



HAL
open science

Sur la route du stade. Mobilisations des supporters de football

Ludovic Lestrelin, Jean-Charles Basson, Boris Helleu

► **To cite this version:**

Ludovic Lestrelin, Jean-Charles Basson, Boris Helleu. Sur la route du stade. Mobilisations des supporters de football. Sociologie, 2013, 4 (3), pp.291-315. 10.3917/socio.043.0291 . hal-04960481

HAL Id: hal-04960481

<https://ut3-toulouseinp.hal.science/hal-04960481v1>

Submitted on 21 Feb 2025

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.

Sur la route du stade. Mobilisations des supporters de football

On the road to stadiums. Mobilizations of football supporters

par Ludovic Lestrelin*, Jean-Charles Basson** et Boris Helleu***

R É S U M É

Phénomène planétaire, le football et l'engouement qu'il suscite gagnent de nouveaux espaces et tendent, du même coup, à éloigner géographiquement les supporters des clubs qu'ils soutiennent. Dispersés sur l'ensemble du territoire national, et présents dans de nombreux pays étrangers, les « supporters à distance » de l'Olympique de Marseille, retenus ici comme terrain empirique, fondent ainsi l'essentiel de leur activité associative sur l'organisation de voyages collectifs afin d'assister en nombre aux matchs de leur équipe favorite depuis les tribunes des stades dans lesquels elle se produit. Parcourant régulièrement les routes, leurs déplacements sont alors propices au développement de nombreuses pratiques par lesquelles ils cultivent leurs différences vis-à-vis de leur milieu d'appartenance et s'appliquent à se rapprocher de l'environnement marseillais qu'ils escomptent intégrer. Méprisés par leur milieu d'origine pour leur refus de soutenir le club local le plus en vue, ils sont engagés dans une perpétuelle quête d'authenticité auprès des supporters marseillais qui ne comprennent pas davantage leur attachement à un club situé dans leur propre périmètre de vie. Espace de normalisation des conduites, le déplacement permet ainsi que s'opère cette transmutation par les trois voies suivantes : il offre l'opportunité de rompre avec la scène quotidienne ; il autorise le déploiement d'un sentiment communautaire partagé par les compagnons de voyage ; il favorise la préparation du contact avec les supporters locaux afin de produire auprès d'eux la meilleure impression possible.

A B S T R A C T

Football is a global phenomenon spreading into new spaces, which has various consequences for the craze about this sport. Today, it is common to see football fans living far from the team they support. As they are scattered across the country and throughout many countries, the "remote supporters" of the Olympique de Marseille, who were the focus of our investigation, organize regular trips to attend the games of their favourite club. These trips offer opportunities for the development of practices through which they cultivate their differences from their home background and try to get closer to the environment in Marseille, into which they expect to integrate. Being looked down upon by their family and friends because they refuse to support the local club, they are involved in a deep quest for authenticity, as Marseille supporters do not understand attachment to a club located in their own living space. Travelling is a space of normalization of behaviour and allows for this transmutation to take place in three ways: it is a break from the daily routine; it gives way to the development of a feeling of community shared by the traveling companions; and it prepares for the contact with the local supporters, so as to make the best possible impression on them.

MOTS-CLÉS : football ; supportérisme ; mobilité ; mobilisation ; voyage

KEYWORDS: football; fanship; mobility; mobilization; travel

*Maître de conférences en STAPS – Université de Caen Basse-Normandie – EA 4260 – Centre d'Étude Sport & Actions Motrices
Université de Caen Basse-Normandie – UFR STAPS – Campus 2 – 2, Bd du Maréchal Juin – 14032 Caen cedex 5 – France
ludovic.lestrelin@unicaen.fr

**Maître de conférences en STAPS
Université Paul Sabatier Toulouse III – EA 4561 – Laboratoire PRISSMH, équipe « Sports, Organisations, Identités » et Institut d'études politiques de Toulouse – EA
4175 – Laboratoire des Sciences Sociales du Politique – 118, route de Narbonne – 31 062 Toulouse cedex 9
jean-charles.basson@univ-tlse3.fr

***Maître de conférences en STAPS – Université de Caen Basse-Normandie – EA 4260 – Centre d'Étude Sport & Actions Motrices
Université de Caen Basse-Normandie – UFR STAPS – Campus 2 – 2, Bd du Maréchal Juin – 14032 Caen cedex 5 – France
boris.helleu@unicaen.fr

Une des facettes de la globalisation du spectacle sportif tient au développement de la notoriété des clubs de football à l'échelle internationale. La géographie du supportérisme s'en trouve, de fait, sensiblement modifiée (Mangan & Majumbar, 2008)¹. Manifeste pour de nombreuses équipes européennes, cet affranchissement tendanciel des barrières territoriales en matière d'engouement pour le football contemporain opère également à l'intérieur des frontières des différents pays. Ce phénomène que nous choisissons de nommer « supportérisme à distance » (Lestrelin, 2010) répond à un faisceau de facteurs explicatifs (Lestrelin & Basson, 2009). L'essor de la retransmission télévisée des matchs, depuis les années 1980, a joué un rôle dans l'accroissement des possibilités identificatoires aux équipes en dehors de toute affinité liée aux origines ou au lieu de résidence des individus (Sandvoss, 2003)². Dans certains cas, les adhésions identitaires à distance sont également le fruit d'une histoire ancienne et doivent beaucoup aux logiques migratoires et à l'existence de diasporas³. Se sentir lié à un club sans jamais avoir fréquenté les travées du stade qui l'abrite est donc devenu une réalité courante. En effet, lorsque les supporters résident loin du lieu d'implantation de leur équipe favorite, le suivi s'accomplit bien souvent par l'intermédiaire des médias. Des *pubs* dédiés au football se sont progressivement ouverts dans les villes d'Europe, d'Amérique du Nord et d'Asie. Équipés d'écrans géants, ils deviennent des points de ralliement permettant aux passionnés de regarder les matchs de leur équipe fétiche dans une ambiance festive. Le soutien « par satellite » peut parfois se prolonger par des visites exceptionnelles des lieux symbolisant le club (stade, boutique, musée) qui s'apparentent dès lors à une forme de tourisme⁴.

Toutefois, lorsque les distances entre le lieu de résidence des supporters et celui du club soutenu sont plus courtes, une version auto-organisée et active du supportérisme à distance vécu au sein de groupes peut également se développer. Une des occupations caractéristiques de ces groupes consiste alors en

l'organisation de voyages collectifs (réalisés le plus souvent en car ou en minibus) afin de se rendre dans les tribunes des stades pour encourager de vive voix l'équipe. Si les périodes pour assister aux matchs à l'extérieur peuvent représenter pour les supporters « locaux » une facette de leur activité et une possibilité de prolonger l'engagement, les déplacements des supporters à distance ont ceci de spécifique qu'ils sont systématiques : que leur club préféré joue « à la maison » ou dans un stade adverse, il leur faut nécessairement se déplacer pour l'encourager depuis les tribunes. Une telle forme de soutien repose donc sur une mobilité géographique importante qui offre l'occasion de décaler le regard habituellement posé sur les supporters de football.

Plutôt qu'éclairer l'activité dans les tribunes, nous entendons contribuer à comprendre ce qui se joue loin des stades, à partir d'une enquête de terrain menée auprès des supporters de l'Olympique de Marseille (OM) sollicitant les méthodes qualitatives (I). Se départir de la figure du renégat renonçant à soutenir le club local au profit d'une équipe éloignée de leur lieu d'habitation est la première des priorités qui s'impose aux supporters à distance (II). Parvenir à se faire accepter par les supporters marseillais alors qu'ils ne partagent pas leur communauté de vie en est le corollaire (III). L'étude des nombreuses scènes et expériences diverses que la pratique régulière du déplacement donne à voir permet ainsi de saisir comment les supporters à distance s'emploient à lutter contre ce double stigmate qui les affecte.

Comprendre ce qui se joue loin des stades de football

Être pris au sérieux, voilà peut-être une des problématiques essentielles des supporters à distance. Résidant loin du club, ils sont en effet particulièrement confrontés au principe selon

1. Supporters, *fans*, *fanatics*, par supporters, nous entendons les acteurs sociaux qui soutiennent et encouragent, dans un cadre plus ou moins organisé, une équipe de football. L'activité des supporters organisés est ici désignée par le terme de supportérisme.

2. Exemple parmi d'autres, les matchs de *Premier League*, le championnat professionnel anglais, sont actuellement diffusés dans 211 pays.

3. C'est vrai, par exemple, pour les clubs écossais, particulièrement suivis en Amérique du Nord par les émigrés installés entre les années 1960 et 1980 et leurs descendants (Giulianotti & Robertson, 2006 et 2007). Le soutien en faveur des clubs portugais, très diffus sur le plan géographique, repose sur des logiques comparables. Voir Augustin & Guichard, 1999 ; Salesse, 2008.

4. Aujourd'hui, de nombreux supporters résidant hors d'Angleterre assistent régulièrement aux matchs de *Premier League*. Si elle peut passer inaperçue, leur présence n'en est pas moins manifeste. Ainsi, selon une enquête de *VisitBritain*, l'Office du tourisme britannique, plus de 750 000 visiteurs étrangers (dont 38 000 Français), ont vu, en 2010, un match de football lors de leur séjour outre-Manche (*Le Monde*, 23 août 2011). Exemple insolite, alors que les rencontres disputées par le Liverpool FC dans son stade d'Anfield se jouent habituellement à guichets fermés, près de 8 000 places étaient vacantes lors d'une partie contre le club londonien de West Ham en avril 2010. L'éruption du volcan islandais *Eyjafjallajökull* avait ce jour-là perturbé le trafic aérien et contraint les nombreux supporters à distance de Liverpool à regarder le match à la télévision (*Liverpool Daily Post*, 20 avril 2010).

lequel « être supporter commande de répéter l'action de se déplacer jusque dans le stade de son équipe favorite » (Nuytens, 2004, p. 40).

Le supportérisme à distance ou la quête d'authenticité

Incarnant la figure du renégat dans un univers où la norme veut que « les supporters demeurent attachés et fidèles au club local » (Hourcade, 2001, p. 288), le supporter à distance suscite bien souvent incompréhension et mépris tant l'implantation territoriale des équipes demeure un repère important pour les amateurs de football. Assimilé à un imposteur, il serait incapable de saisir en finesse les nuances et les subtilités de l'identité de l'équipe, de son histoire et de ses valeurs en raison de la vision nécessairement réduite de la réalité du club induite par l'éloignement géographique.

En comparaison de l'importante littérature consacrée au football, peu de travaux se sont penchés sur cette forme de soutien extra-territorial. Si les Maltais (Armstrong & Mitchell, 2008), les Indonésiens (Colombijn 1999), les Sud-Africains (Farred, 2002) ou encore les Israéliens (Ben-Porat, 2000) passionnés de football anglais ont été étudiés, c'est la Scandinavie qui est l'aire géographique la mieux documentée (Millward, 2011). Les clubs britanniques ont de très nombreux supporters au Danemark, en Suède et en Norvège. Cet intérêt se développe à partir des années 1970 alors que les retransmissions télévisées des matchs anglais se généralisent (Goksoyr & Hognestad, 1999). Face à l'ampleur du phénomène, le *Supporterunionen for Britisk Fotball* est fondé en 1985. Cette association regroupe, en 1997, 53 000 supporters scandinaves de 45 équipes britanniques et offre divers services à ses adhérents : déplacements en Angleterre et salons annuels. Parallèlement, des séjours de « tourisme footballistique », comprenant le vol en avion, la nuit d'hôtel et le ticket pour le match, sont proposés par les agences de voyages locales. Les supporters norvégiens de Liverpool FC se montrent toutefois hostiles à l'égard de ces pratiques touristiques (Nash, 2000). Loin de se contenter des retransmissions télévisées, ces derniers accordent beaucoup d'importance au fait de se mêler aux « vrais » supporters du club (originaires de Liverpool). Cette quête peut aller jusqu'au souhait de déménager pour être au plus près de l'équipe. Soulignant la nécessité de se rendre au stade, les fans de

Manchester United en Suède signalent également leur désir de vivre une expérience authentique en se fondant dans la foule des habitués (Reimer, 2004). Le thème de l'authenticité est encore présent dans les discours des supporters norvégiens (Hognestad, 2003, 2006 et 2009).

Le déplacement semble donc comporter des enjeux fondamentaux pour les supporters à distance, dont le sens et la fonction peuvent être saisis en recourant aux travaux issus de la sociologie interactionniste. Nous proposons de considérer les supporters à distance comme des individus investis dans différentes scènes sociales. Cette notion, inspirée d'Erving Goffman et de sa conception théâtralisée de la vie sociale, désigne « l'univers de référence et de socialisation dans lequel les interactions prennent sens pour leurs partenaires » (Beaud & Weber, 2002, p. 329). Ainsi, nous postulons que le déplacement revient à expérimenter le passage entre trois scènes différenciées : l'individu quitte en effet la scène du « chez soi » et de son environnement proche pour rejoindre celle du groupe de supporters à distance auquel il appartient avant d'investir les tribunes du stade, scène des « contacts mixtes », désignant « ces instants où normaux et stigmatisés partagent une même situation sociale » (Goffman, 1975, p. 23), où se côtoient physiquement les supporters à distance et les supporters locaux. Comprendre ce qui se joue sur la scène du déplacement suppose donc de la rapporter aux deux autres scènes sur lesquelles se déroule, selon un *continuum*, l'action des supporters à distance. Action fondamentalement collective composée d'arrangements avec les autres et exposée aux regards d'autrui, le supportérisme à distance réunit des « gens qui agissent ensemble [...], font ce qu'ils font avec un œil sur ce que les autres ont fait, sont en train de faire, ou sont susceptibles de faire dans le futur » (Becker, 1985, p. 205). Dès lors, les déplacements peuvent être appréhendés de trois façons. Ils sont, d'abord, un espace et un temps de rupture vis-à-vis de la scène quotidienne. Ils autorisent, ensuite, à vivre auprès de compagnons de voyage des expériences communes au cours desquelles le sentiment d'un *nous* se déploie. Aussi sont-ils fondamentaux pour la constitution du collectif. Enfin, comme ces périple tirent leur sens premier de leur point d'arrivée, à savoir les tribunes des stades, ils sont un temps essentiel de préparation aux contacts avec les supporters locaux dont l'enjeu principal est de produire auprès d'eux une impression positive. Ainsi, les objectifs que les supporters à distance se fixent et jugent dignes d'efforts sont principalement orientés vers l'ambition d'être reconnus comme d'authentiques supporters.

Le cas des supporters à distance de l'Olympique de Marseille

L'OM fait partie de ces clubs français qui comptent un nombre particulièrement important de supporters répartis dans de nombreuses régions de France et à l'étranger⁵. La coupe d'Europe des clubs champions remportée en 1993 face à l'AC Milan y est pour beaucoup. En 2009, près de 70 groupes se situent en dehors de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, où siègent 31 associations (carte 1). Composés majoritairement de membres non originaires de Marseille ou de sa proche région, ces groupes organisent des déplacements dans les stades visités par le club. Lors des matchs à l'extérieur, ils prennent place dans le « parcage visiteurs », la tribune allouée aux supporters en déplacement (séparée par des grillages du reste des gradins), et se mêlent ainsi aux individus ayant fait le voyage depuis la région marseillaise.

C'est à Marseille que se situe le centre de gravité du supportérisme à distance. À la manière des partis politiques et des syndicats disposant d'entités locales (cellules, sections, unions, comités...) relayant l'action du siège national, les groupes de supporters de l'OM disséminés en France et à l'étranger sont, dans leur très grande majorité, des « sections » affiliées aux associations de supporters marseillais implantées localement. Ces sections se situent ainsi dans une relation de dépendance avec l'association centrale à laquelle elles sont rattachées (même si elles disposent d'une certaine autonomie de fonctionnement et de recrutement). En contrepartie elles bénéficient, telles des filiales, du « label » propre au groupe marseillais dont elles dépendent. Elles peuvent aussi se mêler aux membres de ce dernier dans les tribunes et ainsi évoluer dans l'univers du supportérisme local. Si, initialement, les supporters à distance ont d'abord pu fonder des groupes en dehors de toute affiliation aux associations marseillaises, cette indépendance s'est vue remise en question au cours des années 1990 sous la pression croissante des enjeux de sécurité qui a conduit les dirigeants de l'OM à organiser et rationaliser la mobilisation extra-territoriale en faveur de l'équipe. Le rapprochement des supporters à distance des associations locales structurées et légitimées par le club a donc été fortement encouragé, puis imposé en plaçant

dans les mains des supporters marseillais la gestion exclusive de la billetterie.

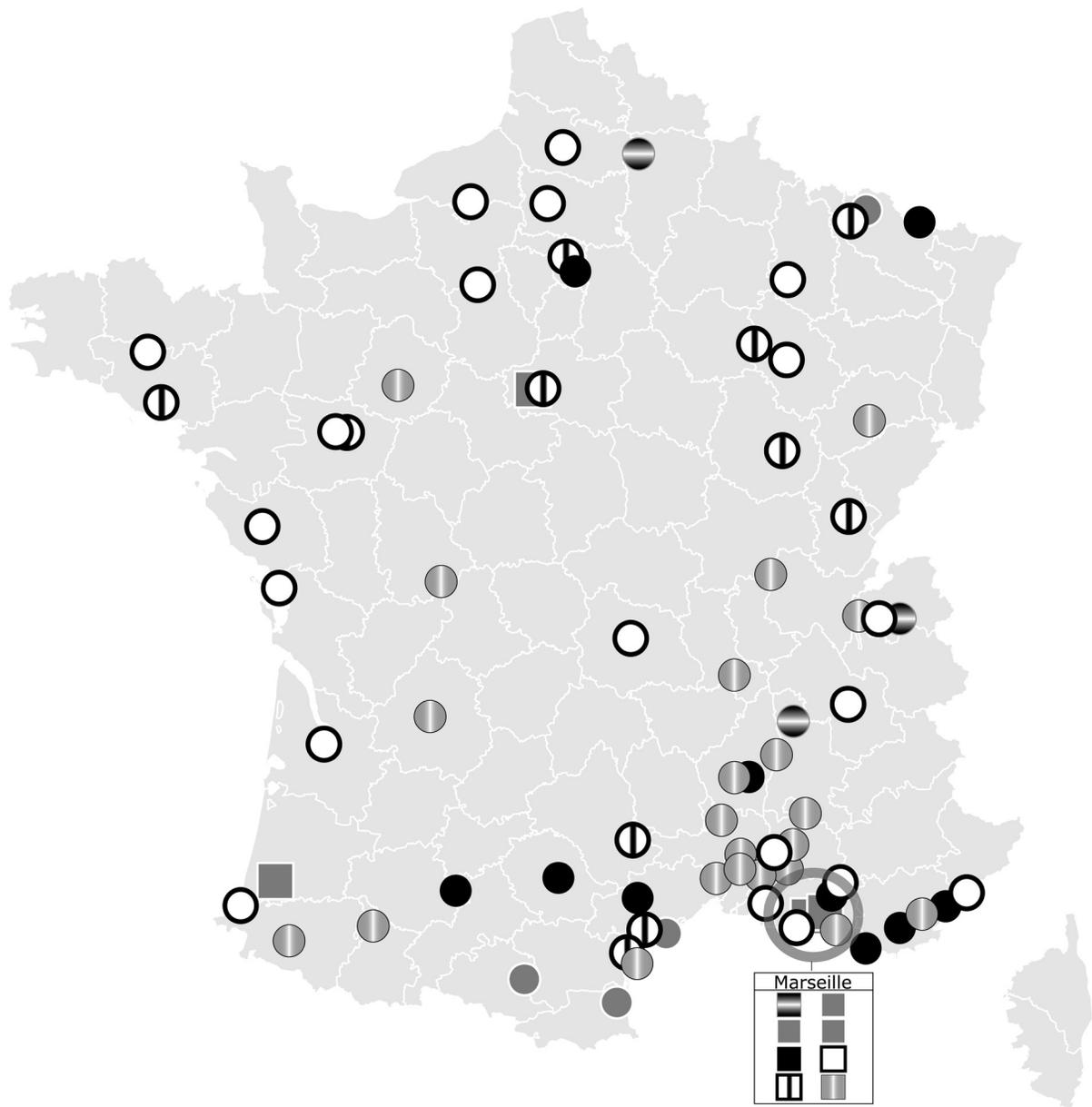
Huit associations de supporters jouissent ainsi de la commercialisation exclusive des abonnements annuels dans la zone qui leur est réservée au Stade vélodrome, soit près de 28 000 places situées dans les virages derrière les buts⁶. Proposant les tarifs les plus avantageux, ces tribunes affichent complet avant la reprise du championnat. Les associations revendent elles-mêmes les abonnements, ajoutant aux 160 euros reversés au club (selon le tarif en vigueur en 2011) le montant de la cotisation au groupe fixé à environ 20 euros. Par ce procédé, l'abonnement entraîne de fait l'adhésion à l'un des groupes. Lors des rencontres jouées hors de Marseille, les billets sont directement vendus par le club recevant aux dirigeants marseillais qui, les jours précédant le match, redistribuent les places aux huit associations de supporters, ces dernières se chargeant de les revendre à leurs adhérents et à leurs sections.

Pour les dirigeants marseillais, ces options s'inscrivent dans une politique voilée mais néanmoins active de contrôle des déplacements de leurs supporters les plus éloignés de Marseille. Du côté des associations de supporters, cette organisation permet de conserver le contrôle des tribunes, des identifications et des formes légitimes du soutien en faveur de l'OM tout en déposant les dirigeants du club d'une masse importante de passionnés (représentant par ailleurs une manne financière non négligeable). Le monopole exercé par les associations locales sur la billetterie oblige les supporters à distance à se rapprocher de ces groupes pour pouvoir assister aux rencontres en leur compagnie. De fait, les supporters à distance se sont progressivement insérés dans un « réseau pourvoyeur de services » (Basson & Nuytens, 2001, p. 6) afin d'accéder au circuit de la billetterie. Ainsi, le supportérisme à distance, sous sa forme organisée, dessine des contours identiques à ceux produits par le soutien ancré localement. Les sections se positionnent sur une échelle de radicalité, conformément aux principes, aux manières d'être et de faire de leur association-mère. Réunissant souvent des hommes d'âge mûr et des familles, les associations dites officielles sont caractérisées par une forme de soutien modérée. Elles

5. C'est également le cas de l'AS Saint-Étienne. Sans en faire un thème central, les travaux de Charroin (1994) et de Merle (2011) abordent la mobilisation extraterritoriale autour du club stéphanois.

6. L'abonnement consiste en la location d'une place à l'année. Outre une commodité pratique, cet acte symbolise l'adhésion et la fidélité envers le club.

Carte 1 : Associations de supporters de l'OM (saison 2008-2009)



**Associations de supporters de l'Olympique de Marseille
(saison 2008/2009)**

Catégories

- Association centrale
- Section périphérique

Sections hors France métropolitaine

Mons (Belgique), Genève (Suisse),
Basse-Terre (Guadeloupe), Ducos
(Martinique), Saint-Pierre (Réunion),
New York (USA), Dakar (Sénégal)

Noms

- Dodger's
- Ultras Marseille
- ⊖ Yankee Virage Nord
- Club central des supporters
- South Winners
- Autres groupes :
Marseille Trop Puissant, Brava Massilia,
Fanatics, HandiFan Club, Club des amis
de l'OM, Groupes indépendants

Boris HELLEU, 2009
Source: Base Ludovic LESTRELIN

Fait avec Philcarto - <http://perso.club-internet.fr/philgeo>

sont représentées par le *Club central des supporters* et le *Club des Amis de l'OM* et disposent de sections. Par ailleurs, les six groupes se définissant comme autonomes vis-à-vis de la direction du club (selon l'ordre chronologique de leur création, les *Ultras Marseille*, les *South Winners*, les *Yankee Virage Nord*, les *Fanatics*, les *Dodger's* et les *Marseille Trop Puissant*) jouent un rôle important dans la structuration de la mobilisation extra-territoriale⁷.

Installés au Stade vélodrome depuis les années 1980, les groupes autonomes trouvent leur inspiration dans le modèle de supportérisme « à l'italienne » apparu une dizaine d'années plus tôt (Basson & Nuytens, 2001 ; Hourcade, 2003 ; Mignon, 1993). Dit *ultra*, ce dernier rassemble de jeunes amateurs de football issus principalement des classes moyennes et populaires. Soutien orchestré et spectaculaire, organisation pointilleuse, revendications d'indépendance vis-à-vis du club sont particulièrement valorisés. Dans l'univers de ces supporters, la mobilité géographique tient aussi une place importante (Hourcade, 1998 et 2002). Si les finales de coupe de France donnent lieu, depuis les années 1930, à d'importantes migrations de supporters provinciaux parcourant de longues distances pour rejoindre la capitale (Fontaine, 2010), la baisse structurelle des coûts de transport, la construction des autoroutes, les progrès techniques favorisent de telles pratiques. Les supporters se revendiquant *ultras* entendent suivre leur équipe quels que soient les enjeux et le lieu où se déroule la partie afin d'affirmer l'inconditionnalité du soutien. La présence massive lors des matchs à l'extérieur constitue le moyen de construire et d'entretenir la renommée nationale, voire internationale du groupe, surtout lorsque le voyage apparaît risqué en raison de la réputation des supporters adverses ou de l'existence de contentieux passés. Le groupe pose alors une bache à son nom dans la partie de la tribune qui lui est réservée pour signaler sa présence et délimiter son territoire qu'il s'agit de défendre de toute intrusion extérieure⁸.

L'emprise du supportérisme *ultra* sur les sections se manifeste par la promotion de « la culture déplacement » (selon une expression utilisée par les supporters). Dans les années

1970 et jusqu'au milieu des années 1980, les sections, rattachées alors exclusivement au *Club central des supporters*, avaient essentiellement pour fonction de favoriser les regroupements collectifs à l'occasion des rencontres télévisées ou lors des matchs joués dans un rayon géographique proche de leur lieu d'implantation. Depuis les années 1990, leur création implique le projet de se déplacer régulièrement, à Marseille comme dans tous les stades français, voire européens. Signe de cette évolution, les sections fondées par les groupes *ultras* ne disposent pas, dans la plupart des cas, de local pour se réunir, contrairement à celles créées au cours des années 1970 et 1980 dont le siège était souvent un café. Les supporters à distance se rassemblent en premier lieu sur la route, pendant le temps du trajet.

Une enquête ethnographique multi-sites

La recherche porte principalement sur une section de supporters située à Rouen, soit à plus de 900 kilomètres de Marseille. Composée exclusivement de personnes issues de Haute-Normandie, le suivi du club marseillais n'est pas ici le fait d'expatriés. Créée en 1997, l'association est affiliée aux *Ultras Marseille* et propose une adhésion se résumant à la signature d'un bulletin de renseignements et au versement d'une cotisation. Recensés en 2004, ses 106 adhérents sont très majoritairement des hommes (il n'y a que 8 femmes) et affichent un âge moyen de 26 ans. À l'instar du président et du président-adjoint, qui ont respectivement 31 et 40 ans, les supporters les plus âgés cumulent les responsabilités : trésorerie, relations avec le centre décisionnel à Marseille, organisation des déplacements, etc. La sociographie des adhérents de la section révèle, par ailleurs, un fort ancrage populaire : plus de la moitié d'entre eux appartiennent aux catégories des ouvriers et employés, quelques personnes sont sans emploi, les lycéens inscrits dans des établissements professionnels y sont nombreux et côtoient des jeunes en situation d'incertitude professionnelle (les contrats de qualification, contrats à durée déterminée et missions d'intérim sont courants), enfin les représentants des catégories sociales supérieures détentrices de capitaux culturels et les étudiants sont minoritaires.

7. Il faut ajouter à ce recensement deux autres groupes, le *Handifan club* (qui compte environ 400 supporters handicapés) et les *Brava Massilia* (un groupe autonome d'une cinquantaine de membres), qui ne disposent d'aucune section.

8. Si, à la différence des supporters se définissant comme *hooligans*, la violence physique n'est pas le moteur principal des supporters *ultras*, il reste que celle-ci peut être acceptée comme une perspective éventuelle et faire partie de leur répertoire d'action collective. Aussi est-elle une ressource que les groupes s'autorisent à mobiliser, notamment pour préserver ou restaurer leur honneur.

Nous avons recouru à vingt reprises (durant trois saisons sportives, de 2001 à 2004) à l'observation-participation à l'occasion des déplacements effectués par les supporters rouennais pour soutenir l'OM. Rennes, Metz, Lyon, Auxerre, Lens, Lille, Le Mans, Paris, Liverpool, Göteborg et bien sûr Marseille furent quelques unes de nos destinations. Les observations débutaient dès le rassemblement avant le départ, se poursuivaient dans les moyens de transport partagés par les supporters (car, minibus ou, plus rarement, voiture) et tout au long du trajet (pauses sur les aires de repos comprises), se prolongeaient dans les tribunes des stades et s'achevaient au retour à Rouen. Intégrés à l'association rouennaise, nous avons également observé d'autres groupes de supporters à distance de l'OM. En effet, les multiples déplacements offrent des occasions de côtoyer les membres d'autres associations supportrices du club : parfois directement dans les moyens de transport utilisés (certains groupes se réunissant pour partager les frais), parfois lors des arrêts sur les aires d'autoroute, plus souvent dans les tribunes des stades visités et à leurs abords, à Marseille et dans les villes accueillant l'équipe. Ce dispositif nous a permis de mettre en perspective les données récoltées à Rouen avec celles glanées ailleurs, auprès d'autres supporters à distance. Les voyages ont ainsi été l'occasion de nouer de nombreux contacts, certaines discussions virant parfois à une forme masquée d'entretien, avec les membres de la section de Saint-Lubin (implantée en Eure-et-Loir) des *Ultras Marseille* et avec ceux des sections Belgique, Île-de-France et Centre (basée à Orléans) des *Yankee Virage Nord*.

Des entretiens semi-directifs approfondis sont venus compléter ces observations (tableau 1). Nous nous sommes entretenus avec 25 membres affiliés (ou l'ayant été de un à trois ans) à la section de Rouen afin de restituer leur expérience des déplacements. Nous avons, par ailleurs, réalisé des entretiens avec des responsables de groupes de supporters à distance de l'OM. Le président et le président-adjoint de la section normande ont été interrogés, tout comme le fondateur de la section *Les Collègues* (en référence à une expression courante à Marseille) implantée à Paris, composée de 150 membres et affiliée aux *Dodger's*. De la même façon, le responsable et un membre du bureau de la section Saint-Quentin (Aisne) des *South Winners* (comptant 140 adhérents) ont chacun fait l'objet d'un entretien. Puisque le modèle organisationnel produit par l'OM confère aux associations localisées à Marseille

le statut de centre et à la plupart des groupes de supporters à distance (dont ceux investis au cours de l'enquête) le rang d'entités périphériques, nous avons poussé notre investigation jusqu'au sein de la ville provençale. Aussi avons-nous réalisé des entretiens avec des responsables d'associations de supporters, en particulier le porte-parole des *Ultras Marseille* (il a exercé, de 1997 à 2004, le rôle de coordinateur « officiel » des vingt et une sections affiliées au groupe qui comptait alors 5 000 adhérents), la secrétaire et porte-parole des *Dodger's* (2 500 membres et onze sections) et le président et co-fondateur des *Yankee Virage Nord* (5 000 adhérents, quatorze sections). Enfin, nous avons récolté les sept *fanzines* (allant de deux à quatre pages chacun) édités par la section de Rouen depuis la création de ce journal interne au groupe en 1999 jusqu'à son interruption en 2003. Relatant un déplacement de la section parisienne *Les Collègues*, également investie par nos soins, le documentaire *La vie en jeu* de Patricia Valeix est venu compléter notre connaissance empirique⁹.

À Rouen, l'enquête a été menée de façon systématique de 2001 à 2004, puis de façon plus épisodique jusqu'en 2006. Elle s'est portée sur les autres groupes de supporters à distance principalement en 2004 et 2005. À Marseille, l'investigation de terrain s'est concentrée lors des saisons 2003-2004 et 2004-2005. Le contexte étudié témoigne d'une époque en partie réformée par la loi dite « Loppsi 2 » du 14 mars 2011 qui permet d'interdire les déplacements collectifs et individuels de supporters en cas de graves troubles à l'ordre public (Hourcade, 2010). Ces mesures sécuritaires ont affecté à plusieurs reprises les supporters du club marseillais ces dernières années, notamment lors des rencontres opposant le Paris-Saint-Germain à l'OM.

Le déplacement comme expérience extra-ordinaire

Pourquoi soutenir l'OM quand on est Normand ? Comment se revendiquer supporter quand on habite à près de mille kilomètres du stade ? La légitimation des supporters à distance passe par la présence dans les tribunes, singulièrement celles du Stade vélodrome, lieux d'expression privilégiés du supporterisme. Expérience initiatique et marque de fidélité au club, « faire le déplacement » signifie d'abord rompre avec son environnement d'existence pour mieux rejoindre l'entre-soi du car.

9. Le film a été diffusé en 2002 sur la chaîne de télévision Planète à l'occasion d'une semaine consacrée à la ville de Marseille.

Tableau 1 : Caractéristiques des supporters interrogés

Prénom	Profession	Âge	Période d'attachement au club (propos des acteurs entre guillemets)	Lieu de résidence	Groupe d'appartenance et fonction éventuelle
Bruno	Employé d'entreprise	40 ans	Saison 1989-1990	Banlieue de Rouen	Section de Rouen, président adjoint
Jean-Marc	Employé d'entreprise	31 ans	Saison 1989-1990	Banlieue de Rouen	Section de Rouen, président
Lionel	Employé du public	50 ans	Années 1960	Banlieue de Rouen	Section de Rouen, en charge du <i>fanzine</i>
Stéphane	Employé du public	28 ans	Saison 1989-1990	Banlieue de Rouen	Section de Rouen
Benoît	Employé du public	34 ans	Années 1990	Banlieue de Rouen	Section de Rouen
Cédric	Ouvrier non qualifié	26 ans	Saison 1987-1988	Dieppe (76)	Section de Rouen
Jonathan	Lycéen	19 ans	« <i>La finale de 1993</i> »	Rouen	Section de Rouen
Laurent	Lycéen	16 ans	« <i>Le match OM – Milan de 1993</i> »	Banlieue de Rouen	Section de Rouen
David	Lycéen	16 ans	« <i>La finale de la coupe de France perdue contre Monaco de 1991</i> »	Banlieue de Rouen	Section de Rouen
Jean	Cadre du public	48 ans	« <i>Les années 1990-1993</i> »	Banlieue de Rouen	Section de Rouen
Philippe	Ouvrier qualifié	44 ans	1964	Bourgtheroulde (27)	Section de Rouen, en charge des festivités
Manuel	Lycéen	18 ans	« <i>La finale de 1993</i> »	Banlieue de Rouen	Section de Rouen
Loïc	Technicien	19 ans	« <i>La finale de 1993</i> »	Banlieue de Rouen	Section de Rouen
Julien	Lycéen	17 ans	« <i>La finale de 1993</i> »	Rouen	Section de Rouen
Sébastien	Employé d'entreprise	26 ans	Vers 1988-1989	Rouen	Section de Rouen
Nicolas	Patron PME	27 ans	Vers 1986-1987	Barentin (76)	Section de Rouen
Sébastien	Employé de commerce	28 ans	« <i>L'ère Tapie</i> »	Banlieue de Rouen	Section de Rouen
Christophe	Ouvrier non qualifié	26 ans	« <i>Le début des années 1990</i> »	Banlieue de Rouen	Section de Rouen

Tableau 1 : Caractéristiques des supporters interrogés (suite)

Prénom	Profession	Âge	Période d'attachement au club (propos des acteurs entre guillemets)	Lieu de résidence	Groupe d'appartenance et fonction éventuelle
Adeline	Étudiante	22 ans	« La finale perdue en 1991 »	Gournay-en-Bray (27)	Section de Rouen
Grégory	Ouvrier non qualifié	27 ans	« Le début des années 1990 »	Dieppe (76)	Section de Rouen
Marc	Technicien	46 ans	Saison 1975-1976	Banlieue de Rouen	Section de Rouen
Romuald	Ouvrier non qualifié	25 ans	Vers 1989	Banlieue de Rouen	Section de Rouen
Claude	Retraité du public	63 ans	« La finale de 1993 »	Banlieue de Rouen	Section de Rouen
Pascal	Ouvrier non qualifié	37 ans	Vers 1985	Gisors (27)	Section de Rouen
Bruno	Ouvrier qualifié	39 ans	Benfica de Lisbonne – OM, 1990	Banlieue de Rouen	Section de Rouen
Edinne	Cadre d'entreprise	46 ans	« Le doublé coupe-championnat de 1972 »	Montreuil (93)	Section de Paris des Dodger's, fondateur
David	Employé d'entreprise	32 ans	« L'épopée européenne » 1990-1993	Saint-Quentin (02)	Section de Saint-Quentin, président
Vincent	Ouvrier non qualifié	28 ans	« L'ère Tapie »	Saint-Quentin (02)	Section de Saint-Quentin, membre du bureau
Corinne	Sans emploi	36 ans	Années 1980	Marseille (13)	Dodger's, secrétaire et porte-parole
Michel	Information non disponible	36 ans	Années 1980	Marseille (13)	Yankee Virage Nord, président
Philippe	Cadre du public	27 ans	Années 1980	Marseille (13)	Ultras Marseille, porte-parole

« Prendre le large » pour s'affirmer

Du fait d'être loin de Marseille, l'attachement n'est peut-être pas le même. Il est moins légitime, pas légitime du tout même, mais peut-être plus sincère justement ! Il faut sans cesse se justifier.

Les propos d'Adeline, membre de la section de Rouen, sont révélateurs d'une expérience partagée. Doutes, réticences et suspicion sur la sincérité de leur engagement envers le club accompagnent ces supporters singuliers qui doivent composer plus largement avec de nombreuses ingérences extérieures. C'est particulièrement vrai pour les plus jeunes adhérents. Les parents, témoins privilégiés de la ferveur pour l'OM, sont ainsi parfois affligés par l'irrationalité de la pratique du supportérisme à distance, notamment sur le plan financier. « Quand je parle de ma passion, certaines personnes de ma famille me disent que je suis fou d'aller voir les matchs si loin, de me déplacer. Tout cet argent gaspillé pour ça ! Il y a souvent des critiques », raconte David, 16 ans¹⁰. « Mes parents ne sont pas vraiment attirés par le football », explique quant à lui Nicolas, 27 ans, membre de la section de Rouen depuis 1997. Il se souvient des premières expériences liées au supportérisme à distance alors qu'il était encore étudiant : « Ils ne comprenaient pas que l'on puisse faire 500 ou 600 kilomètres pour voir du foot. Je suis fils unique. C'est compréhensible. Ils n'avaient pas envie de me voir partir comme ça à l'aventure. Pour eux, un adolescent a d'autres choses de plus important à faire. »

Un échange à l'occasion d'un déplacement à Metz en avril 2001 entre trois supporters à distance de Rouen, expérimentés et très actifs, résume bien les désapprobations exprimées par leur entourage, notamment au moment de l'entrée dans la version active du supportérisme à distance :

Parfois, en famille, ils ne comprenaient pas pourquoi je faisais 1 000 kilomètres pour aller voir un simple match de football, *explique Grégory, 27 ans, membre depuis 1997 et auteur de nombreux déplacements chaque saison*. Ils me disaient que je dépensais mon fric, que je sacrifiais tout pour ça. Moi, c'est ma passion ! Je fais ça pour l'ambiance, les émotions. On ne vit ça nulle part ailleurs.

Philippe, l'un des fondateurs de la section, acquiesce : Un spectateur ne peut pas comprendre qu'on fasse 1 000 kilomètres. Ça ne s'explique pas, c'est comme ça ! *Grégory* : Combien de fois

je me suis engueulé pour l'OM ! *S'invitant dans le débat, Arnaud, membre actif, surenchérit* : C'est ça la passion ! On ferait tout pour l'OM ! Il faut vivre un déplacement au moins une fois pour comprendre. C'est dur à traduire. La parole ne révélera jamais ce que l'on ressent

Les contrôles sociaux émanant des parents, et plus généralement de la famille tout entière, sont d'autant plus pressants qu'il s'agit d'une jeune femme. Adeline relate les réticences exprimées par l'entourage familial au moment de l'entrée dans le groupe :

Quand je me suis inscrite, mes parents ont réagi et m'ont dit que c'était dangereux. Ce sont des adultes, tu vas partir en car, à Marseille en plus. Tu te rends pas compte ! Mais j'étais majeure, j'avais 19 ans. Je ne leur ai pas trop dit. Je me suis inscrite en douce, j'ai payé moi-même mon adhésion, je leur ai ensuite annoncé. Ils ont un peu fait la gueule.

Les réserves manifestées par l'entourage associant à l'incompréhension d'une telle pratique la crainte liée à la ville de Marseille et à son environnement. Le suivi de l'OM est ainsi présenté comme incertain et potentiellement dangereux, les supporters du club étant à l'image de la ville : peu fréquentables, violents et bagarreurs. Se mêler à eux dans les tribunes des stades et aux abords des enceintes sportives, pire encore se rendre à Marseille au milieu d'eux, seraient donc, aux yeux des proches des supporters rouennais, autant de comportements risqués.

Ces injonctions peuvent décourager l'entrée dans la pratique tant l'appréhension se mêle à l'envie et au défi chez les nouveaux membres des sections, surtout les plus jeunes, qui taisent souvent leur inquiétude au moment de se rendre pour la première fois à Marseille. « Descendre à Marseille » marque ainsi une étape cruciale sur le chemin de l'affranchissement vis-à-vis des discours désapprobateurs de l'entourage. Acte fondateur, nul n'est considéré comme un véritable supporter tant qu'il n'a pas fait le déplacement. Un commentaire inséré dans le numéro 2 du *fanzine* de la section de Rouen d'avril 1999 laisse apparaître la rupture symbolique opérée par cette expérience, assimilée à la perte de l'innocence. Relatant un voyage organisé par le groupe rouennais, le rédacteur décrit la

10. Même pratiqué dans un cadre collectif, le supportérisme à distance est une passion onéreuse. À Rouen, un voyage vers Marseille coûte 75 euros environ. Certains membres de la section ont ainsi dépensé près de 400 euros au mois d'avril 2004 pour suivre l'OM dans ses déplacements européens à Milan et Newcastle et pour assister aux matchs à Marseille. Lors

d'une saison complète, un adhérent qui souhaiterait réaliser l'ensemble des déplacements organisés par la section pour les matchs du championnat de France devrait déboursier plus de 1 600 euros. Les coûts sont plus importants encore lorsque le club est engagé dans une compétition européenne.

« première fois » d'un nouveau membre : « Dépuçelage ! Steve n'était jamais allé à l'OM. C'est chose faite depuis OM – Lyon ; il avait les yeux comme des soucoupes le "steven". T'es un homme maintenant. » Le déplacement vers Marseille induit, de plus, des sacrifices financiers et une fatigue physique relative à la durée du voyage¹¹. « Faire 1 600 bornes alors que le match passe à la télévision, il faut être un peu fada tout de même », reconnaît bien volontiers le fondateur de la section de Paris des *Dodger's*¹². Ces efforts réhaussent la valeur de l'entreprise de telle façon que « les risques et les inforts du pèlerinage ne s'imputent pas en négatif sur le sens de son expérience, mais y ajoutent » (Neveu, 2002, p. 79).

Source de satisfaction, de fierté et principe identificatoire, les déplacements favorisent le sentiment de distinction vis-à-vis de ceux qui se contentent de suivre les matchs devant leur poste de télévision. Pascal, 37 ans, membre de la section de Rouen, expose :

Beaucoup de personnes soutiennent l'OM dans la région, sans faire les déplacements comme moi. Pour se réclamer supporter d'une équipe, il faut quand même se déplacer. Il faut aller voir l'équipe en direct, ne pas rester devant sa télévision. Sinon, on n'est pas un vrai supporter !

Manuel, 18 ans, atteste cette différenciation en voie d'acquisition : « Le fait d'avoir fait quelques déplacements et, surtout, d'avoir l'intention d'en faire d'autres, je dirais que j'ai déjà été initié aux chants et à l'ambiance. Donc pour moi, je ne suis plus un supporter de base. » Occuper régulièrement les travées des stades revient à être en prise directe avec l'équipe et développe un sentiment de possession : « C'est quand même un signal fort qu'on se lance à soi-même, en se disant : là, je suis en train de faire quelque chose de fort pour mon club », explique un adhérent de la section de Rouen. Il devient alors possible de revendiquer la part prise par les acteurs des tribunes dans la vie même du club, ses défaites et ses moments difficiles comme ses victoires. Les supporters à distance estiment ainsi contribuer aux faits de gloire de l'OM, éprouvent le sentiment de jouer un rôle important dans les tribunes et de participer à « l'histoire » du club.

Il y a des choses, des déplacements qui pour moi sont inoubliables, *révèle ainsi Stéphane, un des adhérents très actifs de la section rouennaise*. Un de mes premiers déplacements à l'étranger, c'était Manchester en 2000 en Ligue des Champions. Franchement, c'est quelque chose qui malgré la défaite restera inoubliable. L'ambiance était excellente. Et puis c'est spécial là-bas. Old Trafford, c'est pas le Roudourou¹³ ! C'est un stade que tu regardais à la télé quand t'étais gamin. Et là, c'est toi qui es dedans et qui mets l'ambiance pour aider ton club.

L'engagement à suivre l'équipe de manière directe et active constitue donc une étape importante permettant de neutraliser les multiples formes de déconsidération expérimentées dans l'environnement des proches. L'adhésion à un groupe de supporters à distance organisant des voyages réguliers vers les tribunes des stades revient également à opérer une rupture ennoblissante avec l'univers des consommateurs de rencontres télévisées de football. Source d'un grandissement de soi, les déplacements sont valorisés par les supporters à distance qui éprouvent une grande satisfaction à sillonner les routes et visiter un nouveau stade pendant le week-end quand ils savent que leurs amis ou collègues qui apprécient le football (voire l'OM) restent chez eux. Mais il y a plus. L'engagement dans un soutien actif permet de se retrouver plongé dans le monde de « l'entre-soi ». Les déplacements sont, en effet, des occasions pour le supporter à distance de côtoyer des individus semblables à lui, avec qui il peut partager sa passion, discuter de l'actualité du club, éprouver sa connaissance de l'OM mais aussi faire la fête et se convaincre ainsi du caractère entier et accompli de sa vie de supporter. Les pérégrinations vers les stades sont autant de circonstances favorisant le sentiment de vivre les mêmes expériences et de partager une même condition. Aussi les déplacements sont-ils des moments d'éveil de la conscience d'un *nous* et de formation, en actes, de la communauté des supporters de l'OM.

Le car, territoire de « l'entre-soi »

Se retrouver ensemble, c'est important, *expose le responsable de la section parisienne des Dodger's*. Quand je dis à mes collègues de bureau que je vais aller à Göteborg, me taper 40 heures de bus, plus de 3 000 kilomètres pour aller voir un match de football, ils me

11. Les voyages à Marseille sont les déplacements les plus onéreux. Pour leur part, les supporters guadeloupéens et martiniquais affiliés aux *Yankee Virage Nord* organisent, tous les deux ans, un séjour à Marseille pour y voir jouer leur équipe favorite. Voir Milia-Marie-Luce, 2007.

12. Notons l'utilisation du terme provençal « fada » par ce supporter résidant en région parisienne.

13. Le nom de l'enceinte anglaise est rapproché de celui du stade de Guingamp. Outre que la sonorité de l'appellation de ce dernier prête à sourire, la comparaison vise à distinguer la métropole industrielle britannique dotée d'une équipe de football au palmarès prestigieux de la sous-préfecture agricole de Bretagne au club méritant. Si cet écart manifeste est source de moqueries, le supporter reconnaît qu'il lui revient d'être présent dans les stades du Lancashire et des Côtes-du-Nord.

disent que je suis fou¹⁴. Pourquoi ne pas prendre l'avion ? Mais ce qu'ils ne comprennent pas, c'est que même si l'avion était gratuit, je prendrais le car.

C'est que « l'appartenance au groupe se scelle surtout lors des déplacements qui sont les moments les plus intenses de la sociabilité des supporters dans l'entre soi du car » (Guyon, 2007, p. 87). Durant les premiers temps de leur engagement, lorsqu'ils rejoignent le lieu de rassemblement précédant le départ, les membres des sections sont amenés à évoluer aux côtés d'autres individus qu'ils ne connaissent pas. Ceux-ci deviennent pourtant rapidement des compagnons de voyage. En effet, les membres des sections ont vite le sentiment de se « comprendre ». Partageant une égalité de condition (l'éloignement géographique vis-à-vis de Marseille, leur « capitale »), ils se trouvent unis autour du même lien que constitue le club. De fait, les discussions s'engagent facilement au cours des trajets. Emplie d'une forme euphémisée de rivalité (qui a la plus belle collection de maillots ?, qui supporte l'équipe depuis le plus longtemps ?...), la camaraderie des voyages en car offre l'opportunité de constater l'existence d'un univers commun d'expériences et de références qui constituent un stock de souvenirs partagés. Le car fonctionne ainsi comme un « cercle de reconnaissance » (Traïni, 2000, p. 11) au sein duquel la passion peut s'exposer pleinement et « le travail perpétuel de justification auquel le fan est ordinairement condamné être suspendu » (Le Bart, 2004, p. 292). De fait, le déplacement est porteur de sens et participe de la définition identitaire de chacun. S'y opère la rencontre entre l'« identité sociale réelle », définie comme l'ensemble des attributs « dont on pourrait prouver [qu'un individu] les possède en fait », et « l'identité sociale virtuelle », désignant les caractères attribués à une personne que celle-ci lit dans le regard des autres (Goffman, 1975, p. 12). Mêlé à des acteurs accordant de la valeur à la pratique du supportérisme, chacun se voit encouragé à se percevoir effectivement comme un supporter. Le déplacement autorise ainsi des « stratégies d'affirmation identitaires plus marquées » (Le Bart, 2000, p. 93) et incite à endosser pleinement le rôle de supporter.

Dans le car, une interprétation réussie de ce rôle passe par l'adoption d'un style de conduite, d'un comportement emphatique, enthousiaste et démonstratif, bref d'une certaine

définition de « l'engagement » dans la situation (Goffman, 1991 ; Heath, 1989). La capacité à faire la fête s'en trouve fortement normée et directement conditionnée à l'aptitude à « se lâcher », à « *mettre le oai* » selon une expression en usage au sein des associations de supporters marseillais et reprise par les supporters à distance. À ce titre, le débridement des affects et le relâchement du contrôle de soi sont particulièrement valorisés pendant le voyage (Elias & Dunning, 1994). Scène ludique et festive, le car ou le minibus forme un espace de libération des émotions : chants, chahut, dérision, blagues participent du « délire », le terme désignant l'animation joyeuse qui règne durant le trajet et qui est entretenue par la consommation d'alcool (voire de cannabis). Si chaque supporter n'adopte pas de tels comportements débridés, celui qui s'y soustrait, d'une part court le risque de se retrouver « dans la situation déplaisante de quelqu'un qui est assis au beau milieu d'une expérience sans pouvoir la vivre pleinement » (Goffman, 1991, p. 339), et d'autre part s'expose à des tentatives d'enrôlement orchestrées par les plus anciens membres des sections auxquelles il n'échappera qu'au risque d'une marginalisation du groupe.

Ainsi la sociabilité est-elle une part très importante du plaisir éprouvé au cours des déplacements. Construite et expérimentée spécifiquement dans le car, limitée au temps du voyage et réactivée à chaque déplacement, elle est d'autant plus agréablement ressentie qu'elle se caractérise par sa singularité. Enclave spatio-temporelle en mouvement, le car instaure des relations sociales qui semblent séparées de la vie ordinaire et affranchies des contraintes de l'environnement. Vécu exclusivement en compagnie d'individus qui partagent les mêmes motivations, le car est un espace à soi et pour soi dont sont exclues les personnes extérieures au supportérisme à distance et jugées étrangères à cet univers. « Mode d'accès à l'échange de l'estime réciproque » (Traïni, 2000, p. 11), le trajet permet ainsi la création puis le renforcement des liens sociaux à l'intérieur du groupe. Nathalie, membre de la section de Paris des *Dodger's* s'explique :

C'est vrai que c'est toute une expédition. Les gens me demandent pourquoi j'y vais pas plutôt en train. Moi, je ne paie pas le train puisque ma mère travaille à la SNCF. Mais ça perdrait de son charme si je ne faisais pas le voyage avec les autres. Parce que quand je me prépare en me disant, ce soir à 22 heures, tu prends le bus, je sais

14. La finale de la coupe d'Europe de l'UEFA, opposant l'OM au FC Valence, s'est déroulée à Göteborg, en Suède, en mai 2004.

que je vais retrouver des gens, qu'on va discuter de notre semaine, qu'on va rire. Le match va arriver. C'est toute une ambiance. C'est un tout pour moi le déplacement¹⁵.

Après de nombreux déplacements (et beaucoup d'heures de voyage partagées), les relations sont vécues plus intensément et peuvent être pensées sur le registre de la famille, les supporters se percevant comme des « frères ». Les relations affectives et émotionnelles composent alors autant de sources de satisfaction qui se suffisent à elles-mêmes et qui justifient que l'on continue à se déplacer quand les résultats du club ne sont pas au rendez-vous. Le déplacement n'est donc pas seulement un moment de construction et de renforcement des identités individuelles, diffusant notamment un sentiment de confiance en soi, il est aussi un moment d'éveil de la conscience d'un nous et met « à la disposition de chacun des ressources identitaires collectives » (Le Bart, 2000, p. 95). En d'autres termes, le voyage construit le groupe et engendre un sentiment d'appartenance.

Le déplacement comme travail d'enrôlement

Se déplacer signifie aussi, pour les supporters à distance, gagner en légitimité en acceptant d'endosser un rôle conforme aux comportements attendus dans les tribunes marseillaises, d'incorporer des principes et des codes identiques à ceux des supporters de l'OM et de reproduire des pratiques appartenant à leur répertoire d'actions. Bref, il s'agit de donner des gages de fidélité à un club que rien ne semblait les prédisposer à soutenir.

Le déplacement : espace-temps de socialisation

Si fêtes, soirées et lotos viennent rythmer la saison sportive, les groupes de supporters à distance se réunissent prioritairement sur la route. Le déplacement est ainsi un temps fondamental d'enrôlement et de socialisation des adhérents. Particulièrement attachés à la transmission de principes parmi lesquels figurent en premier lieu la bonne connaissance des codes en vigueur dans les tribunes marseillaises et la nécessaire régularité dans le suivi du club, les responsables des sections trouvent dans le temps partagé dans le bus l'opportunité de rappeler à chacun la conduite à adopter et les engagements à respecter. Les efforts accomplis pour suivre l'équipe dans tous les stades où

elle se produit viennent ainsi attester l'attachement au club. Cette mobilisation constante est aussi un moyen de démontrer la valeur de la section et d'asseoir sa réputation auprès des supporters locaux en apportant la preuve que la venue au stade ne s'apparente en aucun cas à une entreprise touristique. Les propos du fondateur de la section parisienne des *Dodger's* illustrent clairement cette ambition :

Certaines sections se comportent comme des agences de voyages. J'ai mon car, ma billetterie et, tranquille, je vais passer la journée au Frioul ou sur les plages du Prado. Moi, je dis souvent aux gars, attention, on n'est pas une société de transport. On n'est pas là pour jouer les touristes, faire le trajet et aller à la plage. Tu fais Paris – Stade vélodrome et après tu remontes à Paris, là d'accord.

Pour satisfaire cet objectif de régularité dans le suivi de l'OM, les responsables des sections doivent lutter contre la tendance qui, face à une pratique onéreuse, consiste à « choisir ses matchs ». Cette propension est présentée dans le tableau 2 qui recense la mobilisation au sein de la section de Rouen pendant toute une saison sportive.

Le recensement des 40 voyages organisés par le groupe rouennais lors de la saison 2003-2004 est porteur de nombreux enseignements. En premier lieu, la mobilisation des adhérents concerne les rencontres les plus prestigieuses du calendrier sportif, les supporters ne cachant pas que, face au nombre important de matchs et à l'impossibilité de réaliser tous les déplacements, leur choix se porte prioritairement sur les « affiches ». Au prestige de l'adversaire et à l'enjeu de la rencontre vient s'ajouter la distance kilométrique qui, au-delà de la durée passée dans les transports, conditionne également le coût du déplacement : les voyages organisés dans les stades les moins éloignés de Rouen sont aussi les moins chers. Compte tenu de ces considérations, le nombre annuel moyen de déplacements effectués par les adhérents rouennais est relativement modeste, soit 3,8 voyages en direction des stades accueillant leur équipe favorite (tableau 3). Sur les 106 adhérents que compte l'association à l'époque, 23 n'ont pris part qu'à un seul déplacement (le plus souvent à Lens ou à Lille, destinations pour lesquelles un car est mis à leur disposition) et 17 n'ont effectué aucun voyage. Seuls 12 membres comptabilisent plus de dix matchs, bon nombre d'affiliés à la section (44 exactement) se contentant de deux à cinq déplacements par an.

15. Ces propos sont extraits du documentaire, déjà cité, de Patricia Valeix.

Tableau 2 : La mobilisation de la section de Rouen des Ultras Marseille (saison 2003-2004)

Match	Compétition	Date	Tarif	Nombre d'inscrits	Mode de transport
Guingamp – OM	Championnat de France	02.08.2003	41 €	20	Minibus et voiture
OM – Auxerre	Championnat de France	08.08.2003	76 €	5	Voiture
Austria Vienne – OM	Ligue des champions	13.08.2003	-	<i>Pas de déplacement</i>	<i>Pas de déplacement</i>
Lens – OM	Championnat de France	17.08.2003	30 €	37	Car*
OM – Sochaux	Championnat de France	23.08.2003	76 €	12	Minibus et voiture
OM – Austria Vienne	Ligue des champions	27.08.2003	77 €	13	Minibus et voiture
Ajaccio – OM	Championnat de France	31.08.2003	-	<i>Pas de déplacement</i>	<i>Pas de déplacement</i>
OM – Le Mans	Championnat de France	13.09.2003	76 €	1	Voiture
Real Madrid – OM	Ligue des champions	16.09.2003	120 €	9	Minibus
Nantes – OM	Championnat de France	21.09.2003	41 €	19	Minibus
OM – Nice	Championnat de France	27.09.2003	-	<i>Pas de déplacement</i>	<i>Pas de déplacement</i>
OM – Partizan Belgrade	Ligue des champions	01.10.2003	77 €	7	Minibus
OM – Bastia	Championnat de France	05.10.2003	-	<i>Pas de déplacement</i>	<i>Pas de déplacement</i>
Strasbourg – OM	Championnat de France	17.10.2003	58 €	4	Voiture
OM – Porto	Ligue des champions	22.10.2003	77 €	6	Minibus
OM – Rennes	Championnat de France	25.10.2003	76 €	11	Minibus et voiture
OM – Monaco	Coupe de la Ligue	29.10.2003	-	<i>Pas de déplacement</i>	<i>Pas de déplacement</i>
Bordeaux – OM	Championnat de France	01.11.2003	60 €	8	Minibus
Porto – OM	Ligue des champions	04.11.2003	Non communiqué	5	Voiture et car (à partir de Marseille)
OM – Lyon	Championnat de France	09.11.2003	76 €	10	Minibus

Tableau 2 : La mobilisation de la section de Rouen des Ultras Marseille (saison 2003-2004) (suite)

<i>Match</i>	<i>Compétition</i>	<i>Date</i>	<i>Tarif</i>	<i>Nombre d'inscrits</i>	<i>Mode de transport</i>
Lille – OM	Championnat de France	22.11.2003	30 €	38	Car*
OM – Real Madrid	Ligue des champions	26.11.2003	77 €	12	Minibus et voiture
OM – PSG	Championnat de France	30.11.2003	76 €	10	Minibus
OM – Monaco	Championnat de France	05.12.2003	-	<i>Pas de déplacement</i>	<i>Pas de déplacement</i>
Partizan Belgrade – OM	Ligue des champions	09.12.2003	-	<i>Pas de déplacement</i>	<i>Pas de déplacement</i>
Sochaux – OM	Coupe de la Ligue	17.12.2003	53 €	4	Voiture
OM – Toulouse	Championnat de France	20.12.2003	76 €	3	Voiture
OM – Strasbourg	Coupe de France	03.01.2004	-	<i>Pas de déplacement</i>	<i>Pas de déplacement</i>
Auxerre – OM	Championnat de France	10.01.2004	30 €	9	Minibus
OM – Lens	Championnat de France	18.01.2004	-	<i>Pas de déplacement</i>	<i>Pas de déplacement</i>
OM – PSG	Coupe de France	24.01.2004	76 €	13	Minibus et voiture
Metz – OM	Championnat de France	27.01.2004	55 €	4	Voiture
Sochaux – OM	Championnat de France	31.01.2004	53 €	4	Voiture
Montpellier – OM	Championnat de France	04.02.2004	-	<i>Pas de déplacement</i>	<i>Pas de déplacement</i>
OM – Ajaccio	Championnat de France	07.02.2004	-	<i>Pas de déplacement</i>	<i>Pas de déplacement</i>
Le Mans – OM	Championnat de France	14.02.2004	38 €	21	Minibus
OM – Nantes	Championnat de France	22.02.2004	76 €	4	Voiture
OM – Dniproptrovsk	Coupe de l'UEFA	26.02.2004	-	<i>Pas de déplacement</i>	<i>Pas de déplacement</i>
Nice – OM	Championnat de France	29.02.2004	-	<i>Pas de déplacement</i>	<i>Pas de déplacement</i>
Dniproptrovsk – OM	Coupe de l'UEFA	03.03.2004	-	<i>Pas de déplacement</i>	<i>Pas de déplacement</i>

Tableau 2 : La mobilisation de la section de Rouen des Ultras Marseille (saison 2003-2004) (suite)

Match	Compétition	Date	Tarif	Nombre d'inscrits	Mode de transport
Bastia – OM	Championnat de France	07.03.2004	-	Pas de déplacement	Pas de déplacement
Liverpool – OM	Coupe de l'UEFA	11.03.2004	92 €	8	Minibus
OM – Strasbourg	Championnat de France	14.03.2004	76 €	1	Voiture
Rennes – OM	Championnat de France	21.03.2004	35 €	14	Minibus et voiture
OM – Liverpool	Coupe de l'UEFA	25.03.2004	77 €	7	Minibus
OM – Bordeaux	Championnat de France	28.03.2004	76 €	1	Voiture
Lyon – OM	Championnat de France	03.04.2004	47 €	8	Minibus
OM – Inter de Milan	Coupe de l'UEFA	08.04.2004	-	Pas de déplacement	Pas de déplacement
Inter de Milan – OM	Coupe de l'UEFA	14.04.2004	Non communiqué	6	Minibus
OM – Lille	Championnat de France	18.04.2004	-	Pas de déplacement	Pas de déplacement
Newcastle – OM	Coupe de l'UEFA	22.04.2004	100 €	8	Minibus
PSG – OM	Championnat de France	25.04.2004	16 €	10	Voitures
OM – Metz	Championnat de France	01.05.2004	76 €	18	Car*
OM – Newcastle	Coupe de l'UEFA	06.05.2004	77 €	7	Minibus
Monaco – OM	Championnat de France	09.05.2004	87 €	6	Minibus
OM – Montpellier	Championnat de France	12.05.2004	-	Pas de déplacement	Pas de déplacement
Toulouse – OM	Championnat de France	15.05.2004	-	Pas de déplacement	Pas de déplacement
OM – Valence À Göteborg (Suède)	Finale de la coupe de l'UEFA	19.05.2004	210 €	19	Car*
OM – Guingamp	Championnat de France	23.05.2004	76 €	5	Voiture et car (à partir de Paris, avec la section d'Ile-de-France des <i>Yankee Virage Nord</i>)

* Les voyages en car sont ouverts aux non-adhérents (avec un supplément de prix). Ainsi, sur les 53 supporters ayant effectué le déplacement pour le match OM – Metz du 1^{er} mai, 35 n'étaient pas adhérents de la section. De même, seuls 19 adhérents étaient présents sur 51 personnes qui ont pris part au déplacement pour assister à la finale de coupe d'Europe à Göteborg.

Tableau 3 : Nombre de déplacements effectués par les adhérents de la section de Rouen pendant la saison 2003-2004

Nombre de déplacements effectués	Nombre d'adhérents
aucun	17
1	23
De 2 à 5	44
De 6 à 10	10
De 11 à 15	7
De 16 à 20	2
Plus de 20	3

(Selon le recensement du président de la section)

La conditionnalité du soutien suscite d'interminables discussions, de surcroît récurrentes, au sein des cercles de supporters à distance les plus investis dans l'activité des sections. Selon Grégory, 27 ans, membre du groupe rouennais depuis 1997 et très impliqué dans la vie de l'association, « les mecs qui ne viennent jamais dans l'année et qui appellent pour voir un match de gala, les gros matchs contre Paris, Bordeaux, Saint-Étienne, je dis que ces mecs-là n'ont rien à foutre dans la section, avec nous. Parce que tu leur proposes un match OM-Châteauroux ou OM-Laval, ils n'en ont rien à faire ». Le même discours est adopté par Romuald, 25 ans :

Ceux qui ont l'envie, on les reconnaît facilement. Ce sont ceux qui ne viennent pas seulement quand l'équipe gagne, ils sont là aussi quand l'équipe est larguée au classement et joue contre un club de merde à Marseille. Quand tu fais 2 000 kilomètres pour aller voir jouer l'OM contre Lorient, c'est que c'est un signe.

Si les responsables et les adhérents les plus actifs des sections sont particulièrement sensibles à la fidélité manifestée par leurs membres au cœur des tribunes, c'est qu'au-delà de la défense commune de la « cause de l'OM », il leur faut tenir leurs rangs et montrer aux Marseillais qu'ils sont de véritables passionnés, motivés et capables d'organiser des déplacements de manière systématique, en somme que leur place dans les gradins, au plus près des supporters locaux, n'est pas usurpée. « Quand tu te retrouves dans la tribune avec les Marseillais et qu'ils s'aperçoivent qu'à Rouen, on a réussi à remplir un car de 50 personnes alors que ce n'est pas le cas pour d'autres sections, c'est une fierté », explique Nicolas, 27 ans, l'un des

plus anciens membres de la section rouennaise. « On est partout », s'enorgueillit, quant à lui, le président de la section de Saint-Quentin. « À chaque match de l'OM, il y a quelqu'un de Saint-Quentin. Ça fait à peu près trois ans et demi qu'il y a quelqu'un de Saint-Quentin à tous les matchs ! » Réussir à réaliser « le grand chelem », c'est-à-dire se rendre dans tous les stades de France et d'Europe visités par l'OM lors du championnat et des coupes, est l'objectif avoué de bon nombre de dirigeants de sections.

Or, une majorité des adhérents ne témoignant pas d'une telle motivation, de nombreux rappels à l'engagement sont régulièrement lancés par les responsables des sections pour tenter de mobiliser les énergies disponibles. Cet extrait tiré du numéro 5 de novembre 1999 du *fanzine* de la section de Rouen (le journal est lu et commenté durant les trajets) est particulièrement révélateur du travail fourni pour faire assimiler ce principe à l'ensemble des membres :

Championnat de France, Champions League à domicile comme à l'extérieur depuis le début de la saison, la section de Rouen a toujours été représentée. Cela prouve la belle vitalité de notre groupe et son attachement à ce club mythique qu'est l'OM. Il faut cependant constater qu'un certain nombre d'entre nous semble porter plus d'intérêt aux clubs prestigieux plutôt qu'au quotidien du championnat de France. Un exemple ? Nos deux responsables de la section ont été submergés d'appels de gars voulant assister à OM – Lazio, alors que nous n'avons pas pu faire une voiture pour OM – Nantes. C'est dommage et totalement contraire à la mentalité *Ultra* qui est d'être derrière son équipe quel que soit l'adversaire. OM – Nantes a marqué la fin d'une belle série, repartons de l'avant !!! [] Il y a quelques années, notre OM a rencontré à l'extérieur une équipe portant les couleurs Rouge et Noire (maillot rayé), ça vous dit quelque chose ? Nous étions six Rouennais à avoir bravé le froid sibérien pour pousser l'OM à la victoire contre Boulogne-sur-Mer en 16^e de finale de la coupe de France et quand Colleter [*un défenseur de l'OM*] marqua et nous offrit la qualification en fin de match, nous étions aussi heureux que lorsque Basilou [*selon le surnom de Basile Boli, l'auteur du but victorieux en finale de la coupe d'Europe des clubs champions de 1993*] plaça son coup de tête victorieux contre une autre équipe évoluant en rouge et noir [*en l'occurrence, l'AC Milan*]. Peut-être que ces six gars n'étaient pas sélectifs et qu'ils n'avaient vu qu'une équipe sur le terrain. L'OM rien que l'OM !

La présence dans les tribunes des membres des sections à distance doit encore faire l'objet d'un contrôle et d'un encadrement strict de telle façon que ces derniers se conforment aux règles, codes et pratiques d'accès, d'occupation et de participation qui régissent l'espace supportériste du stade. Or, l'organisation pointue et rigoureuse du soutien *ultra* en faveur de l'OM, à travers les chants et la mise en place des animations au

début et tout au long des rencontres, est inconnue des sections nouvellement créées effectuant leurs premiers déplacements.

Je me rappelle notamment que c'était un peu compliqué au départ, *précise le porte-parole des Ultras Marseille*. On a dû leur expliquer qu'il y avait plusieurs groupes de supporters et que chaque groupe avait un leader qui lance les chants avec un mégaphone debout sur le grillage ou sur une barrière. C'est organisé ! Les leaders lancent les chants chacun à leur tour en fonction des différents groupes en sachant que certains ont plus de poids que d'autres. Au début, il fallait expliquer aux gens que n'importe qui ne lançait pas un chant parce que sinon, c'est la cacophonie.

Éviter les fautes de goût et ne pas prendre le risque de s'exposer au discrédit, voire au rejet, de ceux que les supporters à distance ambitionnent de côtoyer supposent de prendre quelques précautions. C'est ainsi que, pour « assurer » auprès des supporters locaux, la section de Rouen distribue à ses membres les paroles des chants les plus repris dans les tribunes marseillaises. Le même sérieux est appliqué à la tenue vestimentaire qui doit nécessairement respecter les usages en vigueur dans le groupe central marseillais. Le rappel écrit adressé à tous les adhérents en début de saison souligne que tout signe caricaturant l'activité est proscrit :

Nous sommes des Ultras, pas des clowns. Nous adhérons à une certaine façon de supporter le club et respectons une ligne de conduite propre à l'esprit *Ultra*. [] Le port de 50 écharpes, de perruques, de maquillage ridiculise ceux qui arborent les couleurs de l'OM et porte ainsi atteinte à l'image du groupe et des supporters de l'OM.

Adhérent expérimenté de la section rouennaise, Cédric, 26 ans, précise :

Il y a une chose qui est vraiment interdite quand on est supporter marseillais, c'est de se grimer le visage, d'avoir plein d'écharpes, le maillot, la trompette. Il suffit d'avoir l'écharpe de ton club ou du groupe, et c'est bien. On n'est pas à Lens ! Tu arrives maquillé, avec la perruque et le maillot, c'est sûr que tu es renvoyé de la tribune. Ça se fait pas chez les *Ultras*. Il faut s'habiller normalement.

Le contrôle social exercé sur les adhérents des sections

Cherchant continuellement à enrôler les adhérents à leur cause pour faire valoir auprès des Marseillais le potentiel que représente leur effectif, les responsables des sections et les membres les plus impliqués dans l'action collective doivent encore s'appliquer à présenter des troupes suffisamment sensibilisées, si ce n'est réceptives, au code de conduite en vigueur dans leur

groupe d'affiliation. Toutefois, comme le souligne le fondateur de la section parisienne des *Dodger's*, « ce n'est pas évident de faire passer notre message surtout quand on est 150 ». Les propos du fondateur de la section de Saint-Quentin sont plus tranchants : « On a toujours de nouvelles personnes qui arrivent dans la section. Je leur dis que je ne suis pas leur père, un flic ou un dictateur, mais il y a des barrières... Celui qui sort des barrières s'exclut automatiquement. On a une discipline ! »

Il s'agit, en premier lieu, de jouer sur les incitations sélectives (Olson, 1978) que le supportérisme à distance est à même de proposer. Réserver des biens sélectifs individuels, c'est-à-dire des avantages particuliers aux membres actifs des groupes, est, en effet, une manière d'inciter à la mobilisation et, du même coup, de pénaliser le refus de la participation en rendant plus coûteux le fait de demeurer à l'écart de l'action collective. Aussi existe-il un système méritocratique de bonus-malus généralisé à un grand nombre de sections qui vient rétribuer les supporters qui se déplacent régulièrement tout au long de la saison et sanctionner ceux qui refusent de faire la route. Au sein de la section de Rouen, des réductions ou des majorations peuvent ainsi être appliquées à l'occasion des déplacements les plus onéreux. De même, les cartes d'abonnement au Stade vélodrome, un sésame précieux pour les supporters à distance puisqu'il garantit une place pour l'ensemble des matchs disputés à Marseille, font l'objet d'une distribution sélective. Bruno, l'un des fondateurs de la section normande, ne s'en cache pas : « Cette année, je sais que l'on va récupérer des cartes d'abonnement [auprès des supporters locaux]. On va pas les donner à des nouveaux arrivants. Il y a quand même l'ancienneté et surtout la fidélité qui sont prises en compte. » Enfin, les matchs les plus prestigieux et ceux pour lesquels la section ne dispose pas d'un nombre suffisant de places pour satisfaire l'ensemble de ses membres sont également soumis au principe de sélection. Le fondateur de la section de Paris des *Dodger's* expose cette règle :

Si j'obtiens dix places auprès des *Dodger's* pour un PSG – OM, il est clair que ce sont ceux qui se bougent le plus qui sont prioritaires. Si j'ai un choix à faire, il n'y aura pas de tergiversations. Ceux qui se déplacent régulièrement et qui s'investissent dans la vie associative du groupe seront servis.

Le président de la section rouennaise ne dit pas autre chose :

Je préfère qu'on soit vingt, mais vingt fidèles. J'aimerais qu'il y ait plus de vrais supporters. Pour l'instant, la plupart ne viennent qu'aux PSG – OM ou OM – Bordeaux, des gros matchs. Mais pour les petits matchs, généralement, on retrouve toujours les mêmes. Ça

m'embête un peu mais quand il y a une place disponible, au moins on sait à qui la donner !

L'encadrement des novices lors des déplacements vise également à orienter les comportements pour les rendre conformes aux objectifs définis. Paradoxalement, le car ou le minibus sont des lieux fixes dans le sens où ils fonctionnent, pour les membres les plus aguerris des sections, comme des espaces à la fois de socialisation et de contrôle des membres. Les mouvements, actes et paroles de chacun se trouvent ainsi soumis au regard de tous et occasionnent de multiples commentaires, débats et jugements. « Je suis content car aujourd'hui, ce n'est pas seulement moi qui rappelle toutes les règles », expose le président de la section de Saint-Quentin, « mais ce sont aussi les plus anciens qui en parlent aux nouveaux. Ils disent ce qui se fait et ce qui ne se fait pas ». Les membres initiés instruisent ainsi les recrues quant aux conduites légitimes à adopter. Nicolas, 27 ans, l'un des plus anciens adhérents de la section rouennaise, souligne cet état de fait :

Dans le car de Rouen, si les membres sont bien conditionnés, que l'on répète les nouvelles chansons durant le trajet, si l'on fait bien passer les consignes comme quoi il est hors de question de se maquiller, il n'y a pas de problème. Et puis sur les 50 Rouennais, il y en a quand même 30 qui connaissent un peu les rituels, ce qui peut être fait et ce qui ne peut pas l'être.

Si le processus d'intériorisation des normes rencontre des succès, les risques d'échec n'en sont pas pour autant écartés. « Une fois, on a eu un léger problème avec un jeune qui est arrivé au car avec de la peinture bleue et blanche partout », se souvient Lionel, l'un des cadres du groupe normand. « On l'a gentiment invité à aller se laver parce qu'on ne voulait pas l'emmenner à Marseille comme ça. Là-bas, ils les appellent des mastres, c'est-à-dire des clowns. Les Marseillais nous l'auraient fait remarquer sévèrement. »

Pendant les déplacements, le contrôle des nouveaux adhérents peut s'exercer par ailleurs sur les savoirs jugés indispensables pour se réclamer un authentique supporter de l'OM. Ainsi sont-ils parfois soumis à quelques interrogations qui visent à évaluer leurs connaissances et à mesurer si celles-ci sont à la hauteur des attentes du groupe. Lors d'un déplacement à Marseille effectué en minibus, Steve, un supporter à

distance parmi les plus actifs de la section de Rouen, interroge Alexandre, un jeune supporter : « C'est quoi le match qu'il ne faut pas perdre dans l'année, selon toi ? » Alexandre, sûr de sa réponse :

Bah c'est le PSG ! *Steve* : T'es jeune. Le vrai match qu'il ne faut pas perdre, c'est Saint-Étienne. Le PSG, c'est le folklore ! Le PSG, c'est rien, ça a vingt ans d'histoire seulement. C'est pour les jeunes. Cela a été créé dans les années 1970, c'est rien. *Alexandre* : Pourquoi Saint-Étienne ? *Steve* : C'est eux qui ont l'histoire, la finale de la coupe d'Europe, l'étoile sur le maillot. Saint-Étienne, c'est un super public quand même. À part nous, ce sont les meilleurs. À Bordeaux, y a rien, à Lens aussi c'est nul ! Non la vraie rivalité, elle est avec Saint-Étienne. C'est eux qui ont le passé, l'histoire. Avec eux, c'est vraiment chaud. Il y a une grosse, grosse rivalité. C'est eux qu'il faut battre. C'est le match à gagner pour les vrais Marseillais. Le PSG, c'est pour les jeunes. Mais les anciens, eux, c'est Saint-Étienne qu'ils veulent battre. Tu n'as qu'à lire le livre des *Ultras*¹⁶.

De telles séquences d'échanges à prétentions initiatiques et éducatives supposent une bienveillance et des disponibilités réciproques, un partage d'expériences vécues en commun et une certaine connivence que les interactions opérant sur la route des stades permettent d'autant mieux qu'elles interviennent dans un environnement clos, comme coupé du monde. Ces qualités propres aux moyens de transport collectif utilisés par les supporters en déplacement ne présentent toutefois pas la même intensité selon le véhicule emprunté : plus la taille de ce dernier est importante, moins les procédés d'inculcation des normes supportéristes peuvent se développer. Le contrôle social est, en effet, beaucoup moins prégnant dans le cadre d'un déplacement organisé en car : le grand nombre d'adhérents présents garantit un relatif anonymat et ménage la possibilité de voyager en paix, à l'abri des regards et des interventions des responsables du groupe. Phénomène aggravant, ces derniers ont alors d'autant plus de mal à « recadrer leur troupe » que le voyage effectué en nombre est généralement de courte durée, en direction des stades les moins éloignés du lieu d'implantation de la section. À Rouen par exemple, les périple en car concernent généralement les destinations telles que Lille, Lens, Le Mans, Caen ou encore Rennes. À l'inverse, les déplacements vers les stades les plus lointains s'effectuent en minibus et regroupent des membres actifs qui peuvent alors intégrer quelques novices qu'ils initient, éduquent et sur lesquels ils gardent un œil.

16. Les *Ultras Marseille* ont édité en 2004 un ouvrage retraçant leurs vingt années d'existence.

Dans tous les cas, si gagner les rangs des supporters à distance suppose de « s'assujettir à un processus disciplinaire plutôt rigide » (Signorelli, 1994, p. 622) et d'accepter de se soumettre au contrôle des cadres du groupe, c'est que les sections doivent produire en public, dans les tribunes et lors des interactions avec les supporters locaux, ce qu'Erving Goffman nomme une « performance », c'est-à-dire un « jeu [qui] constitue une séquence de comportements régis par des règles sociales, qui a pour but d'influencer en créant une impression » (Baugnet, 1998, p. 57 ; Nizet & Rigaux, 2005, pp. 19-32). Cherchant à accomplir, au cœur des tribunes, la meilleure représentation de leur engagement en faveur du club, les supporters à distance doivent attester la ferveur de leur passion en même temps que sa conformité aux canons des Marseillais. Faire bonne figure au stade, scène des contacts mixtes et espace de réputation, nécessite ainsi de se préparer, de répéter les comportements, les attitudes, les mouvements, les chants, en un mot la mise en scène propre aux tribunes des supporters de l'OM. Le car ou le minibus est alors une « coulisse » dans laquelle cette préparation est travaillée et le trajet fait fonction de « filtre », de temps pendant lequel le rôle de chacun des membres des sections est « ajusté » avant de s'avancer dans les meilleures conditions sur la scène publique.

Par ailleurs, les adhérents d'une même section à distance forment une « équipe », selon l'acception qu'Erving Goffman donne à cette notion qui renvoie à « un ensemble de personnes dont la coopération très étroite est indispensable au maintien d'une définition donnée de la situation » (1973, p. 102). Les membres d'une même section coopèrent à la mise en scène de leur activité auprès des supporters locaux. Or, « du fait qu'ils sont membres d'une même équipe, les gens se trouvent placés dans une étroite relation d'interdépendance mutuelle » (Goffman, 1973, p. 83). Au sein des sections, chaque membre est solidaire car chacun doit pouvoir compter sur la bonne conduite des autres. Tout adhérent en représentation a, en effet, le pouvoir de casser l'impression donnée aux Marseillais par une conduite inappropriée. Si la bonne réputation d'un groupe de supporters à distance dans le champ du supportérisme local repose généralement sur quelques-uns de ses membres les plus anciens et les plus aguerris, elle dépend aussi du comportement de tous ses adhérents. Les

responsables et les individus les plus actifs sont donc attentifs à l'impression générale donnée par l'ensemble des individus appartenant à la section. Ainsi, les cadres des groupes de supporters à distance n'hésitent jamais à « ramener sur des positions correctes tout membre de l'équipe dont la représentation s'écarte de la ligne adoptée » (Goffman, 1973, p. 97). Le fondateur de la section de Saint-Quentin affiliée aux *South Winners* relate un exemple de « représentation ratée » : « Une fois, les Marseillais ont demandé à un mec de la section pourquoi les *South Winners* affichaient l'emblème de Che Guevara¹⁷. Il n'a jamais su répondre. J'ai été humilié, j'ai pris cela comme une humiliation. Cela veut dire que l'on n'a pas rempli notre rôle. » La réputation de la section est alors entachée et des décisions radicales peuvent s'ensuivre. Le responsable de l'antenne parisienne des *Dodger's* rend compte de l'épisode suivant :

Il y a peu de temps, j'ai viré un pseudo supporter. Y avait une fête des *Dodger's*. Les Marseillais font beaucoup d'efforts pour nous. Je lui demande de faire un effort et de venir à cette fête. C'était la moindre des choses. Il me dit carrément qu'il n'avait pas envie. Alors lui, il gicle. Car il n'a rien compris au film.

L'instauration de seuils ou l'affirmation de différences entre les adhérents

En dépit de ces multiples efforts, le contrôle social ne permet jamais d'enrôler l'ensemble des personnes qui composent les effectifs des sections. Certes, les responsables épaulés par les membres actifs peuvent, pendant les trajets, éduquer les adhérents moins concernés par l'action collective. Mais ces derniers peuvent aussi ne pas suivre ces conseils. Toutes les sections ont ainsi à composer avec des individus peu sensibilisés aux aspirations des membres les plus investis. Plus encore, les seconds ont à entretenir régulièrement des relations avec les premiers. En effet, souhaitant pérenniser l'activité de leur section et remplir l'objectif d'être « dans de nombreux stades et souvent », à défaut d'être « *partout et toujours* » (selon une expression courante dans l'univers des sections), les responsables cherchent à remplir les véhicules. Pour satisfaire cet objectif, ils ne peuvent s'appuyer uniquement sur le cercle restreint des individus actifs. Le mode de réservation des places institue donc une prime au « premier arrivé » : de l'anticipation (exigée par les responsables) du nombre de participants aux voyages dépendent,

17. Le mythe du révolutionnaire cubain repris par le groupe dépasse l'humanisme socialiste d'origine et couvre le refus de toutes les formes d'aliénation,

certaines revendications libertaires et, plus généralement, une posture anticonformiste.

entre autres, la location des véhicules (car ou minibus) et la réservation des billets auprès des supporters locaux. Un déplacement doit donc être réservé par les adhérents bien en amont des matchs (plusieurs semaines avant), indépendamment de leur niveau de participation. Cela ne va pas sans poser des problèmes. Stéphane, 27 ans, s'en explique :

Pour que les responsables gèrent le nombre de billets et les bus, il faut qu'ils sachent à l'avance combien de personnes viennent. Ce sont les premiers arrivés qui sont les premiers servis. Et si tu veux faire un déplacement où il y a quinze personnes qui veulent y aller et où il n'y a que neuf billets et bien il y en a six qui restent à Rouen. Et cela peut être toi, si t'as pas envoyé ton chèque assez rapidement, même si tu te déplaces à tous les matchs.

Les membres les plus actifs sont donc obligés de composer avec ceux qu'ils appellent les « *touristes* ». Cette situation d'interdépendance est d'autant plus contraignante à leurs yeux qu'elle semble indépassable, ainsi que le met en évidence Cédric, 26 ans, l'un des membres actifs de la section rouennaise :

On est obligé de fonctionner comme ça, mais ça me gêne de faire passer avant toi des personnes qu'on ne voit presque jamais. Toi, tu viens régulièrement aux déplacements, mais il y a des fois où malheureusement, tu ne sais qu'à la dernière minute si tu pourras venir ou non. Tu vas alors vouloir venir, mais on va te dire que ce n'est pas possible parce qu'il n'y a plus de places. En fait, c'est des touristes qui te prennent ta place. Tu ne les vois que pour les grands matchs.

Romuald, très investi au sein de la section rouennaise, ne dit pas autre chose :

Quand tu veux aller voir un gros match, que tu sais quelques jours avant que tu seras disponible mais que tu sais également qu'il y a 50 personnes qui sont devant toi, c'est dur. Surtout si toi, tu t'es tapé plein de matchs à la con auparavant.

Les « *touristes* » font partie du paysage des sections. Cela est d'autant plus le cas lors des déplacements organisés en car qui engendrent des enjeux de rentabilité financière plus importants. « Il faut aussi être honnête et dire la vérité », explique ainsi le responsable de la section parisienne des *Dodger's*. « Je dispose de 20 motivés dans la section. C'est un effectif insuffisant pour remplir un bus. Où je vais trouver les 30 personnes qui manquent pour remplir mon car ? Dans les touristes, comme on dit... »

Comme l'indiquent ces propos, il faut bien souvent cinquante personnes pour qu'un déplacement en car soit équilibré financièrement. Il apparaît donc nécessaire de constituer des « *bus touristiques* », pour reprendre une expression parfois usitée

pour désigner ce mode de composition des véhicules. En effet, les responsables n'ont souvent pas d'autre choix que de puiser dans le réservoir des adhérents peu fidèles pour réunir un effectif suffisant. Souvent, des non-adhérents sont même acceptés. Membre de la section de Rouen depuis sa fondation en 1997, Nicolas résume un sentiment partagé au sein des cercles des supporters à distance les plus actifs :

Je comprends les responsables. On ne peut pas fédérer uniquement des gens qui vont chercher à faire tous les déplacements avec la foi. Donc il y a ces gens qui sont là, mais après tout, ça permet de voyager moins cher. Ça remplit le car.

S'ils sont contraints de leur faire une place dans le car, les supporters à distance les plus actifs tendent à écarter symboliquement les individus qui ne se conforment pas aux objectifs fixés. De nombreuses occasions sont saisies par les individus les plus actifs pour rendre sensible la distance sociale qui les sépare de ces derniers. Cela va de la salutation (ils serrent la main des adhérents, mais font la bise à ceux qui composent le cercle des plus engagés) aux divers échanges sur les expériences personnelles de chacun engagés à la faveur des trajets. D'une part, les discussions sur « l'actualité supportériste » de chacun (les déplacements déjà effectués et ceux que l'on envisage de faire, notamment) permettent d'assigner des places : faire des déplacements épisodiques dans des stades proches n'a pas la même valeur que de se déplacer régulièrement et de se rendre à Marseille au Stade vélodrome. Dévoiler publiquement son activité a donc une influence sur le statut personnel au sein du groupe. D'autre part, ces conversations sont une opportunité pour remettre le membre peu actif à sa place. Au cours d'un déplacement à Metz organisé en minibus, un membre peu mobilisé indique : « C'est là qu'on avait tourné pour aller à Sedan ». Il est alors repris au vol par deux supporters actifs : « Ah bon ! T'as été à Sedan toi ? » interroge le premier. « Putain, ils taillent la route les mecs » note le second, faussement admiratif. Les deux mêmes s'en prennent une autre fois à un adhérent particulièrement inexpérimenté à l'occasion du trajet vers Marseille pour assister au match OM-Bastia. « T'es déjà venu à Marseille, toi ? » demande le premier. « Non », répond le supporter novice, « mais je suis allé à Lens ! ». Cette précision est alors prétexte à la moquerie : « Ah c'est vrai, tu as fait un sacré déplacement ! C'est *le* déplacement ! surenchérit le second qui souligne, dans un éclat de rire général, moi je l'ai pas fait Lens. C'est trop loin ».

Au-delà du « *chambrage* », il est un critère autrement plus distinctif parmi les nombreuses ressources que présentent

les déplacements de supporters sur les routes. La préservation de l'entre-soi suppose, en effet, de « faire le tri » et de séparer, physiquement, les « vrais » des « touristes ». Le car et le minibus, chacun à leur façon, se prêtent alors à l'instauration de seuils et à la normalisation des espaces, entre hiérarchisation et ségrégation. Ainsi le placement dans le bus est-il particulièrement discriminant. Stéphane, membre de la section de Rouen, explique : « Il y a vraiment le cœur, ceux qui se déplacent tout le temps. C'est le fond du car. Et puis le reste, c'est l'avant, avec des gens en famille, ce genre de choses ». Accaparé par les supporters les plus actifs (qui, à l'inverse, occupent les banquettes de devant en cas de déplacement en minibus), le fond du car concentre les échanges les plus intenses générateurs d'une forte connivence et d'un « nous » puissamment affirmé et revendiqué. « Il y a vraiment une grande différence entre l'avant et le fond du car, révèle Laurent, 16 ans, adhérent du groupe rouennais et admis dans l'espace sanctuarisé du bus.

Il y a les chants, la fête. C'est bien puissant. Je suis pas alcoolique non plus, mais il faut aussi dire qu'il y a la boisson qui suit également. C'est une ambiance plus chaude que l'ambiance morte qu'il peut y avoir à l'avant du car. Et c'est là qu'on peut reconnaître les fanatiques de l'OM plutôt que ceux qui se taisent, qui restent dans leur coin et qui parlent de leurs cours ou de je ne sais quoi.

Au centre du car se placent les adhérents dont la participation aux activités de la section demeure moins soutenue. Le statut de cet espace est intermédiaire. Balançant entre la volonté de discuter avec ses voisins et celle de participer à l'animation du fond du car, Manuel, 19 ans, confie sa frustration liée à cet entre-deux et son aspiration à franchir le seuil qui le sépare des membres actifs :

Je n'ai pas fait beaucoup de déplacements à cause de mon budget, mais ils [*les responsables*] ne sont pas censés savoir que c'est à cause de l'argent. Ils peuvent penser que je suis comme les autres, un touriste. Or je ne suis pas comme eux ! C'est pour ça qu'à chaque déplacement, je ne me mets pas à l'avant, mais plutôt au milieu, vers le fond du car. J'essaie à chaque déplacement de me rapprocher d'eux. Je recherche un peu leur expérience. J'ai envie d'en savoir plus sur l'histoire du club, leur expérience. Je veux aussi montrer que je suis volontaire, qu'ils pourront compter sur moi.

À l'avant se placent, enfin, les supporters les moins impliqués dans la vie de la section : les plus jeunes et les adhérents dont les déplacements sont épisodiques s'y trouvent cantonnés. Ils restent alors en retrait, se limitant à observer et écouter les autres ou à converser entre eux. Les échanges avec le reste du groupe sont peu nombreux. Ils peuvent toutefois regarder avec

envie l'arrière du car qui représente ainsi « l'idéal » à atteindre, comme l'explique Laurent :

Généralement les nouveaux et ceux qui ne se déplacent quasiment jamais se placent à l'avant du bus. Ils ne connaissent personne, donc ce n'est pas pareil. Ils sont timides, réservés. Ils se font moins voir. C'est normal, il faut découvrir un peu avant de s'intégrer. C'est ce qui s'est passé pour moi. Au début, on se plaçait devant et puis, petit à petit, au fur et à mesure des déplacements, j'ai commencé à connaître les gens, je me suis rapproché du fond et je suis monté.

L'expression est significative tant l'ascension dans la hiérarchie du groupe se traduit par le fait, d'une part, de reculer vers le fond du car et, d'autre part, une fois parvenu à destination, d'accéder, au sein des tribunes, au « "noyau dur" des dirigeants occupant une position qui signale son rang et sa prééminence : derrière la rambarde ou la balustrade où sont suspendus les tambours et la banderole qui porte le nom du groupe » (Bromberger *et al.*, 1995, p. 272). Prétendre ainsi rejoindre le Saint des Saints marseillais suppose, de la part des sections à distance, attester publiquement leur capacité à s'écarter du profane, par ailleurs frappé d'illégitimité car ne provenant pas de la ville ou de la proche région, au profit de la constitution et de l'affirmation d'une *aristocratie supportériste*. Le principe est alors admis d'une hiérarchisation et, ce faisant, d'une domination d'une élite éclairée et ayant fait ses preuves sur une troupe de « *sui-veurs* » souvent brocardés et accusés de ne pas être de « *vrais supporters* », d'altérer l'esprit du groupe et de risquer, potentiellement, de détruire la réputation de la section auprès des supporters locaux. Ce discrédit s'exprime à la faveur du commérage (Élias & Scotson, 1997), les adhérents les plus actifs dissertant volontiers sur les faux pas des membres les moins engagés dans l'action collective et tournant en dérision leur comportement et leur façon de s'habiller. Si l'institution de seuils a ainsi pour fonction de « restreindre l'accès à l'intérieur du cercle des admis », le franchissement de cette ligne de séparation a « de puissantes implications de signification et de valeur », puisque le passage « signifie être accepté parmi ceux qui sont dignes de faire partie du groupe et acquérir la qualité, sinon d'élu, au moins de spécial, de meilleur, par rapport à ceux qui sont restés à l'extérieur [du cercle] » (Signorelli, 1994, p. 622).

Conclusion

Si l'engouement pour le football, cette « bagatelle la plus sérieuse du monde » (Bromberger, 1998), a fait l'objet de nombreuses

recherches, s'attarder sur les supporters extra-territoriaux participant à l'investissement local en faveur d'un club permet de décentrer le regard et conduit à penser le supportérisme à l'aune des facteurs écologiques, et notamment sa dimension géographiquement située. Dispersés sur le territoire national et éloignés de Marseille, les groupes de supporters à distance de l'OM n'ont, en effet, cessé de se rapprocher de l'équipe et fondent leur activité sur des pratiques de mobilisation visant à accompagner le club dans tous les stades où il se produit. Organisant de longs et fréquents déplacements collectifs en vue de rejoindre les tribunes, cette forme particulière de supportérisme se vit aussi « sur la route¹⁸ » et « hors les murs » des enceintes sportives. Constituant « une structure [...] à la fois contraignante et habilitante » (Hmed, 2008, p. 164), l'espace ainsi parcouru doit alors « être entendu au sens d'*espace concret*, autrement dit dans sa dimension humaine, caractérisée d'une part par une forme spécifique et d'autre part par des usages sociaux et des sens particuliers » (Hmed, 2009, p. 220). Structurante, contraignante, habilitante, concrète et spécifique, l'expérience sociale du voyage supportériste consiste donc à « *faire la route du stade* », étant entendu, qu'en retour, cette dernière *fait* le supporter.

Universitaire et romancier anglais installé à Vérone depuis 1981, Tim Parks s'est livré à l'exercice au cours de la saison 2000-2001. Ayant accompagné dans tous ses déplacements la *Brigate Gialloblù*, noyau dur *ultra* du modeste club *Hellas Verona* de première division italienne, il rend compte de cette expérience vécue dans son ouvrage *A season with Verona, Travels around Italy in search of illusion, national character and goals* (Parks, 2002) qu'il dédie aux « garçons qui ont voyagé dans le bus ». Pour son « baptême du feu¹⁹ », il quitte Vérone (en Vénétie, au nord de l'Italie) pour rejoindre Bari (dans les Pouilles, au sud), soit « environ 890 kilomètres [...] et au moins 22 heures en car à faire l'aller et retour ». Incapable d'expliquer à ses compagnons de voyage incrédules pourquoi, s'il n'est pas de Vérone, il est un supporter du *Hellas*, il constate qu'au fil du trajet ces derniers « cessent d'être des individus pour devenir les *brigade* [...]. Abrutis de fatigue, ils voyagent toute la nuit dans des conditions épouvantables [...] sans pouvoir voir la mer, visiter la ville et manger une pizza. [Après un match sans intérêt, ils reprennent la route] et il est près de cinq heures du matin quand le car arrive enfin [...]. Les *brigade* se séparent dans la lumière indécise de l'aube [...], redevenus des gens ordinaires ».

18. La réédition modifiée du manifeste de la *beat generation*, *Sur la route* de Jack Kerouac (2010) atteste le caractère initiatique du périple à travers l'Amérique de son auteur, joueur de football (américain) féru de langue et de littérature françaises.

19. Décrit dans le premier chapitre (pp. 9-53), nous lui empruntons les extraits qui suivent auxquels nous prêtons une vertu sociologique tant ils restituent nos propres observations empiriques.

Bibliographie

- Armstrong G. & Mitchell J.P.** (2008), *Global and Local Football: Politics and Europeanisation on the Fringes of the EU*, Abingdon/New York, Routledge.
- Augustin J.-P. & Guichard F.** (1999), « Le football dans la région de Porto : enjeux sociaux et politiques », *Les Cahiers de l'INSEP*, n° 25, pp. 257-279.
- Basson J.-C. & Nuytens W.** (2001), « Modes d'encadrement et de contrôle des supporters de football, entre modèle officiel et alternative autonome : le cas du Racing club de Lens », *Revue européenne du management du sport*, n° 5, pp. 1-29.
- Baugnet L.** (1998), *L'identité sociale*, Paris, Dunod.
- Beaud S. & Weber F.** (2002), *Guide de l'enquête de terrain*, Paris, La Découverte.
- Becker H. S.** (1985), *Outsiders. Études de sociologie de la déviance*, Paris, Métailié.
- Ben-Porat A.** (2000), « Israelis fans of english football », *Journal of Sport & Social Issues*, t. 24, n°4, pp. 344-350.
- Bromberger C.** (1998), *Le Football, la bagatelle la plus sérieuse du monde*, Paris, Bayard.
- Bromberger C., Hayot A. & Mariottini J.-M.** (1995), *Le Match de football. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*, Paris, éditions de la MSH.
- Charroin P.** (1994), *Allez les Verts ! De l'épopée au mythe : la mobilisation du public de l'Association Sportive de Saint-Étienne*, Thèse de doctorat, Université Lyon I.
- Colombjin F.** (1999), « View from the Periphery: Football in Indonesia », in Armstrong G. & Giulianotti R. (dir.), *Football Cultures and Identities*, Londres, Macmillan.
- Elias N. & Dunning E.** (1994), *Sport et civilisation. La violence maîtrisée*, Paris, Fayard.
- Elias N. & Scotson J.** (1997), *Logiques de l'exclusion*, Paris, Fayard.
- Farred G.** (2002), « Long distance love. Growing up a Liverpool Football Club fan », *Journal of Sport & Social Issues*, t. 26, n°1, pp. 6-24.
- Fontaine M.** (2010), *Le Racing club de Lens et les Gueules Noires. Essai d'histoire sociale*, Paris, Les Indes Savantes.
- Giulianotti R. & Robertson R.** (2006), « Glocalization, Globalization and Migration. The Case of Scottish Football Supporters in North America », *International Sociology*, t. 21, n°2, pp. 171-198.
- Giulianotti R. & Robertson R.** (2007), « Forms of Glocalization: Globalization and the Migration Strategies of Scottish Football Fans in North America », *Sociology*, t. 41, n°1, pp. 133-152.
- Goffman E.** (1973), *La Mise en scène de la vie quotidienne*, Paris, Minuit.
- Goffman E.** (1975), *Stigmate. Les usages sociaux des handicaps*, Paris, Minuit.
- Goffman E.** (1991), *Les Cadres de l'expérience*, Paris, Minuit.
- Goksoyr M. & Hognestad H.** (1999), « No longer worlds apart? British influences in Norwegian football », in Armstrong G. & Giulianotti R. (dir.), *Football Cultures and Identities*, Londres, Macmillan.
- Guyon S.** (2007), « Supportérisme et masculinité : l'exemple des Ultra à Auxerre », *Sociétés & Représentations*, n° 24, pp. 79-95.
- Heath C.** (1989), « Goffman, la notion d'engagement et l'analyse des interactions en face à face », in Joseph I. (dir.), *Le Parler frais d'Erving Goffman*, Paris, Minuit.
- Hmed C.** (2008), « Des mouvements sociaux "sur une tête d'épingle" ? Le rôle de l'espace physique dans le processus contestataire à partir de l'exemple des mobilisations dans les foyers de travailleurs migrants », *Politix*, n° 84, vol. 21, pp. 145-161.
- Hmed C.** (2009), « Espace géographique et mouvements sociaux », in Fillieule O., Mathieu L. & Péchu C. (dir.), *Dictionnaire des mouvements sociaux*, Paris, Presses de sciences po.
- Hognestad H.** (2003), « Long-Distance Football Support and Liminal Identities Among Norwegian Fans », in Dyck N. & Archetti E. (dir.), *Sport, Dance and Embodied Identities*, Oxford, Berg.
- Hognestad H.** (2006), « Transnational Passions: A Statistical Study of Norwegian Football Supporters », *Soccer and Society*, vol.7, n° 4, pp. 439-462.
- Hognestad H.** (2009), « Transglobal Scandinavian? Globalization and the contestation of identities in football », *Soccer and Society*, vol.10, n° 3-4, pp. 358-373.
- Hourcade N.** (1998), « La France des Ultras », *Sociétés & Représentations*, n°7, pp. 241-261.
- Hourcade N.** (2001), « L'affirmation d'une identité régionale lors des rencontres sportives : les ultras du football en France », in Menaut A. & Reneaud M. (dir.), *Sport de haut niveau et sport professionnel en région(s)*, Bordeaux, Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine.
- Hourcade N.** (2002), « Les ultras français », *Panoramiques*, n° 61, pp. 111-115.
- Hourcade N.** (2003), « L'émergence des supporters ultras en France », in Boucher M. & Vulbeau A. (dir.), *Émergences culturelles et jeunesse populaire. Turbulences ou médiations ?*, Paris, L'Harmattan.
- Hourcade N.** (2010), « Principes et problèmes de la politique de lutte contre le hooliganisme en France », *Archives de politique criminelle*, n° 32, pp. 123-139.
- Kerouac J.** (2010), *Sur la route*, Paris, Gallimard.
- Le Bart C.** (2000), *Les Fans des Beatles. Sociologie d'une passion*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.
- Le Bart C.** (2004), « Stratégies identitaires de fans. L'optimum de différenciation », *Revue française de sociologie*, vol. 5, n° 2, pp. 283-306.
- Lestrelin L.** (2010), *L'autre public des matchs de football. Sociologie des supporters à distance de l'Olympique de Marseille*, Paris, EHESS.
- Lestrelin L. & Basson J.-C.** (2009), « Les territoires du football : l'espace des supporters à distance », *L'Espace géographique*, vol. 38, n° 4, pp. 345-358.
- Mangan J.-A. & Majumbar B.** (2008), *Football fans around the world. From supporters to fanatics*, Londres, Routledge.
- Merle S.** (2011), « Les territoires du spectacle sportif : vers des pratiques touristiques ? », in Bleton-Rugot A., Commerçon N. & Lefort I. (dir.), *Tourismes et territoires*, Mâcon, Institut de recherche du Val de Saône-Mâconnais.
- Mignon P.** (1993), *La société du samedi : supporters, ultras et hooligans. Étude comparée de la Grande-Bretagne et de la France*, Paris, IHESI, rapport de recherche.

- Milia-Marie-Luce M.** (2007), « L'Olympique de Marseille outre-mer : les supporters à distance de "dwet douvan" Martinique », *Études caribéennes*, n° 7, pp. 95-103.
- Millward P.** (2011), *The Global Football League: Transnational Mobilities, Social Movements and Sport in the New Media Age*, Londres, Palgrave.
- Nash R.** (2000), « Globalised Football Fandom: Scandinavian Liverpool FC Supporters », *Football Studies*, t. 3, n° 2, pp. 5-23.
- Neveu E.** (2002), *Sociologie des mouvements sociaux*, Paris, La Découverte.
- Nizet J. & Rigaux N.** (2005), *La Sociologie de Erving Goffman*, Paris, La Découverte.
- Nuytens W.** (2004), *La Popularité du football. Sociologie des supporters à Lens et à Lille*, Arras, Artois Presses Université.
- Olson M.** (1978), *La Logique de l'action collective*, Paris, Puf.
- Parks T.** (2002), *Une saison de Vérone*, Paris, Christian Bourgois.
- Reimer B.** (2004), « For the love of England: Scandinavian football supporters, Manchester United and British popular culture », in Andrew D. L. (dir.), *Manchester United: A Thematic Study*, Londres, Routledge.
- Salesse E.** (2008), « De quel club êtes-vous ? Identité footballistique au Portugal », in De Waële J.-M. & Husting A. (dir.), *Football et identités*, Bruxelles, éditions de l'université libre de Bruxelles, pp. 65-82.
- Sandvoss C.** (2003), *A Game of Two Halves: Football, Television and Globalization*, Londres, Routledge.
- Signorelli A.** (1994), « Territoires : les tifosi, l'équipe et la cité », *Ethnologie française*, vol. 25, n° 3, pp. 615-628.
- Traïni C.** (2000), « Les braconniers de la politique. Les ressorts de la conversion à Chasse Pêche Nature et Traditions », *Les Cahiers du CEVIPOF*, n° 28, pp. 2-90.