

ment de milliers de personnes à l'autre bout de la France ou de l'Europe, animer le stade, contenir les troupes, c'est effectivement devenu un métier à part entière. "Il ne faut pas se leurrer, il y a eu des dérives, il y en a encore parfois, mais il ne faut pas non plus fantasmer sur ce que nous sommes, ajoute Magali Martinez, vice-présidente des Fankees Nord. Ceux qui viennent avec de mauvaises intentions, on les repère vite, et ils ne restent pas longtemps."

S'ils ont pour point commun la passion pour l'OM et Marseille, l'histoire de chaque groupe diverge et quand les uns se disent bon enfant, les autres avancent un discours plus fondamentaliste, soucieux de souligner leur indépendance vis-à-vis des instances dirigeantes de l'OM. Autrefois, on allait enfanter aux "populaires", jeune dans les virages, puis à l'âge aidant, on se déplaçait d'une saison sur l'autre en quart de virage, dans les tribunes Ganay et enfin à Jean-Boutin. Désormais, on prend sa carte d'abonnement de tel ou tel groupe en fonction de sa philosophie. S'ils n'ont pas forcément d'atomes crochus, si les tentatives de fédération ont toutes échoué, les supporters finissent toujours par se retrouver, unis dans la victoire, comme dans la défaite. La saison prochaine, 20000 des 26000 abonnés des virages devront se côtoyer dans les tribunes Ganay, durant tout l'automne, travaux du Vélodrome obligeant. "On se demande surtout comment on va choisir les 3000 qui resteront dans chaque virage", s'interroge Corinne Cataldo des Dodgers. Le futur stade, qui devrait être livré en 2014 en vue de l'Euro2016, suscite des inquiétudes plus profondes chez les supporters. Car dans une enceinte modernisée, avec une capacité de 67000 places, l'OM pourrait bien être tenté de récupérer la gestion directe des abonnements et pratiquer des tarifs bien moins avantageux que les 180 € actuels des virages. "Rien ne les empêche de le faire, reconnaît Rachid Zeroual. Mais honnêtement, si on n'avait pas été là, vous croyez qu'il y aurait eu grand monde de au stade, cette année ?"

Supporter, c'est cher

Où fait-il mieux vivre quand on est supporter d'un club de Ligue 1 ? Selon *L'Équipe*, l'OM est mal placée question budget requis par match avec 114,50€ (place, sandwich, boisson), contre 72,49€ à Auxerre. Pour l'accès aux infos (retransmissions télé, suivi des télé, radio et sites locaux) l'OM arrive en tête devant Lyon et Bordeaux.

Pourquoi les groupes de supporters sont "une chance"

Sociologue à l'Université de Caen, Ludovic Lestrelin a étudié en profondeur le phénomène de supporterisme. Il donne sa vision sur les groupes marseillais.

Quelle est la place des supporters aujourd'hui dans le paysage du football français ?

"Depuis les années 1980, le football a connu de gros bouleversements avec la circulation intense des joueurs, dirigeants, entraîneurs, et même des capitaux. Les groupes de supporters se sont alors posés comme les seuls éléments stables autour des clubs, autrement dit comme garants de la mémoire et de l'identité des clubs, du côté populaire du football. À Marseille, la dimension est d'autant plus exacerbée que les groupes se sont structurés, finement organisés, avec la mainmise sur la billetterie. Les supporters se posent un peu comme un syndicat, un groupe de pression défensif sur les "acquis", qui négocie les tarifs bon marché dans les virages et s'autorise des discours critiques vis-à-vis des instances dirigeantes."

de Nord. Avec les travaux, il y a une crainte de perte de contrôle, que les supporters soient dépossédés de leur espace d'expression, d'expérience du soutien et du rapport passionnel avec le club. Car au-delà des enjeux économiques, le stade est un lieu chargé d'émotions, de symboles, où chacun développe un rapport personnel très intense."

"Il y a chez les supporters, une forme d'apprentissage de l'action collective. Expérimentés, ils savent user de modes plus conventionnels pour protester."

Pour protester contre les mauvais résultats de l'équipe, les groupes ont entraîné des "grèves". On est loin des débordements physiques à l'encontre des joueurs d'il y a une dizaine d'années...

"Il y a une forme d'apprentissage de l'action collective. Certains groupes sont là depuis les années 1980, ils ont acquis de l'expérience et savent user de modes plus conventionnels pour manifester leur mécontentement. Ajoutez à cela qu'on est dans un environnement extrêmement répressif où le moindre écart est très vite sanctionné. Et les responsa-

Le 23 avril dernier, la victoire face à Lyon (1-0) au Stade de France a permis à l'OM de conserver la Coupe de la Ligue, et aux supporters de faire la fête, seul fait marquant de cette saison 2011/2012.

bles des groupes de supporters ont bien conscience des conséquences possibles avec le couperet de la suspension, voire de la dissolution de l'association, sanctions qui ont déjà été appliquées à Nice, au PSG... Si les débordements vont trop loin, l'enjeu est fort. Pour les associations qui comptent 5000 membres, sont propriétaires de locaux, ont des salariés, le jeu n'en vaut pas la chandelle."

Les supporters ont-ils le pouvoir ?

"Le serait assez prudent sur ce thème, mais il est évident qu'on peut avoir une lecture politique des groupes, dans le sens où il y a des rapports des pouvoirs, qui se jouent autour des clubs, opposant dirigeants, joueurs, supporters. Le supporterisme, ce n'est ni une activité de loisir, ou menaçante avec de la violence,

Remparts contre "la disneylandisation du foot"

Christian Bromberger, ethnologue, auteur en 1995 de *"Le match de football, Ethnologie d'une passion parisienne à Marseille, Naples et Turin"*, voit dans les groupes marseillais "certaines importantes rivalités notamment entre *Winners* et *Ultras*, chacun disant de l'autre qu'il a vendu son âme au diable." Pour le chercheur, "le *PCF* et la paroisse étaient autrefois les deux grandes institutions de socialisation des jeunes adolescents. Les clubs de supporters ont pris le relais. On vient y défendre l'honneur, faire preuve de sa virilité. Si les femmes sont présentes, on leur confie le plus souvent des tâches d'organisation." Les groupes sont désormais si structurés que la question du supporterisme autonome est posée. "La politique des instances du football consiste à embourgeoiser le sport, à faire du «tout assis». Elles veulent aseptiser, familiariser, disneylandiser le foot, ce que les supporters rejettent bien sûr avec force."

mais c'est de l'engagement, de la participation active dans la vie du club. On a beaucoup de progrès à faire pour concevoir autrement le supporter, qui n'est pas un beauf mais à un cerveau, sait analyser, construire un discours qui mérite d'être écouté. À mon sens, même s'il y a parfois des effets pervers, c'est une chance d'avoir des groupes aussi bien structurés, pour la forme de stabilité qu'ils apportent dans les tribunes. Ils jouent un rôle de régulation sociale dans et en dehors des tribunes, en diffusant un certain nombre de règles, de comportements qui font que tout n'est pas possible dans et hors stade."

Ludovic Lestrelin est l'auteur de "L'autre public des matchs de football, sociologie des supporters à distance" de l'OM (éd. EHESS), et a participé en 2010 au "Livre vert du supporterisme".

EN COULISSES

Les secrets des bâches et banderoles



Le maître-voilier de la Pointe-Rouge, Michel Gendron, est régulièrement sollicité par les clubs de supporters.

O avril 1998, l'OM reçoit le PSG pour un match au sommet. Ericsson, le sponsor d'alors, veut marquer le coup en s'associant avec les supporters. Pour la première fois, un tifo s'empare de la totalité de Ganay, fraîchement livré cinq mois plus tôt. Un maillon géant recouvre toute la surface de la tribune. Une œuvre financée par Ericsson, composée de patchwork de tissus, et réalisée par Sun Sails voilerie à la Pointe-Rouge. Depuis ce jour, le maître-voilier est régulièrement sollicité par les supporters pour concevoir des voiles et autres bâches. "Nous avons déjà travaillé pour le *Handi Fan Club*, les *MTP*, les *Winners*, les *Ultras*, et nous venons d'achever une commande des *Dodgers*", explique Maguy Da Silva. Davantage portée sur le foot que son compagnon Michel Gendron, l'artisan de l'artisan régatier n'est pas peu fier d'admirer le travail accompli, présenté dans l'écrin du Vélodrome. Si l'investissement est conséquent pour les groupes - il faut compter 12000€ la bâche de 700m² avec beaucoup de dessins - il demeure plus économique qu'une réalisation en imprimé. D'autant que les normes de sécurité imposent très souvent des bâches ignifugées. Plus prompt à réagir à l'actualité, le fait main attire pourtant toujours. "Nos jeunes aiment bien faire les banderoles, souvenir Magali Martinez, la vice-présidente des *Yankees*. Pour les occasions spéciales, on nous ouvre un hall du parc Chanot, avec les autres groupes de supporters." Un large rouleau de film plastifié bleu, du papier noir découpé et collé en forme de lettres, et le tour est joué chez les *Dodgers*, qui peuvent multiplier les messages à l'envi à l'intention des joueurs et dirigeants... "enfin, quand on ne nous conspire pas !" insiste Corinne Cataldo, membre du groupe qui "regrette qu'aujourd'hui toutes les banderoles soient examinées en amont par la direction du club, qui se réserve le droit d'arracher ce qui ne lui convient pas."