pour la culture marseillaise. L'une des « portes d'entrée » les plus empruntées demeure la musique, en particulier des groupes de rap ou de raggauffin, tel *Massilia Sound System*. Le pastis et la cuisine marseillaise sont, par ailleurs, érigés en symboles de la culture locale et font partie à ce titre du « bagage culturel » de tout véritable *supporter à distance* de l'OM. Certains groupes tentent de reproduire, à distance, cette culture locale. Aux beaux jours, des « concours de boules » ou des « tournois de pétanque made in Marseille », pour reprendre des expressions usitées dans le milieu des *supporters à distance* de l'OM, sont parfois organisés. Peaufiné à la faveur des déplacements et des matches vécus aux côtés des Marseillais « pur jus », le « parler marseillais » est, enfin, très répandu. Nombre d'entre eux parsèment leurs phrases d'expressions marseillaises :

³⁵ Les mots de Norbert Élias sont particulièrement bienvenus ici : « les hommes se modifient mutuellement dans et par la relation des uns aux autres, [...] ils se forment et se transforment dans cette relation » (*Qu'est-ce que la sociologie ?*, La Tour d'Aigues, éditions de l'Aube, 1991, p 62).

« *dégun* » (personne), « *minot* » (enfant), « *collègue* » (ami), « *s'escagasser* » (se démenner), « *bouléguer* » (remuer, danser), « *marronner* » (râler), « *vé* » (regarde), « *se cager* » (avoir peur)...³⁶ Apprendre des mots issus du « parler marseillais », s'intéresser à l'histoire et à l'actualité de la ville sont autant de signes visibles d'assimilation de l'univers des supporters marseillais, entreprise qui doit en outre permettre de construire le passage du monde des profanes à celui des supporters initiés.

Le processus peut conduire à jouer avec les faux-semblants³⁷. Parce qu'ils correspondent à une activité non-routinière de la vie sociale, les voyages pour aller voir jouer l'OM sont, en effet, des occasions pour « sortir de soi » et « faire le Marseillais ». De fait, de nombreux *supporters à distance* prennent l'accent marseillais dans les tribunes des stades et les chants, lancés par les responsables marseillais des associations de supporters, sont systématiquement repris avec l'intonation adéquate, quelle que soit l'origine géographique des partisans présents dans les gradins. Le brouillage des identités est particulièrement adopté lors des matches joués par l'OM à l'extérieur car le jeu avec les origines y est plus aisé. Cette attitude, non appliquée lors des interactions avec les supporters locaux, est une manière de donner la réplique aux partisans adverses. Les individus assis dans les tribunes des spectateurs identifient l'ensemble des supporters de l'OM présents dans les gradins qui leur sont alloués comme des originaires de Marseille. Le fait d'être non Marseillais n'est ni connu, ni perceptible. Tout pousse à faire semblant et les *supporters à distance* ne manquent pas l'occasion de manipuler l'information sur eux-mêmes. Sans doute faut-il relever que la volonté de ne pas attirer les regards sur leur différence préside ce genre d'attitude. Il n'empêche que « jouer au Marseillais » semble être une ficelle pour entretenir l'idée (voire l'illusion) qu'ils se fondent dans la culture locale.

* *

Les *supporters à distance* voient leur conception de soi infirmée, de façon plus ou moins insistante, dans de nombreuses interactions sociales significatives. Se percevant comme des supporters de l'OM, ils se voient dénier cette conception et sont assimilés à une forme illégitime ou inférieure de partisans. Ce « désaccord particulier entre les identités sociales virtuelle et réelle »³⁸ génère ainsi une « sensibilité identitaire » très vive. Si l'engagement dans le *supportérisme à distance* n'est pas la conséquence d'un quelconque « problème d'identité », il peut donc faire surgir un questionnement identitaire. En ce sens, cette activité partisane génère une forme de réflexivité : les *supporters à distance* ont à construire ce qu'ils veulent être, c'est-à-dire des membres à part entière de la communauté des supporters de l'OM.

Aussi l'action dans le *supportérisme à distance* s'apparente-t-elle à une lutte pour la reconnaissance qui revêt, en premier lieu, les apparences d'une *attente égalitaire*. Les *supporters à distance* cherchent d'abord à être reconnus comme d'authentiques supporters, en d'autres termes des partisans de valeur égale aux supporters « classiques », ceux qui résident au plus près du club marseillais. Les *supporters à distance* s'engagent ainsi dans une longue entreprise d'édification et de consolidation du lien social en direction des partisans locaux, travail dont l'enjeu est de réduire la distance qui les sépare de ces derniers. Souhaitant de la sorte appartenir à la communauté des supporters de l'OM, il leur faut notamment convaincre qu'ils méritent la confiance des Marseillais : tout à la fois capables de se montrer à leur hauteur et de se fondre dans la culture supportériste locale.

La lutte pour la reconnaissance dans laquelle sont engagés les *supporters à distance* ne s'arrête toutefois pas à la modification du regard et du jugement portés sur eux par les

³⁶ Un groupe localisé à Orléans a ainsi adopté pour devise : « *On est des fous, on met le oai, on craint dégun* ».

³⁷ Sur le faux-semblant, voir : E. Goffman, *Stigmates...* op. cit, p 91-111.

³⁸ *Ibidem*, p 12.

partisans locaux, tout comme elle ne se réduit pas à l'amélioration de leur place au sein de l'espace du supportérisme marseillais, même si ces objectifs occupent une place fondamentale dans l'appréciation du succès de l'entreprise. Fondée, en second lieu, sur une *attente distinctive*, l'action des *supporters à distance* se caractérise également par un travail d'ennoblissement de la pratique qui va de pair avec l'accroissement du prestige personnel : multiplication des déplacements pour suivre l'OM, participation « en direct » à l'écriture de l'histoire du club, voire confrontation au risque et jeu avec les interdits, mise en mémoire des aventures... Il s'agit, pour les membres des sections de *supporters à distance*, de devenir de « super supporters », d'accumuler un « capital supportériste » qui autorise, d'une part, à rayonner dans leur entourage familial et, d'autre part, à devenir, dans le champ des supporters de football, des « personnalités » particulièrement aguerries et expérimentées.

Aussi curieuses qu'elles puissent paraître au premier abord, les logiques qui poussent certains individus à organiser à *distance* leur vie autour d'un club de football s'éclairent alors bien mieux. Supposant un jeu entre appartenances héritées et appartenances revendiquées, offrant aux individus les plus investis dans cette pratique la possibilité de vivre des expériences alternatives, le *supportérisme à distance* participe à la construction d'identités d'élection et, au bout du compte, à la définition de soi.

Références

- Anderson B., *L'imaginaire national. Réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme*, Paris, La Découverte, 2002.
- Armstrong G., Mitchell J. P., « Making the Maltese Cross : Football on a Small Island », in G. Armstrong, R. Giulianotti (dir.), *Football Cultures and Identities*, Londres, Macmillan, 1999, p 99-116.
- Beaud S., Weber F., *Guide de l'enquête de terrain*, Paris, La Découverte, 2002.
- Becker H. S., *Outsiders. Études de sociologie de la déviance*, Paris, Métailié, 1985.
- Becker H. S., *Les ficelles du métier. Comment conduire sa recherche en sciences sociales*, Paris, La Découverte, 2002.
- Ben-Porat A., « Overseas Sweetheart. Israelis Fans of English Football », *Journal of Sport & Social Issues*, 24, 2000, p 344-350.
- Boura O., *Marseille ou la mauvaise réputation*, Paris, Arléa, 2001.
- Bromberger Chr., *Le match de football. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*, Paris, éditions de la Maison des sciences de l'homme, 1995.
- Bromberger Chr., « De quoi parlent les sports ? », *Terrain*, 25, 1995, p 5-12.
- Bromberger Chr., « Supporter son équipe », *Panoramiques*, 61, 2002, p 99-106.
- Cobb R., *Marseille*, Paris, Alia, 2001.
- Elias N., *Qu'est-ce que la sociologie ?*, La Tour d'Aigues, éditions de l'Aube, 1991.
- Farred G., « Long Distance Love. Growing Up a Liverpool Football Club Fan », *Journal of Sport & Social Issues*, 26, 2002, p 6-24.
- Faure J.-M., Suaud Ch., « Le club comme objet de croyance », *Sociétés & Représentations*, 7, 1998, p 201-212.
- Faure J.-M., Suaud Ch., *Le football professionnel à la française*, Paris, PUF, 1999.
- Giulianotti R., *Football : A Sociology of the Global Game*, Cambridge, Polity Press, 1999.
- Goffman E., *La Mise en scène de la vie quotidienne. (t.1. La Présentation de soi)*, Paris, Minuit, 1973.
- Goffman E., *Stigmates. Usages sociaux des handicaps*, Paris, Minuit, 1975.
- Hognestad H., « Long-Distance Football Support and Liminal Identities Among Norwegian Fans », in N. Dyck, E. Archetti (dir.), *Sport, Dance and Embodied Identities*, Oxford, Berg, 2003, p 97-114 ;

- Hourcade N., « Les groupes de supporters ultras », *Agora Débats/Jeunesse*, 37, 2004, p 32-42.
- Le Bart Chr., *Les fans des Beatles. Sociologie d'une passion*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2000.
- Le Noé O., « Football et violences », *Regards sur l'actualité*, 243, 1998, p 55-70.
- Lestrelin L., *L'autre public des matches de football. Sociologie du supportérisme à distance. Le cas de l'Olympique de Marseille*, Thèse pour le doctorat de Staps, Rouen, université de Rouen, sous la codirection de J. Defrance et J.-Ch. Basson ; Chr. Bromberger, A. Loret et A. Smith, membres du jury.
- Lestrelin L., Basson J.-Ch., « Le supportérisme à distance : une forme d'identification aux clubs de football », in Société de sociologie du sport de langue française (dir.) *Dispositions et pratiques sportives. Débats actuels en sociologie du sport*, Paris, L'Harmattan, 2004, p 331-344.
- Lestrelin L., Sallé L., Basson J.-Ch., « The Trajectories Leading to Supporting at a Distance : The Olympique de Marseille Case Study », *European Journal for Sport and Society*, 3, 2006, p 125-141.
- Mignon P., *La passion du football*, Paris, Odile Jacob, 1998.
- Mignon P., « Une autre exception française : un football sans hooligans », *Revue internationale de criminologie et de police technique et scientifique*, 55, 2002, p 323-347.
- Nash R., « Globalised Football Fandom : Scandinavian Liverpool FC Supporters », *Football Studies*, 3, 2000, p 5-23.
- Nizet J. Rigaux N. *La sociologie de Erving Goffman*, Paris, La Découverte, 2005.
- Nuytens W., « La violence des supporters autonomes de football : à la recherche de causalités », in J.-C. Basson (dir.), *Sport et ordre public*, Paris, La Documentation française-IHESI, 2001, p 127-144.
- Roversi A., Balestri C., « Italian Ultras Today : Change or Decline ? », *European Journal on Criminal Policy and Research*, 8, 2000, 183-199.
- Sandvoss Chr., *A Game of Two Halves : Football, Television and Globalization*, Londres, Routledge, 2003.
- Signorelli A., « Territoires : les tifosi, l'équipe et la cité », *Ethnologie française*, 25, 1994, p 616-628.
- Smith A., *La passion du sport. Le football, le rugby et les appartenances en Europe*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2001.