

Le public du football

Les spectateurs des stades de football se regroupent comme dans la vie.

Un pour tous, tous pour un : la devise semble s'appliquer à la foule réunie dans les gradins d'un stade pour soutenir son équipe de football favorite. La réalité est plus nuancée : les différences de statut entre les spectateurs ne s'effacent pas devant la joie d'être ensemble et la mobilisation contre l'adversaire. Chaque secteur des gradins, des virages situés derrière les buts aux tribunes et loges centrales, forme un territoire où s'ancre une identité particulière qui s'exprime, plutôt qu'elle ne se dissout, dans l'effervescence collective. Ces territorialisations ne dépendent pas que du prix des places : elles s'organisent selon une combinaison complexe de critères. Les deux principaux sont les différences de statut dans la vie ordinaire et une hiérarchie propre au militantisme sportif.

Depuis le milieu des années 1980, l'occupation des virages s'est profondément modifiée dans les stades français. Ces espaces réunissaient naguère un public de tous âges, d'origine populaire. Ils sont devenus le fief de groupes de jeunes supporters, démonstratifs et belliqueux. Une évolution analogue s'était déjà produite en Angleterre dans les années 1960 et en Italie dans les années 1970. Cette nouvelle appropriation et les rites qui l'accompagnent correspondent à l'autonomisation de la population jeune, à l'allongement de la durée de la jeunesse dans notre société et au regain virulent du chauvinisme qui se substitue, en cette fin de siècle, à l'allégeance aux grandes idéologies universalistes.

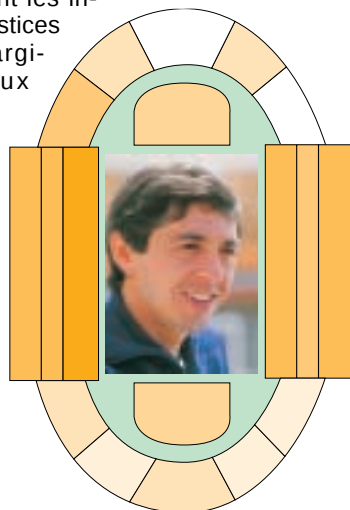
Ces virages, désormais juvéniles, ne forment toutefois pas un univers homogène. Les groupes de supporters d'un même club, reflétant des différences d'origines sociale et résidentielle, se livrent une farouche concurrence pour imposer leur hégémonie dans le stade et être considérés comme les porte-parole légitimes de la «cause».

À Naples, le virage A regroupe des jeunes issus des banlieues désindustrialisées et des quartiers populaires de la ville, le virage B un public tout aussi juvénile, mais plus diversifié socialement, avec des étudiants et des lycéens. À Mar-

seille, la géographie sociale de la cité se projette *grosso modo* sur celle du stade. Le virage Nord est occupé par une cohorte bruyante, désordonnée et facétieuse, venant majoritairement des quartiers et banlieues populaires du Nord de la ville. Ce public, comprenant nombre de fils d'immigrés maghrébins, est fortement conscient de ce qu'il représente dans le stade et dans la cité. L'origine sociale et résidentielle du public du virage Sud est plus diverse, une forte proportion de jeunes supporters provenant des quartiers méridionaux et péri-centraux de la ville, et des couches moyennes de la population.

LUTTES TERRITORIALES

La répartition du public des virages reflète aussi la hiérarchie entre groupes de supporters, qui se répartissent du centre, l'espace le plus visible, vers les marges ou le bas du virage en fonction de leur importance relative. Souvent, dans les stades italiens, une «vieille garde», composée des plus de 25 ans, flanque le commando des jeunes militants. Les groupes nouveaux, encore peu développés, occupent les interstices marginaux



du virage, puis, au fil de leur croissance, se livrent à une farouche compétition territoriale avec leurs voisins pour conquérir l'espace central, le plus prestigieux.

Au-delà du phénomène «jeunes», les modes de fréquentation du stade scandent les principales étapes du destin masculin. Les premiers apprentissages se déroulent dans les tribunes ou sur des gradins calmes, sous la houlette d'un père ou d'un oncle, initiateurs vigilants, prolongeant discussions et commentaires lors des repas familiaux. À l'adolescence, les garçons gagnent «leur» virage par grappes turbulentes de bandes de copains. Fiançailles et mariage introduisent une rupture temporaire dans le cycle de cette sociabilité masculine : accompagnatrices plus ou moins résignées, les jeunes femmes paient, pendant quelques mois, leur tribut sentimental à la passion de leur conjoint qui tente, dans un coin de stade, à l'écart du tumulte, une improbable conversion au fait sportif. À cet intermède galant succèdent, à l'âge mûr, de nouvelles formes de sociabilité masculine dans les gradins des tribunes, celles des «collègues» de travail, des relations de bar, des beaux-frères, des anciens camarades de classe.

Chaque nouvelle forme d'occupation de l'espace du stade matérialise un rite de passage sur le chemin d'une histoire d'homme. Au terme de son existence et de promotions successives, peut-être le supporter aura-t-il fait le tour du stade, comme si l'anneau des gradins symbolisait la boucle de la vie...

Christian BROMBERGER, CNRS, Laboratoire d'ethnologie méditerranéenne et comparative, GDR Sport



Les cartes de popularité d'Alain Giresse (à gauche), petit patron sur le terrain, et de Joseph-Antoine Bell (à droite), gardien camerounais spectaculaire, dans le public de l'Olympique de Marseille en 1987, sont presque le négatif l'une de l'autre (la popularité est d'autant plus grande que la couleur est intense). Le premier est apprécié dans les tribunes, qui regroupent les spectateurs adultes, tandis que le second jouit d'une aura maximale dans le virage Nord (en haut), qui regroupe un public jeune, cosmopolite et turbulent.

L'urbanisation de la montagne

Les Jeux olympiques d'hiver ont bouleversé l'aménagement des vallées alpines.

Les Jeux olympiques modernes sont des événements qui exacerbent la compétition et le spectacle du sport. Ils bouleversent aussi l'urbanisme, bousculent l'organisation régionale, et déstabilisent la société locale ensevelie sous les touristes. En 1968, les Jeux d'hiver de Grenoble représentent un tournant dans l'aménagement des vallées alpines : ces jeux consacrent les sports d'hiver comme sports de masse et la montagne devient un terrain de jeu pour les habitants des villes.

En 1924, lorsque se tiennent les premiers Jeux d'hiver de l'histoire de l'olympisme, les sports d'hiver sont à leurs débuts, peu outillés et réservés à une clientèle riche. Les épreuves sont encore pétries de l'amateurisme fondateur. La station de Chamonix a acquis une réputation internationale de « capitale » à la fois des montagnards (les guides) et des mondains (les hivernants). Les Jeux confirment un mode de colonisation de la montagne limité à des interventions physiques superficielles. La montagne est encore pour les urbains un espace mystérieux et dangereux. Les sports d'hiver sont à pratiquer avec prudence comme l'étaient les sports nautiques dans les stations balnéaires quelques décennies plus tôt.

On attribue la domination scandinave à la pratique quotidienne, « naturelle », du ski. Dès lors, la conclusion qui s'impose de confier le ski aux montagnards va colorer jusqu'à nos jours l'idéologie des sports de montagne.

GRENOBLE, CENTRE URBAIN

Près d'un demi-siècle plus tard, en 1968, Grenoble, une ville de plaine, industrielle de surcroît et qui, jusque là, s'était peu intéressée à la montagne, va décider du destin du domaine alpin. Jusqu'aux années 1950, le tourisme était perçu comme une ressource, non négligeable mais accessoire, de l'économie paysanne. Dans le contexte des « trente glorieuses » le tourisme des sports d'hiver se développe rapidement et l'« or blanc » attise les convoitises des promoteurs immobiliers. L'intense diffusion médiatique des jeux de Grenoble installe durablement les sports d'hiver parmi les sports de grande consommation.

L'aménagement du territoire du Dauphiné est conduit dans le droit fil de la logique gaullienne : un centre, la ville de Grenoble, et des satellites, les stations de montagne, un puissant réseau de com-

munications, les moyens financiers et réglementaires de l'État, une gestion technocratique. Dans cette doctrine, la montagne devient une annexe de la ville.

L'installation des épreuves de plein air (ski, saut, luge, ski de fond et bobsleigh) sur les sites alpins des stations de sports d'hiver, englobe la montagne dans un territoire sous influence urbaine et crée une « aire métropolitaine » capable de résister à l'influence de la grande concurrence régionale comme celle de la ville de Lyon.

En 1992, à Albertville, le contexte a changé. Les organisateurs des jeux, Michel Barnier et Jean-Claude Killy, jouent la carte régionale, et ce d'autant plus facilement qu'en Savoie aucune ville n'a une importance comparable à Grenoble dans le Dauphiné. L'organisation n'est plus celle du centre et des satellites mais du réseau et de l'ouverture. L'essentiel des investissements est consacré aux infrastructures ferroviaires et à l'amélioration des voies routières : l'objectif premier est le désenclavement des territoires montagnards pour ouvrir le massif alpin français sur l'Europe. Par rapport aux Jeux de 1968, la montée de la pression écologiste adoucit les conditions d'implantation des installations sportives et de l'hébergement.

Les trois Jeux olympiques d'hiver organisés en France montrent des préoccupations constantes : l'équipement de la montagne, le développement de la consommation de la nature par les populations urbaines et, en corrélation, la modification des espaces naturels. C'est dans la mise en œuvre que l'on constate des différences : la « tête de pont » colonisatrice de Chamonix, le « tout urbain » centralisé de l'aménagement à Grenoble et le réseau de sites à Albertville.

Claude PRELORENZO,
École d'Architecture de Versailles



Les stations de sports d'hiver (en vert) qui entourent Grenoble ont été construites ou agrandies grâce aux Jeux olympiques de 1968.

Cet événement marque la transition entre l'usage rural de la montagne et son aménagement pour les citadins.

