

Identités de club, imaginaires et territoires dans la PQR

Julien AUBOUSSIER

Doctorant ATER
Membre de l'équipe
de recherché ELICO (EA 4147)
auboussier_julien@hotmail.com

Un derby Lyon-Saint-Étienne, c'est
« quelque chose. L'ambiance a toujours
été tendue. Quelqu'un qui vient de
l'extérieur ne peut pas comprendre... Soixante
kilomètres, c'est trop près. » (Raymond
Domenech, joueur lyonnais, 5 septembre 1989,
Le Progrès de Lyon)

Le club de football s'inscrit dans un contexte local où s'agitent de nombreux acteurs. L'environnement d'un club est ainsi constitué de ses dirigeants, de ses joueurs, de ses publics, de ses partenaires commerciaux, des pouvoirs publics locaux et, bien entendu, d'un vaste réseau médiatique qui mêle journalistes sportifs et généralistes, locaux et nationaux, etc. C'est donc à travers une interaction dynamique entre différents acteurs en lutte pour l'imposition du sens que se construit la représentation identitaire d'un club.

Nous nous attachons, dans un premier temps, à la contribution d'un acteur spécifique, le quotidien *Le Progrès de Lyon*¹, à la configuration du conflit sportif opposant les deux clubs phares de la région Rhône-Alpe : l'Olympique Lyonnais (OL) et l'Association Sportive de Saint-Étienne (ASSE). L'ASSE fut du début des années 1960 jusqu'au début des années 1980 le grand club du football français cumulant 10 titres de champion de France. La réussite du club sur la scène européenne entraîna une vague d'enthousiasme pour le football stéphanois dans l'ensemble du pays. Depuis, et malgré de pauvres résultats, le club profite d'un attachement populaire que son rival et

voisin l'Olympique Lyonnais continue à lui envier. De son côté, la ville de Lyon, métropole aux prétentions européennes, ne disposa longtemps que d'une très modeste équipe de football. Ce n'est qu'à la fin des années 1990 que l'OL parvient à intégrer l'élite du football français. Le club impose alors sa domination sur le championnat avec, depuis 2002, sept titres de champion consécutifs. La proximité géographique des deux villes – Lyon et Saint-Etienne que seulement 60 km séparent – fait de ce match un *derby*, c'est-à-dire un match qui cristallise les rivalités. Souhaitant étudier la contribution de la presse locale aux identités des clubs, ce match constitue donc un d'objet d'analyse privilégié.

Mais, au-delà de la configuration médiatique de l'opposition sportive, il s'agit, dans un second temps, d'interroger les stratégies discursives de patrimonialisation du *derby* à l'œuvre dans *Le Progrès de Lyon*. En effet, les discours diffusés lors de chaque *derby* semblent dépasser largement la seule visée informationnelle du discours de presse pour s'inscrire dans des stratégies de promotion d'une spécificité locale (ou, du moins, revendiquée comme telle).

Le corpus est constitué par l'ensemble des discours parus dans le *Progrès de Lyon* accompagnant les *derbys* depuis 1989, date de la remontée dans l'élite du football français de l'Olympique Lyonnais. Ce sont ainsi 27 *derbys* qui sont pris en compte. Ont été consultées pour chacun d'eux la semaine précédant et la semaine succédant le match.

Identité et récit sportif : dialectique Nous/Eux dans la presse locale

L'information sportive diffusée par la presse régionale constitue une rupture dans l'idéal d'objectivité qui a cours dans le reste du journal. En effet, en privilégiant un idéal de proximité, le contrat de lecture propre à la presse régionale institue les journalistes en « militants sportifs ». Afin de répondre à la visée de captation d'un lectorat local, les journalistes inscrivent le sentiment de « partisanerie² » au cœur de l'information sportive. En effet, comme le note Paul Veyne en évoquant le dispositif du spectacle sportif : « *Ne faut-il pas en effet penser un match ou un concours comme un système sémiotique tel que, si l'on prend partie pour un camp, alors le système fonctionne à plein, on y prend plus de plaisir que si l'on comptait les coups avec détachement³* ». La partisanerie impliquée par la recherche de proximité encourage ainsi la presse régionale à inscrire ses discours dans une dialectique *Nous/Eux* qui repose sur l'idée de « communauté imaginée⁴ » c'est-à-dire sur un processus d'identification collective se référant à un groupe abstrait. Le statut de « militant sportif » ne se définit

alors pas uniquement par la proximité qui lie journaliste et lecteurs ; il se définit aussi par une appartenance commune. Loin de n'être que le relai de l'opposition, le journaliste sportif local « choisit son camp » et intègre donc la « communauté imaginée » que ses propres discours contribuent à constituer.

C'est qu'en effet un *Nous* et un *Eux* ne peuvent s'opposer qu'à condition de leur attribuer des caractères propres à les opposer. C'est donc en inscrivant la rivalité sportive au sein de l'opposition identitaire que se dresse le théâtre sportif, que se structure l'imaginaire de l'opposition. L'identité, relayée par les informations diffusées, offre une consistance symbolique aux acteurs sportifs en les inscrivant au cœur d'un imaginaire dans lequel « se retrouvent » les publics réels ou médiatiques. Une identité locale sportive apparaît « *comme le résultat d'agrégations cohérentes de traits, de propriétés matérielles et sociales, constituant de véritables systèmes et fonctionnant comme signes de reconnaissance*⁵ », avancent ainsi Thierry Terret et Bernard Michon ; inscrivant de la sorte les identités dans une problématique de la reconnaissance. Plus qu'une ressource, les identités de club sont la condition même de la dimension narrative du récit médiatique et de sa cohérence. Par les informations qu'elle diffuse lors de chaque *derby*, la presse contribue largement à structurer le conflit identitaire qui oppose les deux clubs de la région.

Presse locale et clivage sportif : deux villes mises en scène

Pour *Le Progrès de Lyon*, le *derby* constitue un événement considérable. Principale illustration : sa capacité à perturber, deux fois l'an, le dispositif du journal. La visibilité offerte au *derby* au sein des pages « Sport » est ainsi rythmée par un décompte des jours qui précèdent le match (J – 6, J – 5, etc) et illustrant une durée de vie de l'événement inhabituelle pour une rencontre du championnat de France. Certaines années, « Le *derby* » s'impose même comme titre rubrique, instituant le match comme référent social à l'échelle régionale. De nombreuses et éphémères sous-rubriques apparaissent (« Les Échos du *derby* », « La fabuleuse histoire du *derby* », etc.), ainsi que des encadrés quotidiens (« La phrase du jour », « Le souvenir du jour », etc.). Loin de perturber l'unité de la narration, ce fractionnement sémio-discursif de la page conduit à « reraconter » constamment la même histoire, celle de deux clubs que de nombreuses caractéristiques identitaires opposent au sein des discours du *Progrès de Lyon*.

Le football constitue un support pour la représentation d'une ville. Discursivement, le procédé métonymique qui rend interchangeable le nom des clubs et le nom des villes (Olympique Lyonnais et Lyon, Association Sportive de Saint-Étienne et Saint-Étienne) rend compte de cette réalité. Si cette métonymie relève avant tout d'une facilité de langage assez répandue, reste qu'elle illustre clairement l'assimilation du club à la ville. Le *derby* rhônalpin ne relève donc pas seulement d'un affrontement entre l'ASSE et l'OL : c'est aussi Saint-Étienne qui défie Lyon. Et inversement. Aussi évident soit-il, c'est ce procédé métonymique qui permet d'inscrire l'opposition sportive au sein d'oppositions non spécifiques à l'espace social du sport ; c'est ce procédé métonymique qui favorise la superposition de logiques sociales, culturelles et politiques caractéristiques aux deux espaces urbains à la logique sportive.

En effet, loin du « *bavardage sportif* » évoqué par Umberto Eco (discours phatique, dépolitisé et dépolitisant), le discours sur le sport est l'occasion de parler de bien d'autres choses que de sport. À ce titre, l'opposition entre deux clubs du Championnat de France de football est souvent l'occasion d'opposer deux traditions, le présent au passé, la capitale à la province, le nord au sud, le riche au pauvre, etc. Autant de jeux d'oppositions qui dépassent largement le cadre sportif et qui constituent le relai de modes de perception partagés de la réalité sociale. Autrement dit, loin d'être un espace de production symbolique autonome, le football apparaît comme un espace de reprise, de ré-articulation ou encore d'amplification d'oppositions déjà reconnues dans le reste du monde social.

Largement inscrit dans un tel jeu d'oppositions binaires, le *derby* rhônalpin incarne des imaginaires structurants de la société française. Longtemps, le football offre à Saint-Étienne une belle occasion de contester une suprématie lyonnaise qui s'affirme dans l'ensemble des secteurs non sportifs (culturel, économique, politique, etc.). Par ses résultats et l'engouement suscité, le club stéphanois dépasse largement la médiocre équipe lyonnaise jusqu'à la fin des années 1980.

Depuis la toute fin des années 1990 et avec la suprématie actuelle de l'Olympique Lyonnais sur le Championnat de France, la tendance est largement inversée et le stade de football n'est plus l'espace salvateur qu'il fut durant des années pour la cité stéphanoise. Cette évolution a renforcé un cadre d'interprétation récurrent au sein de l'information sportive : celui de David contre Goliath. Ce cadre permet de réactiver les oppositions qui prévalent à l'articulation symbolique des deux villes. Histoire, culture, caractéristiques sociologiques, etc., offrent alors aux discours de la presse locale d'importantes ressources pour

structurer et relayer l'affrontement sportif. Le survol des discours des 20 dernières années portant sur le *derby* permet ainsi de distinguer plusieurs oppositions dont la redondance conduit à leur assigner un caractère d'évidence au sein des discours du *Progrès de Lyon* :

- Lyon la bourgeoise/Saint-Étienne la prolétaire
- Métropole nationale/« Simple » chef lieu de la Loire
- Modernité, avenir/Nostalgie d'un âge d'or
- Prétention européenne/Ambition nationale
- Club commercial/Club familial
- Nouveau public /Fidélité du public
- (volatile et « froid »)/(connaisseur et « chaud »)

À titre d'exemple, en 2000 : « *Saint-Étienne-Lyon est unique. Ce match n'est ni une invention de journaliste, ni spécialement monté en épingle. Il est un grand derby entre deux clubs et deux villes à la fois éloignés et très proches. Proches géographiquement. Éloignés parce qu'il y a un monde entre Saint-Étienne et Lyon, de par la taille respective des deux cités, de par les caractéristiques socioprofessionnelles des deux villes* » (6 septembre 2000).

Ou encore en 2004 : « *Le derby a traversé les époques, mais toujours la frontière virtuelle entre le 69 [département du Rhône] et le 42 [la Loire] aura signifié la plongée dans un autre monde. Entretien par des petites phrases quelque fois assassines de joueurs qui n'étaient pas encore aussi responsables de leurs mots qu'aujourd'hui, la rivalité est devenue au fil des ans plus que sportive, sociale et politique* » (3 octobre 2004).

En termes d'origine énonciative, notons que les journalistes ne sont pas les seuls – loin s'en faut – à relayer l'opposition identitaire. Ils profitent du fait que les joueurs peuvent, eux aussi, relayer l'opposition à travers leurs déclarations à la presse (« *Lyon est une grande ville. Alors nous, la petite ville de Saint-Étienne, allons faire l'exploit* » (un joueur stéphanois en 1995).

Enfin, dans une stratégie de justification par l'expertise de leurs discours, les professionnels de l'information mobilisent régulièrement, à travers du discours rapporté, la parole de spécialistes (sociologues, géographes, etc.) : « *Alors que Lyon a une histoire ancienne, Saint-Etienne est une ville récente, une cité Far-West qui s'est développée à partir de 1830* », explique Jacqueline Boyer, directrice de l'Institut d'Études régionales et patrimoniales de l'Université de Saint-Étienne. « *Saint-Etienne, fille de la révolution industrielle, n'a pas eu d'aristocratie, pas d'équivalent d'Ainay [autrefois quartier religieux de Lyon] et pas de bourgeoisie, catholique ou non. C'est la mine et le football qui ont servi de religion et de creuset social.*

La population stéphanoise a conservé un fond rural et populaire, laboureur et peut-être moins éclairé » (26 février 2005). Nous pourrions également citer des extraits de l'article du 9 décembre 2005 titré « Quand derby rime avec sociologie ».

Le caractère figé des formes par lesquelles s'exprime l'opposition entre les deux clubs et les deux villes semblent relever de la stéréotypie. Jouissant d'une bien mauvaise réputation, le stéréotype est généralement relevé pour être aussitôt condamné (pensons à l'étude des stéréotypes raciaux ou sexuels).

Pourtant, insiste Ruth Amossy⁷, loin de n'être qu'un instrument de stigmatisation, le stéréotype comme « prêt-à-porter de l'esprit » revêt un rôle non négligeable, d'une part, dans la cognition sociale (il est un cadre d'interprétation qui se distingue simplement par un degré de figement et de simplification élevé) ; d'autre part, dans la constitution des identités sociales (adhérer aux stéréotypes attachés à sa communauté peut être une façon d'affirmer son appartenance et de la valoriser). Cette réhabilitation du stéréotype semble être pertinente dans le cadre de l'analyse des discours de presse sur le *derby*.

Ces représentations figées des deux clubs contribuent, en effet, premièrement aux identités nécessaires au récit sportif, deuxièmement à l'instauration d'un *Nous* communautaire propre à la région lyonnaise. Enfin, dans notre perspective, ajoutons que le recours aux stéréotypes locaux et à quelques éléments du parler local apparaît comme un procédé discursif à même de rétablir un lien club/territoire que le football contemporain tend à distendre. Ainsi, le terme *gone* (« gamin » dans le parler lyonnais) continue à désigner les joueurs de Lyon, quelle que soit leur origine contribuant ainsi à ce que Jean-Michel Faure et Charles Suaud⁸ nomment « *l'illusion du local* ».

Notons, par ailleurs, que les identités de clubs relayées par la presse régionale sont largement inscrites dans des formes esthétiques qui s'articulent à leur consistance institutionnelle. Au cœur du spectacle sportif, ces formes esthétiques sont aisément reconnaissables par le public régional. Elles consistent en des métonymies, des métaphores, des références partagées par un public initié et dont, là encore, la redondance assigne un caractère d'évidence.

Ainsi, les « Verts » désignent-ils par métonymie l'équipe de Saint-Étienne, le « chaudron » désigne par métaphore Geoffroy-Guichard, le stade de Saint-Étienne.

Presse locale et patrimonialisation du *derby* : une région mise en scène

Le *derby* est donc l'occasion de mettre en scène deux clubs et deux villes dont l'opposition identitaire passe notamment par la mobilisation de ressources extra sportives. Même si ces oppositions témoignent bel et bien de clivages sociaux traversant le corps social, nous proposons de ne pas les surcharger de sens : elles semblent surtout répondre à une nécessité narrative et à la volonté de faire fonctionner à plein les émotions autour de la dialectique *Nous/Eux*, et ce par la stimulation des sentiments d'appartenance. Allons même plus loin en avançant que la contribution du *Progrès de Lyon* à l'opposition identitaire s'inscrit finalement dans une stratégie de patrimonialisation du *derby* et, plus généralement, dans une stratégie de promotion d'une culture (sportive) régionale sur lesquelles il s'agit maintenant de s'arrêter. Autrement dit, et si l'on accepte de dépasser l'apparente ambiguïté de l'énoncé, la configuration de l'opposition entre les deux villes répond finalement beaucoup moins à une revendication identitaire qu'à une recherche de communion régionale.

La patrimonialisation du *derby* passe en premier lieu par une justification permanente du caractère hors-norme de l'événement et de son unicité (et ce malgré un traitement parfaitement routinisé). Le traitement du *derby* s'inscrit ici dans une logique propre à la presse régionale et qui consiste à « célébrer » les spécificités locales. Un exemple parmi beaucoup d'autres : « *Match à nul autre pareil, chargé de souvenirs inoubliables et d'histoires à dormir debout, le derby nous ferait presque oublier que son enjeu est aussi simple que n'importe quel Metz/Bordeaux. 22 hommes, trois arbitres et un ballon. Voilà pour le retour sur terre. Mais on est tellement mieux dans les nuages* » (3 octobre 2004).

Si ce match est considéré comme unique par *Le Progrès de Lyon*, c'est qu'il constitue une source inépuisable de « petites histoires » à raconter. Histoires auxquelles la presse locale offre une extraordinaire visibilité *derby* après *derby* et que les lectorats locaux lyonnais mais aussi stéphanois partagent. Car tout en structurant la confrontation sportive autour d'opposition binaire, *Le Progrès de Lyon* valorise largement les relations croisées entre supporters des deux camps : « *Il est bien plus passionnant de s'affronter entre frères qu'entre voisins. L'étranger ne vous est rien. Tandis qu'en famille, il y a tout le poids du passé, des mariages, des tromperies et des divorces. Tout le poids aussi des destinées, des réussites jalousees et des ratés méprisés. On se connaît par cœur, on se chamaille. En foot, cela s'appelle le derby. C'est un rituel revenant deux fois par an où*

chacun reçoit à son tour, comme des voisins veillent à bien rendre l'invitation. C'est du sport, et bien plus que cela. Une histoire de fierté et d'identité » (10 décembre 2005).

Saturés d'anecdotes tirées des *derbys* passés, dites et répétées, les discours du *derby* relèvent très largement d'un discours nostalgique tourné vers le passé. Ils dessinent une mémoire collective commune à l'ensemble de la région et que chaque match opposant les deux cités est l'occasion de célébrer. Cette mémoire collective est constamment inscrite, là encore à travers l'anecdote, dans l'expérience individuelle et vécue des habitants de la région. Qu'il soit lyonnais ou stéphanois, l'amateur de football de la région Rhône-Alpes est en présence d'une expérience dont il a, ou dont il peut, faire l'expérience : « *Pas facile de travailler à Lyon quand on est stéphanois, qui plus est très proche de l'ASSE comme Gaëtan Malo* » [un supporter lambda]. « *Dès qu'ils entrent dans mon bureau et aperçoivent la photo des Verts collé au mur, les clients tournent les talons. Et ne parlons pas de la tête qu'ils font quand je sors mon porte-clefs du club. J'ai beau leur expliquer que le business n'a rien à voir avec le derby, rien n'y fait. Quelle pression !* » (21 septembre 1994).

Ou encore : « *En ce temps-là, des familles entières arrivaient à se disputer, à se chamailler, à se séparer dès qu'elle parlait de foot. En 1950, le coiffeur de l'OL, monsieur Saby, avait un frère. Ce dernier par un concours de circonstances se retrouva à Saint-Étienne et s'intéressa de près au foot stéphanois au point d'en devenir un supporter. Le coiffeur de l'OL et son frère se fâchèrent définitivement. Ni l'un, ni l'autre ne parvinrent à changer d'avis [...] Il y a de belles histoires entre Lyon et Saint-Étienne. Il faut entretenir ce patrimoine* » (21 septembre 1994).

Récits on ne peut plus anecdotiques, ces deux extraits illustrent le regard amusé que la presse locale finit par poser sur une rivalité qu'elle participe pourtant largement à entretenir. Au-delà du conflit identitaire entre deux clubs et deux villes, c'est bel et bien la célébration d'un élément patrimonial de la région que semble relayer *Le Progrès de Lyon*.

L'évocation des modifications subies par le dispositif du journal a déjà été l'occasion d'évoquer la perspective anticipatoire des discours portant sur le *derby*. En termes de visibilité, il est ainsi tout à fait remarquable que, si le *derby* est largement traité dans les 4 à 7 jours qui précèdent le match, il disparaît très rapidement une fois le match joué. Le traitement *a posteriori* ne dépasse en effet que très rarement le surlendemain du match. C'est donc moins la dimension sportive du *derby* présent (le micro-récit du match) qui importe que la semaine qui le précède et qui donne l'occasion au *Progrès de Lyon* de re-raconter « la

grande histoire du *derby* » (selon une expression reprise année après année dans les pages réservées au *derby*). Au-delà de la succession des *derbys*, c'est, année après année, une seule et longue histoire que la presse locale nous raconte. Le *derby* présent apparaît ainsi avant tout comme l'épisode « à suivre » d'un grand récit qu'il convient de célébrer dans une sorte de communion régionale. C'est que, à lire la presse locale, le *derby* s'inscrit dans un temps long, voire très long : « À deux jours du 73^e derby, les amateurs de belles histoires vont se retremper dans leurs archives. Et trouver dans leurs mémoires quelques histoires que les grands-parents ont déjà racontées à leurs petits-enfants. C'est comme cela avec le derby depuis presque la nuit des temps... Et c'est unique en France » (21 septembre 1994).

Conclusion

Gommant les transformations du temps, « la grande histoire du *derby* » englobe ainsi dans une même réalité les joueurs amateurs et ouvriers des années 1950 et les footballeur-stars contemporains. Anecdotes et citations circulent et, faisant fi des évolutions actuelles du football, traversent ainsi les années. Cette reconstruction sélective des éléments du passé qui s'inscrit au sein du traitement contemporain du *derby* par la presse régionale participerait, selon notre proposition, à faire de ce *derby* un élément du patrimoine immatériel de la région.

Vincent Veschambre⁹ définit le patrimoine comme « le support privilégié de construction de mémoire collective, [qui] permet d'inscrire les références identitaires dans l'espace et la durée, par delà les ruptures, les crises, les mutations ». Si l'on accepte cette définition, sans doute pouvons nous percevoir dans les stratégies discursives de patrimonialisation du *derby* par la presse locale une forme de résistance aux transformations actuelles du football. La patrimonialisation du *derby* contribuerait alors à préserver les contours d'un territoire régional au sein d'un espace – le football – qui constitue, depuis plusieurs décennies, une illustration de la mondialisation et de ses excès les plus visibles. Autrement dit, le traitement du *derby* relèverait en partie d'une « invention de la tradition¹⁰ » visant la cohésion du territoire régional.

Pour finir, nous encourageons à retenir de la présente contribution que la mise en scène du *derby* par la presse locale, et plus spécifiquement par *Le Progrès de Lyon*, se joue à deux niveaux : d'une part, à un niveau inter-cités sur le modèle de l'opposition ; d'autre part, à un niveau régional dans une dynamique patrimoniale et cérémonielle. Au premier niveau, la presse participe à la configuration de l'opposition des deux

clubs et, par là même, des deux villes en superposant à la logique d'opposition sportive des logiques d'ordres sociologique, culturel et politique (nécessité narrative et volonté de faire fonctionner à plein les émotions). Au second niveau, la presse profite du *derby* pour célébrer une région et ses habitants.

Étude du cas « Lyon-Saint-Étienne », cette contribution est peut-être l'occasion d'imaginer une analyse plus générale du statut accordé par la presse régionale à l'information sportive locale. En quelle mesure l'idéal de proximité revendiqué par une telle presse transforme, au-delà du cas spécifique du *derby* Lyon-Saint-Étienne, l'information sportive locale en vecteur de promotion régionale ? Et en quelle mesure la rhétorique locale mobilisée doit-elle être abordée au prisme des processus de mondialisation contemporains ? ■

Notes

1. *Le Progrès*, créée en 1859, jouit d'un quasi-monopole au niveau de la presse quotidienne de proximité payante dans six départements (Rhône, Loire, Ain, Haute-Loire, Jura et Nord-Isère). Il est à la fois un journal régional – la rédaction lyonnaise diffuse sur l'ensemble de la zone de diffusion une large partie du contenu – et local puisque des rédactions locales produisent le reste des pages. Pour l'information sportive, il existe également des pages communes à l'ensemble des éditions et d'autres spécifiques. La rédaction « sport » de Saint-Etienne jouit d'une grande autonomie qui lui permet de traiter largement l'actualité de l'ASSE. Quant à la rédaction « sport » de l'édition lyonnaise du *Progrès* (ici nommée *Progrès de Lyon*), elle traite largement de l'actualité de l'OL. Cette autonomie entre les rédactions « sport » de Lyon et de Saint-Etienne est la condition nécessaire à une information sportive de proximité, et ce notamment en ce qui concerne le football.
2. BROMBERGER Christian (1995).
3. VEYNE Paul (1987), p. 59.
4. Le concept de « communauté imaginée », issu des travaux de Benedict Anderson (1996), est régulièrement mobilisé dans les études à dimension constructiviste qui s'attachent aux identités dans le sport. Patrick Mignon (2000), par exemple, a recours à ce concept dans son étude des publics du football.
5. TERRET Thierry & MICHON Bernard (2004), p. 13.
6. ECO Umberto (1985), p. 239.
7. AMOSSY Ruth (1991).
8. FAURE Jean-Michel & SUAUD Charles (1999), p. 177.
9. VESCHAMBRE (2007).
10. HOBBSAWN Eric J. & RANGER Terence (2006).

Références bibliographiques

- AMOSSY Ruth (1991), *Les idées reçues. Sémiologie du stéréotype*, Paris, Nathan.
- ANDERSON Benedict (1996), *L'imaginaire social : réflexions sur l'origine du nationalisme*, Paris, La Découverte.
- BROMBERGER Dominique (1995), *Le match de football : ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*, Paris, Editions MSH.
- ECO Umberto (1985), « Le bavardage sportif », *La guerre du faux*, Paris, Grasset.
- FAURE Jean-Michel & SUAUD Charles (1999), *Le football professionnel à la française*, Paris, PUF.
- HOBSBAWN Eric J. & RANGER Terence (2006), *L'invention de la tradition*, Paris, Amsterdam Ed.
- MICHON Bernard & TERRET Thierry (dir.) (2004), *Pratiques sportives et identités locales*, Paris, L'Harmattan.
- MIGNON Patrick (2000), « Les médias et la question des publics du football », in Veray Laurent & Simonet Pierre (dir.), *Montrer le sport, photographie, cinéma, télévision*, Paris, Cahiers de l'INSEP, p. 303-311.
- TETU Jean-François (dir.) (1995), *Ville et information*, Villeurbanne, PPSH.
- VESCHAMBRE Vincent (2007), « Le patrimoine : un objet révélateur des évolutions de la géographie et de sa place dans les sciences sociales », *Les Annales de géographie*, n°656, p. 361-381.
- VEYNE Paul (1987), « Olympie dans l'Antiquité », *Esprit*, n°4, p. 53-62.

Les Verts au musée ?

Transformer Geoffroy Guichard en musée : c'est le projet de l'Association Sportive de Saint-Etienne (ASSE) qui entend profiter de la possible extension du stade de football pour se « patrimonialiser ». Un projet soutenu par les collectivités locales, les services d'archives et l'université. Pour le sociologue Pascal Charroin, ce projet est de nature à renforcer le « supportérisme vert » en mettant en avant les heures les plus glorieuses de l'histoire du club :

« L'épopée stéphanoise des années 1970 constitue une résurrection du sport français en pleine disette depuis 20 ans, malgré la politique volontariste de De Gaulle et Herzog. Les joueurs qui composent l'équipe sont d'autant plus extraordinaires qu'ils ne sont pas des vedettes. De plus, l'ASSE s'est faite la spécialiste des retournements de situation à domicile... sorte de résurrection. Les retransmissions télévisées des matchs de Coupe d'Europe donnent à voir un drame qui se termine finalement par la victoire. Le stade Geoffroy Guichard devient un lieu mythique et prend le nom de chaudron... magique.

Aujourd'hui, les fils de supporters de l'époque entretiennent la flamme. Les supporters sont toujours plus nombreux et fidèles. Depuis trois saisons, le public remporte l'officiel championnat des tribunes. Certes le phénomène "ultra" modifie la donne sociologique, la retravaille, sans pour autant trahir l'histoire, tant la commémoration du passé est un des traits caractéristiques du "supportérisme" local. »

Julien AUBOUSSIER, Doctorant ATER, Membre de l'équipe de recherché ELICO (EA 4147)

Note

1. Pascal Charroin est maître de conférences à l'UFRAPS de l'Université de Saint-Étienne : Pascal.Charroin@univ-st-etienne.fr