Zeitschrift: Mobile : la revue d'éducation physique et de sport

Herausgeber: Office fédéral du sport ; Association suisse d'éducation physique à l'école

Band: 2 (2000)

Heft: 4

Artikel: Les supporteurs en crise!

Autor: Pfister, Patrick

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-996127

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 06.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Supporteurs en grève: les causes du malaise sont profondes.

Football et mondialisation

Les supporteurs en

Le football n'a pas échappé à la mondialisation et aux tendances de fond qui ont modifié notre société au cours de ces quinze dernières années: développement de nouvelles technologies, constitution de grands groupes commerciaux, instauration de la libre entreprise et de la logique du profit comme modes de pensée unique, américanisation de la culture et émergence du sport-spectacle.

Patrick Pfister

Les tensions et crispations qui lézardent aujourd'hui la société civile se reflètent également dans les comportements des supporteurs, comme nous le montrent les trois exemples suivants.

Marseille, ou la logique du grand capital

Après les années Tapie, l'Olympique de Marseille a été racheté par Robert Louis-Dreyfus. Le grand patron d'Adidas a désigné le Jurassien Yves Marchand pour donner des structures solides à un club qui a pour ambition de devenir un grand club européen dans les quatre à cinq ans à venir. Pour ce faire, les investissements consentis doivent être optimisés et l'OM réaliser des profits. Un discours cohérent de la part d'hommes d'affaires qui entendent mener le club comme une grande entreprise. Mais cette logique de grand capitalisme s'est heurtée à la sensibilité et aux intérêts du petit peuple marseillais et des groupes de supporteurs reconnus – les ultras –, en particulier sur deux points essentiels: le contrôle des abonnements du stade ainsi que celui des produits dérivés (écharpes, maillots, etc.), qui sont devenus une source de revenus essentielle dans le budget d'un club. Les grands discours sur la nécessité de préserver l'identité marseillaise du club face aux «biznessmen» parachutés depuis la capitale,

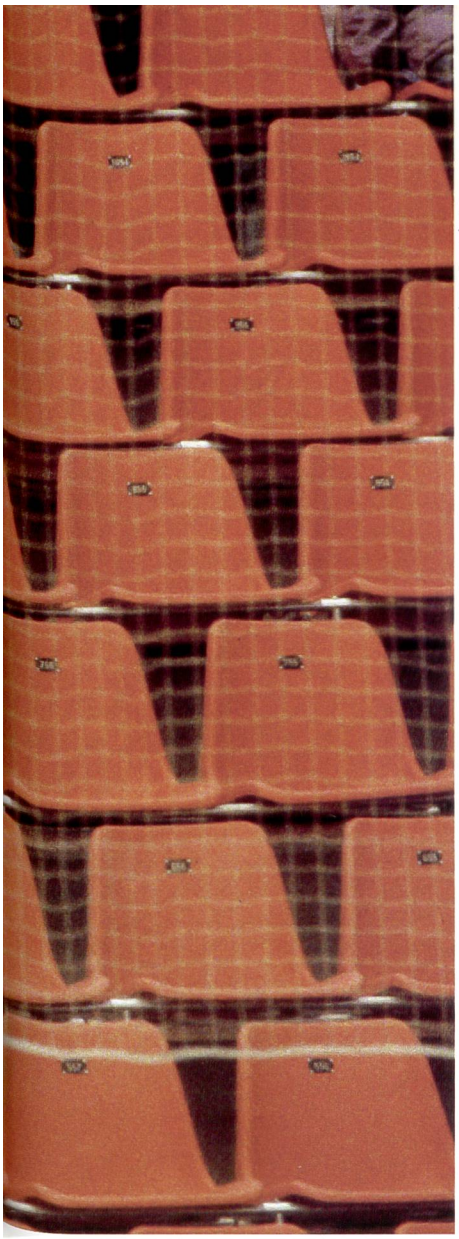

Photo: Daniel Käsermann

crise!

les échauffourées de la saison passée (certains joueurs ont été molestés par des ultras) masquent une sourde lutte d'intérêt pour le contrôle économique de certains secteurs névralgiques du club. Mais l'exemple de l'OM a le mérite de poser la question cruciale de la participation, de l'intégration du supporteur au fonctionnement de son club, de sa place et de son rôle dans un système qui tend à le marginaliser et à le réduire au statut de simple consommateur.

Servette, ou le déplacement des centres de décision

Ce conflit entre public et dirigeants-promoteurs-investisseurs étrangers à la culture sportive locale s'est manifesté chez nous également, à Genève. On se souvient que le Servette FC, au fond du gouffre financièrement parlant, a été racheté par le groupe médias Canal+. Même si la pérennité financière du club est ainsi désormais assurée, le sang des supporteurs grenat n'a fait qu'un tour l'automne passé, lorsque Gérard Castella, l'entraîneur genevois du club, fut limogé peu après avoir mené le club au titre national. Pourquoi? Parce qu'ils ont été heurtés par une décision de promoteurs étrangers, dont le point de vue parisien n'obéissait qu'à une stratégie globale de groupe sans prise en compte des sensibilités locales. Dans le fond, leur colère n'a été que l'expression naturelle de leur impuissance lorsqu'ils comprirent que le Servette ne leur appartenait plus, de même qu'une entreprise rachetée par un concurrent plus puissant n'appartient plus au patrimoine de la communauté dans laquelle elle s'est développée. Avec, dans les deux cas, le même sentiment de frustration et le besoin d'affirmer une identité propre face à un monstre économique froid et désincarné. En résumé, du point de vue genevois, Canal+ est un peu à Servette ce que Feldschlösschen a été, dans une optique fribourgeoise, à Cardinal.

« Servette, le club des Genevois? »

Lens, ou la crise des valeurs

La grève des supporteurs, le public du RC Lens, champion de France 1998, y a aussi recouru, à l'instar de son homologue genevois. Solidement enraciné en pays minier, le club du Nord a intégré dans son discours les valeurs des «gueules noires», d'une société ouvrière traditionnelle, et se réfère constamment aux valeurs de travail, d'humilité, de générosité, de solidarité, de droiture et de respect. Ce transfert de valeurs entre la mine et le stade contribue d'autant plus à façonner l'identité du club nordiste que le secteur minier a cessé toute activité. Or, après le titre décroché en 1998, le RC Lens s'est retrouvé plongé du jour au lendemain dans les affres du foot-business. L'effectif de l'équipe a été remanié en profondeur. De nombreux nouveaux joueurs sont arrivés, plus soucieux de négocier leur salaire à la hausse et des clauses libératoires dans leur contrat que de défendre le maillot des Sang et Or. Conséquence? Quand les résultats ne suivirent pas, le jugement du public tomba, abrupt et péremptoire: «Tous des mercenaires!» Et comment ces joueurs Kleenex, caricatures du nouveau travailleur, flexible, interchangeable et soumis aux contraintes du système en contrepartie de son rapide profit personnel, pourraient encore comprendre ce que sont la fidélité au club et l'amour du maillot?

« L'OM, club de foot ou machine à fric? »

« En quoi les mercenaires du Racing de Lens expriment-ils nos valeurs? »

Supporteur, citoyen, même combat

Ces trois exemples montrent à quel point le supporteur vit lui aussi une réalité et des problèmes qui nous interpellent tous aujourd'hui en tant que citoyen et travailleur confronté aux enjeux de la mondialisation de l'économie: suis-je encore partie prenante du système, et si oui, à quel titre? Est-ce que j'adhère à un système économico-financier qui ne respecte plus les identités locales ni régionales? Les valeurs que mes parents m'ont inculquées ont-elles encore un sens face à un nouveau système économique sans morale, qui n'a que la recherche immédiate et individuelle du profit à proposer?

Certains ont développé leur fonds de commerce en profitant systématiquement de ces doutes, en tablant sur la peur de la marginalisation et de l'exclusion, en prônant le repli identitaire, en exacerbant la crainte de l'autre, en exaltant, enfin, les sacro-saintes valeurs de la Terre, du Travail et de la Famille. Ceux-là, nous les connaissons. En tant qu'amateur de sport, nous ne pouvons tolérer les manifestations de racisme et les slogans extrémistes qui se banalisent dans les gradins des stades. En tant que citoyen, il appartient à chacun d'entre nous de se mobiliser contre les formes insidieuses de fascisme qui se cachent dans les discours populistes que l'on peut entendre chaque jour dans la bouche de certains politiciens et dans les conversations du Café du Commerce. m