

## **Ce public dans les stades de football : Taxonomie, description et analyse sociologique**

## **This audience in soccer stadiums : Taxonomy, description and sociological analysis**

**LAHRACHE Zakaria**

Docteur en Sciences du Sport

Ecole doctorale de SEPT

Université de Bourgogne Franche-Comté

Laboratoire C3S, Culture, Sport, Santé, Société

France

**lahrache.zakaria@gmail.com**

**FAKIR Badre**

Doctorant en Sciences de Gestion

Institut de management de Paris

**badrefakir@yahoo.fr**

**BENNANI Taib**

Docteur en Sciences de l'éducation

Présidence Université Mohammed V Rabat

UNESCO Inclusive Lab

Maroc

**t.bennani@um5r.ac.ma**

**Date de soumission** : 06/10/2022

**Date d'acceptation** : 30/10/2022

**Pour citer cet article** :

LAHRACHE. Z. & al. (2022) « Ce public dans les stades de football : Taxonomie, description et analyse sociologique », Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 5 : Numéro 4 » pp : 395 - 413

## Résumé

Cet article propose une catégorisation des spectateurs qui affluent vers les stades marocains de football. Les résultats permettraient aux clubs et aux organisateurs d'événements sportifs de connaître les caractéristiques du public marocain et de découvrir des voies de développement des différents produits autour du spectacle footballistique direct, qui ne se limite pas à un match de football.

A caractère exploratoire, cette recherche s'appuie sur une démarche descriptive auprès d'un échantillon de 800 spectateurs, qui suivent les équipes du Raja Club Athlétique (RCA), le Wydad Athlétique Club (WAC) et d'autres clubs du championnat marocain de football. Quatre variables sont prises en compte dans l'analyse : l'âge des supporters qui varie entre 18 et 74 ans, l'appartenance et l'attachement au club, la fréquentation du stade, et l'appartenance à une forme organisée de supporterisme, principalement les groupes ultras.

**Mots clés :** supporterisme ; football ; supporters ; spectacle sportif ; classification de supporters.

## Abstract

This article aims to propose a categorization of the spectators who flock to Moroccan stadiums on the occasion of soccer matches. It is the result of a research that would allow clubs and organizers of sports events to know the characteristics of the Moroccan public and to discover ways to develop different products around the direct soccer show, which is not limited to a soccer match.

This exploratory research is based on a descriptive approach with a sample of 800 spectators who follow the teams of Raja Club Athlétique (RCA) and Wydad Athlétique Club (WAC) as well as other clubs in the Moroccan soccer championship. Four variables are taken into account in the analysis: the age of the fans, which varies between 18 and 74 years old, the membership and attachment to the club, the attendance at the stadium, and the membership in an organized form of fanism, mainly the ultras groups.

**Keywords :** supportrism ; soccer ; fans ; sports show ; fan classification.

## Introduction

Le match de football est un spectacle attractif, les stades de football de par le monde connaissent l'affluence d'un très grand nombre de spectateurs. Ces derniers se ruent vers les stades pour différentes raisons et multiples motivations. Un méga événement sportif tel que la Coupe du Monde de football est un exemple concret de l'attractivité du spectacle footballistique dans sa dimension directe, en tant que seul et unique produit consommé sur le site de son déroulement.

La Fédération Internationale de Football (FIFA) confirme dans son rapport<sup>1</sup> que la moitié de la planète a suivi la dernière édition de la Coupe du Monde, organisée en Russie en 2018, elle rappelle par la même occasion que 3,4 millions de spectateurs ont assisté à l'édition de 2014, soit une moyenne de 53592 spectateurs par match. L'édition de 1994 organisée au États-Unis a été la plus suivie avec 3,6 millions de spectateurs dans les stades.

Dans le contexte marocain, les statistiques qui concernent l'affluence des spectateurs restent imprécises. Les conditions de distribution des tickets et le manque de contrôle dans les accès des stades...etc. rendent toute précision impossible. Toutefois, des estimations pour les plus grands matchs du championnat marocain de football permettent de donner une idée sur le nombre de spectateurs qui suivent par exemple un match comme le derby casablancais, opposant le Raja Club Athlétique (RCA) au Wydad Athlétique Club (WAC), dont le nombre dépasse souvent les 60000 spectateurs.

Ces chiffres ne sont plus étonnants et traduisent l'importance croissante d'un produit comme le spectacle footballistique. Ils interrogent aussi les types de spectateurs que l'on peut rencontrer dans les stades de football. La question est donc de savoir comment peut-on catégoriser ces spectateurs, dans le contexte du football marocain ?

Cet article a pour problématique de parvenir à une forme de taxonomie, voire de classification, en étudiant un échantillon de spectateurs qui suivent les deux clubs précités. Un choix qui se justifie en considération à la grande population des fans chez les deux clubs et au large éventail d'interprétations que nous en portions. Ainsi, après les considérations théoriques que nous présentons au premier volet, qui permet par la même occasion de rappeler les différents travaux ayant proposé une classification du public de par le monde, puis au Maroc. Nous présentons les démarches méthodologiques et les outils utilisés pour la collecte de données, en second volet, puis nous consacrons le volet qui suit à la présentation

---

<sup>1</sup><https://digitalhub.fifa.com/m/2589b77c20849beb/original/njqsntrvdvqv8ho1dag5-pdf.pdf>

de l'âge, l'attachement au club, la fréquentation du stade, et l'appartenance à un groupe de supporters qui sont les principales variables retenues lors de ce travail. Rappelons que plus de 800 spectateurs ont été approchés lors de ce travail. Leurs caractéristiques sont analysées par le biais d'une échelle de mesure ordinale, qui nous permet de dresser une classification des spectateurs des matchs de football au Maroc, que nous discutons dans le quatrième volet de cet article, avant de conclure par un rapprochement entre ce travail et ceux réalisés auparavant.

### **1. Considérations théoriques : Du spectateur au spect-acteur ou supporter**

Il est de coutume de considérer que les personnes qui assistent à un match de football sont souvent regroupés sous une même nomination connue : « les spectateurs ». Toutefois, on ne regarde pas un match de football (FB) de la même façon. Sociologiquement parlant, le match de FB est un évènement mobilisateur d'interactions, il met en jeu plusieurs émotions à la fois, qui se rapportent principalement à l'identification et à l'appartenance. Ces mêmes phénomènes donnent lieu à une panoplie de gestes et de faits, d'actions et de réactions, qui durent dans le temps d'une rencontre voire même plus encore, notamment avec le prolongement du spectacle footballistique sur les différentes plateformes de diffusion.

Avant de parcourir la revue de littérature relative au sujet, nous pensons qu'il est important d'éclaircir une nuance très répandue, celle de mettre le spectateur et le supporter sur le même pied d'égalité. De manière générale, le public est une composante importante du spectacle sportif, ces individus affluent vers le stade de football pour différentes raisons, principalement la consommation du spectacle mais aussi pour le créer, on parle dès lors de supporters actifs dans l'encouragement de leurs équipes, et d'autres qui le sont moins. Le supporterisme est un acte d'engagement envers une équipe ou un sportif, qui pousse tout supporter à s'investir dans l'acte supporter (acheter un ticket, applaudir, bouger, crier...). En gros, il ne peut rester indifférent aux différentes actions d'un match et des performances de l'équipe qu'il supporte : Il prend parti.

Retenons la définition selon laquelle le supporterisme est un ensemble de pratiques, qui se présentent généralement comme des manifestations physiques spontanées en réaction au spectacle sportif qui est en train de se dérouler sur le court, au cœur de l'arène (Dion, 2019). Il s'agit de comportements que l'on peut apercevoir, c'est-à-dire qui se manifestent chez les supporters par des gestes, des chants et des réactions aux différents moments d'une rencontre. Ainsi, dès qu'ils prennent part à l'action, les spectateurs deviennent supporters. Ils sont par ailleurs devenus depuis plusieurs années, la plaque tournante du marché du spectacle sportif

direct, et intéressent toutes les études marketing relatives au FB. Car en plus de leur encouragement qui est considéré comme une motivation pour les joueurs, ils sont importants pour la pérennité d'un club, d'où les différentes modifications et rénovations, que connaissent les stades de football de par le monde. Les supporters sont devenus depuis plusieurs années, non seulement des consommateurs du spectacle footballistique, mais aussi des créateurs de spectacle à travers les différentes formes de supporterisme ayant fait surface avec le temps. Ces nouvelles formes méritent une attention particulière car elles constituent des modifications importantes dans le comportement des supporters, qui deviennent des acteurs du spectacle sportif.

### **1.1. Revue de littérature**

Proposer une catégorisation du public du football supposerait de prime à bord, de déterminer les critères de classification. Plusieurs travaux de recherches proposent des classifications selon des analyseurs à intensité variable : l'engagement personnel, la fréquentation du stade, l'attitude, l'endroit (dans les tribunes) ou encore le port de signes et de symboles distinctifs...etc. Ils insistent sur l'importance de l'étude du phénomène de supporterisme, afin de proposer de meilleures approches pour les différents types recensés.

Avant d'entrer dans les classifications des supporters, et dans un prisme marketing, on s'accorde pour dire que tous les types qui existent font partie de la grande famille des consommateurs du spectacle sportif direct. Des consommateurs qu'il faut connaître, en comprendre les logiques et les comportements, pour une meilleure attraction. Et dans un prisme psychosociologique, des consommateurs qu'il faudrait approcher pour déceler les raisons des éventuelles déviances, notamment lorsqu'il s'agit de la violence dans les stades de football.

Dans le prochain tableau ci-après, nous résumons les principaux travaux théoriques s'intéressant au sujet au Maroc et dans le monde, afin d'inventorier les principales classifications. Les deux premières colonnes concernent l'identité du chercheur, la seconde est relative à la production scientifique, alors que la dernière colonne précise l'ensemble des critères retenus dans la taxonomie des spectateurs.

**Tableau N°1 : Les principales recherches proposant une classification du public du football**

N°	Chercheurs	Détails	Classification
1	(Hourcade, 1998)	L'une des premières classifications des supporters, en se basant sur l'identification et l'engagement, propose cinq (5) familles.	Le spectateur. Le supporter classique. Le Kopiste. L'Ultras. Le Hooligan.
2	(Secot, 2007)	Selon une classification relative à l'engagement de l'individu, propose trois (3) principales familles.	Les spectateurs. Les supporters. Les Hooligans.
3	(Roux, 2018)	Basée sur l'ambiance des stades, propose une classification en quatre (4) familles principales.	Le fan artiste. Le spectateur classique. Le spectateur acteur. Le supporter acteur.
4	(Bousquet, 2010)	Une recherche qui concentre sa classification autour du concept du « fan »	Le fan temporaire. Le fan dévoué. Le fan fanatique.
5	(Rharib, 2012)	Classification selon des critères descriptifs, et de positionnement du public dans le stade.	Classification descriptive.
6	(Lahrache, 2021)	Classification selon l'engagement et l'appartenance à un club, l'âge, la fréquentation ainsi que des critères descriptifs.	

**Source : auteurs**

### 1.2. Classification du public du football dans le monde

Les classifications que l'on peut découvrir dans le contexte mondial approchent le public selon son engagement et son attachement au club supporté. En France par exemple, Hourcade distingue cinq (5) catégories de supporters selon leur implication et leur participation dans le match. Plus une personne est engagée dans ses actions supporteristes, plus il passe d'une catégorie à l'autre. Toutefois une particularité concerne les ultras et les hooligans que le chercheur qualifie de formes extrêmes de supporterisme (Hourcade, 1998).

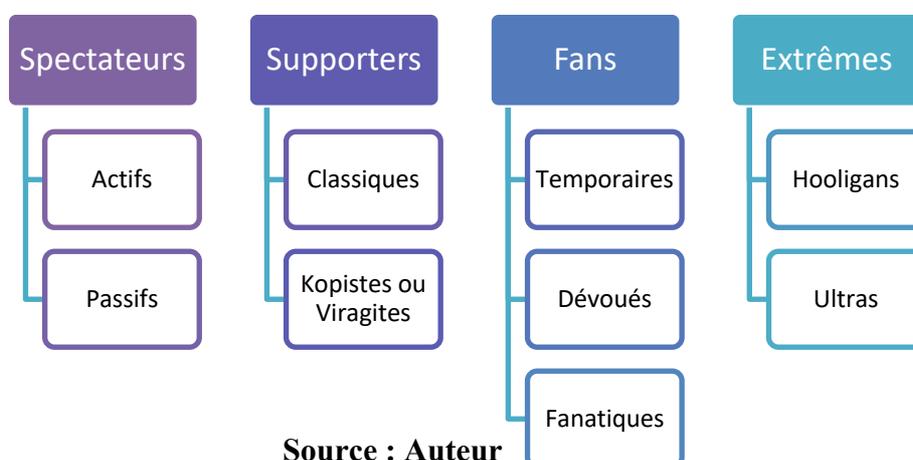
Cette classification peut être considérée comme une référence en la matière, puisqu'elle sera reprise dans plusieurs travaux de recherche. Par exemple, le chercheur tchèque Ales Secot identifie trois (3) formes de groupes, à savoir : Les spectateurs, les supporters, les hooligans (Secot, 2007).

Cette catégorisation en trois grandes familles est intéressante à étudier. Les spectateurs seraient des individus moins engagés dans leurs logiques et actions supporteristes, et paradoxalement, ils sont intéressés par le spectacle footballistique qu'ils consomment, sans se soucier des aléas environnants. Ils affluent en stade seuls mais aussi en famille, là où le spectacle du week-end est un défouloir, voire même une sortie en famille. Dans les travaux qui s'intéressent aux supporters et à leur rapport avec les ambiances des stades en France, Roux estime qu'il existe un gradient dans l'intensité de l'expérience vécue selon que l'on soit

spectateur (qui assiste à un spectacle), supporter (qui contribue à un match) ou fan (qui participe collectivement avec les autres fans derrière les joueurs à un combat) (Roux, 2018). Une notion qui nous permet de comprendre que l’ambiance qui accompagne un match de football ne laisse pas les individus qui y assistent indifférents.

Nous retenons de ces travaux une classification en quatre (4) familles selon l’engagement dans l’ambiance qui accompagne un match de football, de ce fait, le spectateur devient un individu qui est intéressé uniquement par le spectacle qu’il consomme, c’est-à-dire au déroulement de la rencontre. Alors que le supporter devient un participant au spectacle à travers sa contribution dans le mouvement supporteriste générale qui se déclenche dans le stade, dans l’ambiance environnante (chants, applaudissement, critiques...etc.). Le fan quant à lui, est un actionnaire qui s’investie dans la victoire de son équipe mais aussi dans sa défaite. Il assimile la rencontre à un combat dont il fait partie. Cette implication corps et âme dans la rencontre, qui caractérise le fan se trouve aussi dans les travaux de Bousquet qui propose une classification selon trois (3) types de fans qui passent du temporaire c’est-à-dire limité dans le temps, au fanatique dont le comportement dépasse le normal en passant par le dévoué qui est un fidèle incontournable à son équipe (Bousquet, 2010). D’autres travaux encore plus récents rejoignent les précédentes classifications en ajoutant quelques critères relatifs à la régularité d’un supporter à assister aux matchs de son équipe, ou encore l’expérience recherchée, en plus de sa passion pour le club. Quel que soit leur degré de précision, ces classifications ne sont pas exhaustives, elles ressortent de travaux réalisés en Roumanie (Andrei, 2019) et qui ont essayé de donner une classification des différents types de supporters en football dans ce pays. Nous proposons le schéma suivant (*figure 1*) pour synthétiser ce qui a été théoriquement avancé sur la classification des publics en milieu footballistique.

**Figure N°1 : Classification du public de football**



### 1.3. Classification du public marocain de football

Les premières propositions d'une typologie des supporters au Maroc, remontent aux enquêtes réalisées entre 2007 et 2008, publiées en 2013 dans le cadre d'un ouvrage collectif qui traite des violences dans les stades de football dans le pays. En se basant sur plusieurs critères, dont l'âge, l'endroit préféré dans les gradins ou encore les moyens financiers, les travaux de Abderrahim Rharib permettent d'établir une première catégorisation des supporters qui affluent vers les stades marocains.

Devant cette rareté des études relatives au supporterisme au Maroc, les travaux précités sont des références importantes pour mettre en exergue l'état des lieux des tribunes des stades du pays. Dans un contexte mondial qui se caractérise par l'ouverture et la proximité, les supporters des équipes marocaines de football sont attentifs et observent comment s'organise le spectacle dans les gradins des terrains les plus connus au monde (Parc des princes, Stade Vélodrome, Nou Camp, Bernabeu, Wembley, Emirats Stadium, San Siro, Maracana...). Ils procèdent par imitation et importent les pratiques qui leur conviennent (Rharib, 2013). Le supporterisme obéit dès lors à un mouvement mondial, une contagion qui se manifeste avec une grande ressemblance entre les différents pays du monde.

Prétendre à une catégorisation des supporters marocains interpelle directement la question des critères du classement. En se basant sur l'âge des supporters par exemple, on peut aisément déduire que la plus grande frange de supporter présente dans les stades au Maroc, se compose principalement de jeunes. Il en atteste la population de l'enquête réalisée en janvier 2008 sous l'égide du Global Governance Center, qui s'est proposée d'appréhender le phénomène de violence dans les terrains de Casablanca à partir d'un échantillonnage de 600 personnes. L'âge moyen de ces supporters serait de 20-24 ans (Rharib, 2013). Toutefois, le critère de l'âge s'avère insuffisant pour classer les supporters d'un stade de football, d'autres critères entrent en jeu si l'on considère que le supporterisme est une affaire d'émotion, d'engagement et d'investissement en temps et en argent. Une autre recherche estime que la majorité des spectateurs qui se trouvent dans les gradins des stades de football est composée de jeunes, dont la tranche d'âge entre 18 et 35 ans est la plus représentée (Lahrache, 2021).

A partir des recherches précitées, nous pouvons emprunter une classification selon les motifs qui poussent un supporter marocain à fréquenter le stade. Plusieurs paramètres dont les moyens financiers vont influencer l'achat de son ticket. L'interprétation du tableau suivant nous permet de catégoriser les supporters selon les raisons qui les poussent à fréquenter un stade de football :

**Tableau N°2 : Les raisons de fréquentation des terrains de football**

<b>Ils vont au stade pour :</b>	<b>Fréquence en %</b>
Consommer le spectacle	76
Produire le spectacle	49
Se débarrasser de la fatigue	7
Oublier les problèmes	11
Pour vider l'excès d'énergie	9
Autres	2

**Nos enquêtes (décembre 2007/janvier 2008)**

**\* Le total est supérieur à 100% car les enquêtés pouvaient donner deux réponses**

**Source : Rharib, 2013**

En analysant le *tableau 2* ci-dessus, on peut avoir une première idée sur les types de supporters qui vont au stade dans le contexte Marocain en se basant sur les raisons du flux. Ce dernier est composé majoritairement de spectateurs (76%) qui ont pour motif de profiter du spectacle sportif. Par ailleurs, nous ne pouvons pas nous avancer sur le degré d'engagement de ces spectateurs.

Une seconde catégorie de supporters choisit d'aller au stade pour participer au spectacle footballistique, afin de le produire (49%), c'est à dire, être acteur à part entière de la production du spectacle. On peut avancer que cette catégorie est principalement composée d'ultras. Toutefois, nous insistons sur le fait que les activités de ces groupes de supporters attirent plusieurs jeunes sans pour autant être des membres du groupe. Ces supporters prennent place dans les virages<sup>2</sup> et sont connus sous le nom de « Solo » et on les trouve à la fois parmi ceux du RCA et du WAC.

Il faut tout de même souligner que la précédente catégorisation reste imprécise, car il faut la mettre en relation avec un ensemble de paramètres pris en compte par l'auteur, dont la recherche a une vocation générale car elle étudie la gouvernance du sport au Maroc, en étudiant la violence dans les stades du pays. Elle rejoint d'autres travaux plus récents qui approchent la gouvernance du sport sous des angles organisationnels (Bennani, 2021).

Ainsi, les principaux producteurs du spectacle sportif dans les gradins sont les ultras, ils se produisent par les chorégraphies et les tifos. Cependant, et pour une meilleure qualité de production et de réussite du tifos, considéré comme un événement important pour cette catégorie de supporters, ils font appel aux autres supporters qui ne sont pas forcément ultras.

## **2. Démarches méthodologiques et outils de travail**

La recherche dont il est question a été menée en trois phases principales, la première concerne l'observation participante de quelques matchs des deux équipes concernées. Neuf (9) matchs

<sup>2</sup> Nom communément utilisé pour décrire les gradins qui se trouvent derrière les poteaux.

ont été observés durant l'année 2019 à 2020, et nous ont permis de constater que les supporters présents dans les stades (Stade Mohamed V de Casablanca pour notre cas), sont des jeunes pour la plupart, dont les plus bruyants et les plus actifs sont ceux qui se trouvent derrière les poteaux, arborant des drapeaux et des banderoles bien spécifiques, ouvrant leurs actions supporteristes par un rituel de chants et de mouvements bien ordonnés. Ces actions et ces endroits connus pour être l'œuvre des groupes de supporters ultras, dont ceux du RCA occupent la partie sud du stade, alors que ceux du WAC occupent la partie nord.

La seconde phase est d'ordre qualitatif. Elle s'est basée sur des entretiens semi-directifs réalisés auprès de trente (30) supporters du Raja et du Wydad, dont les profils sont composés d'étudiants à l'université, des fonctionnaires et des personnes de fonctions libérales. Les entretiens ont duré plus de 25 minutes pour la majorité des entrevues réalisées. Cette phase inductive est venue combler le manque de recherche au sujet de la catégorisation des supporters au Maroc.

La phase pratique a été principalement menée par le biais de questionnaire auprès d'un échantillon de plus de 800 personnes, dans la ville de Casablanca dont l'âge varie entre 18 et 74 ans. Une population qui permet un large éventail de résultats et d'interprétation, notamment avec une échelle de type Likert à 5 degrés. Notons que l'échantillonnage émane d'une démarche non-probabiliste et que la circonscription d'une population mère, reste statistiquement difficile à préciser surtout lorsqu'il s'agit des spectateurs d'un match de football au Maroc, notamment avec les conditions relatives à la distribution des tickets et des accès aux stades dans le pays.

Trois (3) questions principales composent l'échelle de mesure utilisée pour relever une classification des supporters auprès de l'échantillon de recherche. Ces questions rejoignent d'autres informations telles que l'âge, la situation familiale et financière, ou encore la situation professionnelle, pour situer le profil du supporter marocain en stade. Rappelons que le questionnaire utilisé a été soumis à des tests de fiabilité et de validité avant son utilisation, ces tests sont présentés sur le tableau suivant :

**Tableau N°3 : Test de fiabilité du questionnaire**

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
0,927	62

### 3. Résultats et classification du public des stades

Nous proposons de présenter les résultats de ce travail de recherche en trois volets qui reflètent les quatre (4) principaux critères de classification que nous avons choisis. Ainsi, en

plus de l'âge, le niveau d'attachement à un club et le degré de fréquentation du stade, l'appartenance à un groupe de supporters, principalement les ultras, permet de donner une idée sur les différentes catégories de supporters dans un stade de football marocain.

En premier lieu, le tableau suivant donne un aperçu sur l'effectif des supporters approchés lors de cette étude, avant de présenter les résultats relatifs à la classification.

**Tableau N°4 : Effectifs de la population approchée lors de la recherche**

Statistiques				
		Supporters du RCA	Supporters du WAC	Supporters d'un autre club
N	Valide	522	375	257
	Manquante	281	428	546
Mode		5	5	1
Minimum		1	1	1
Maximum		5	5	5

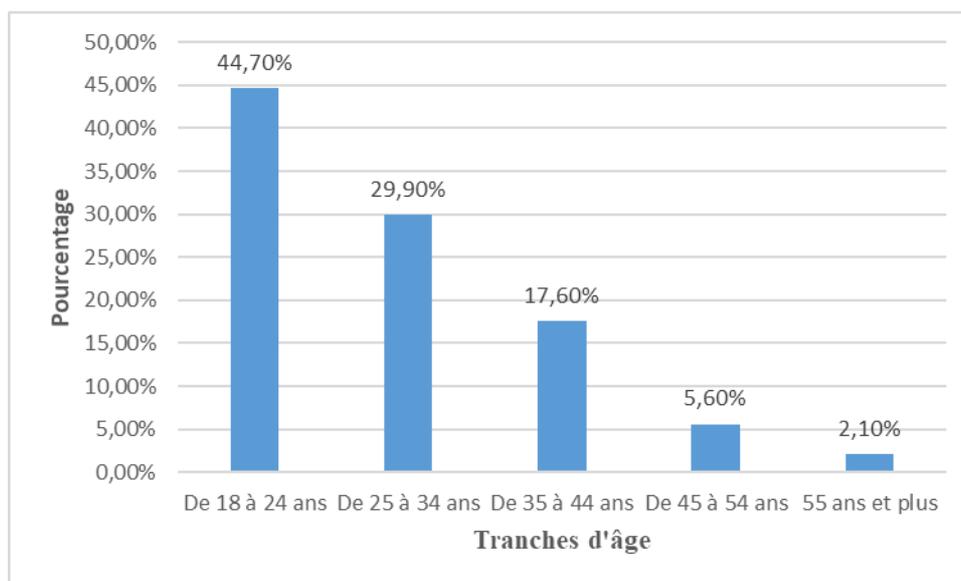
Le *tableau 4* ci-dessus illustre les statistiques concernant les spectateurs qui suivent le RCA qui sont au nombre de 522, et ceux qui suivent le WAC au nombre de 375. Par la même occasion le tableau présente des spectateurs qui suivent d'autres clubs du pays, qui sont au nombre de 257. Les écarts constatés émanent du fait qu'une personne peut supporter plusieurs équipes à la fois.

### 3.1. Classification selon l'âge

La variable de l'âge des supporters est déterminante bien qu'elle puisse être minorée dans de multiples recherches. Dans le contexte Marocain, si la loi interdit l'accès au stade aux mineurs non accompagnés par un adulte, l'opinion public considère la gente du public mineur comme responsable des dérives dans les stades. Il est donc crucial d'explorer avec précision les catégories d'âge concernées.

A ce sujet, les supporters approchés dans notre investigation représentent un échantillon hétérogène. Le graphique suivant classe les âges des supporters questionnés par intervalle d'âge.

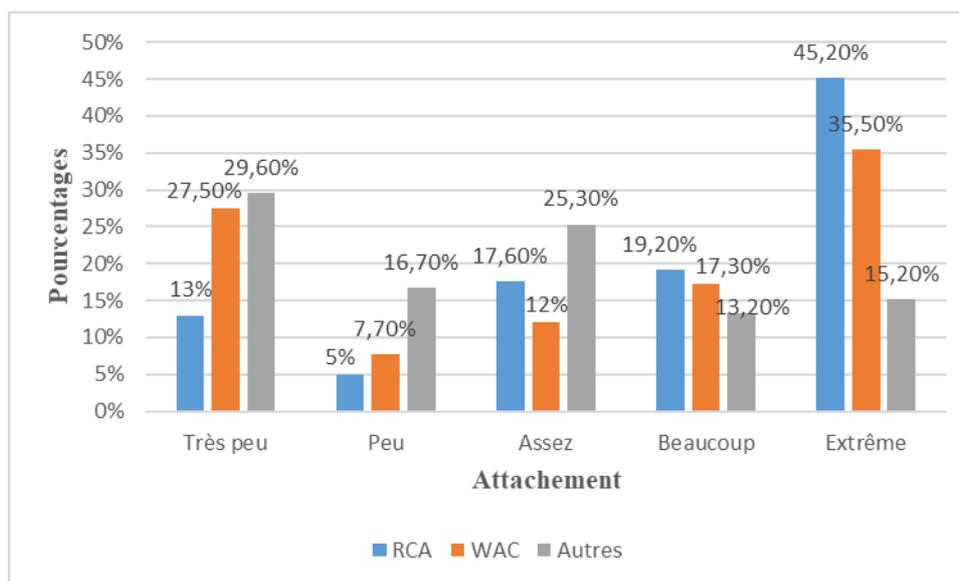
**Graphique N°1 : Représentation des tranches d'âge du public**



D'après notre enquête, l'intervalle 18-44 ans représente un poids de 92% de notre échantillon. Les résultats montrent également une dominance du public de l'intervalle 18-24 ans (*Graphique 1*). Ces statistiques peuvent être corrélées aux caractéristiques démographiques de la population Marocaine qui montrent que c'est une population majoritairement jeune avec une pyramide d'âge classique. Les fortes concentrations des jeunes se font ressentir au niveau de la base de la pyramide des âges. Plus nous nous approchons du sommet de la pyramide, nous retrouverons la tranche des 45 ans ou plus. Ces données sont contradictoires au contexte nord européen au sein duquel la dominance des plus de 40 ans se fait ressentir, compte tenu de la fréquentation du stade considérée comme une sortie de famille au même titre qu'une sortie à l'Opéra, au cinéma ou autre fait culturel.

### 3.2. Classification selon le niveau d'attachement au club

Le niveau d'attachement à un club traduit la passion et le degré d'engagement que peut avoir un supporter vis-à-vis de son équipe. Il s'agit d'une forme d'identification traduite par l'attachement. Si celui-ci constitue la partie visible de l'iceberg, l'identification en serait le soubassement psychosociologique. L'histogramme suivant regroupe le niveau d'attachement du public du RCA, du WAC et des autres clubs du championnat marocain. Il permet aussi de comparer les supporters de ces différentes entités.

**Graphique N°2 : Niveau d'attachement du public à son club préféré**

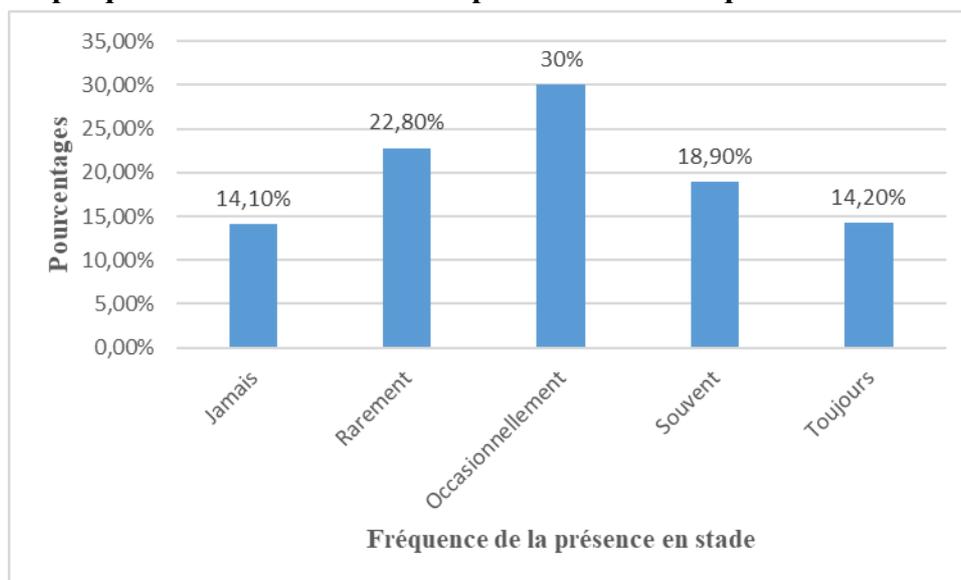
Chez les supporters du RCA, les tendances négatives de l'attachement au club avoisinent les 18% des supporters qui se disent très peu ou plus ou moins attachés à leur club. Des résultats non significatifs puisque les tendances positives se rapprochent des 84%. En comparaison avec le club rival et mythique de Casablanca, le WAC avoisine des tendances positives qui ne dépassent pas 65%. Ce qui montre que le niveau d'attachement serait beaucoup plus important au RCA qu'au WAC (*Graphique 2*).

L'exploration du niveau d'attachement au club démontre aussi que le public questionné est sensible à l'attachement d'autres clubs sportifs en dépit de l'extériorité au territoire de Casablanca. 41% des répondants développent un ressenti d'attachement positif à d'autres clubs nationaux. Au-delà des comparaisons statistiques, il s'avère que les supporters et adeptes du FB, affiche une forte hétérogénéité difficile à circonscrire dans le cadre d'une recherche action qui porte en elle, la tendance à la modélisation et à la taxonomie.

### 3.3. Classification du public selon l'indicateur de la fréquentation du stade

Nous interpellons notre échantillonnage selon la même logique, pour identifier à quel degré de présence les supporters fréquentent le stade de FB. L'assiduité d'un supporter traduit son degré d'engagement, mais aussi permet de le classer dans une catégorie particulière.

Le graphique suivant mesure le niveau de fréquentation du stade chez les supporters questionnés. Le niveau de fréquentation des stades permet également une classification possible des supporters, si elle est corrélée à l'analyseur du niveau de supporterisme, ou au niveau d'attachement à une équipe.

**Graphique N°3 : Classification du public selon la fréquentation du stade**

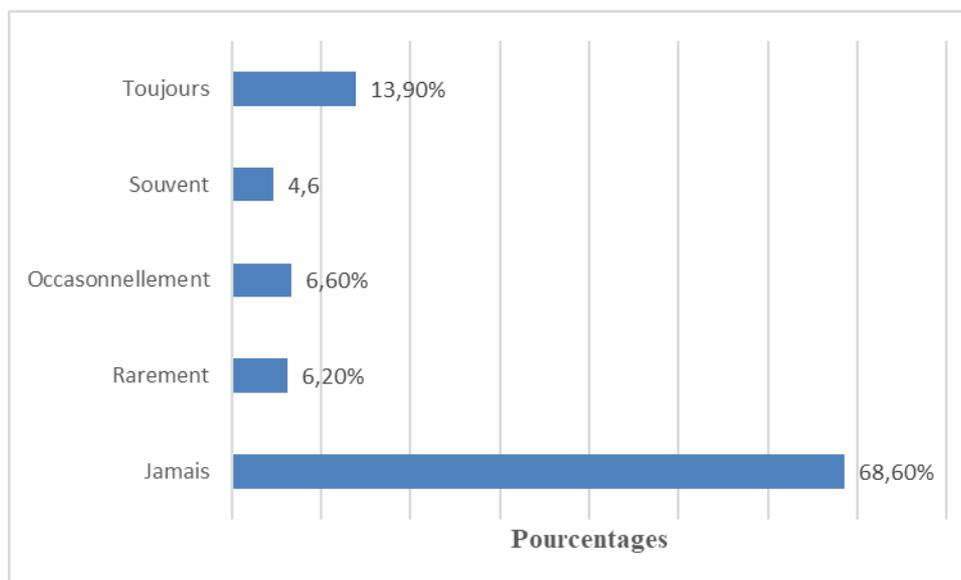
Parmi les effectifs questionnés, c'est-à-dire sans tenir compte de l'appartenance du supporter à un club ou l'autre, lorsqu'on questionne le niveau de fréquentation du stade du public, nous relevons (*Graphique 3*) que 14,10% des personnes approchées ne vont jamais au stade, 22,80% y vont rarement, 30% y vont occasionnellement, alors que 18,90% vont souvent au stade. Et 14,20% des supporters questionnés vont toujours au stade.

Nous pourrions en conséquence construire un indice de fréquentation du stade au regard de la quantité de fréquentation par unité de temps et par nombre de match annuel. En effet, si les tendances positives (63% de notre échantillonnage) montrent une fréquentation régulière des stades de FB, elle pourrait être corrélée à la dynamique des loisirs et du temps libre (Dumazedier, 1963) de la société casablancaise, qui considère le spectacle sportif comme un élément de la culture du 21ème siècle.

#### **3.4. Classification du public selon l'appartenance à une forme organisée de supporterisme**

Comme nous l'avons évoqué dans la revue de littérature relative aux chercheurs qui se sont intéressés au sujet, l'appartenance à une forme organisée de supporterisme relève d'une logique d'attachement encore plus poussée et plus accentuée chez les supporters. Dans notre cas, concernant les supporters du RCA et du WAC, les résultats que nous avons obtenus sont très significatifs. Le graphique ci-dessous illustre les tendances des supporters au fait d'avoir siégé ou non parmi les supporters qualifiés d'ultras.

#### Graphique N°4 : Quantification de l'appartenance à un groupe de supporter « ultras »



Le graphique 4 ci-dessus montre que le poids de l'appartenance à un groupe de supporters Ultras montre l'existence de deux grandes catégories significatives. D'un côté, 18% des répondants affichent leur scepticisme et récusent toute forme d'appartenance aux supporters Ultras. De l'autre, 82% affichent leur appartenance à cette catégorie.

Eu égard aux considérations statistiques, la forte tendance d'appartenir aux ultras est en conséquence une réalité indéniable. Le public des supporters serait presque entièrement identifié à cette mouvance dont les frontières dépassent le continent. Il semblerait donc que l'identification au mouvement Ultras n'est pas une caractéristique spécifique à la jeunesse Marocaine, mais une jeunesse planétaire en quête d'identification à un idéal commun et collectif au sein duquel, l'Ultras singulier trouve refuge dans l'expression collective de multiples formes de frustrations, de contestation et de revendication de l'humeur anti institutionnelle. Le désir singulier devint un désir collectif. Paradoxalement, le spectacle sportif devint un simple prétexte. L'agrément comme levier de plaisir lié au spectacle, cède la place à une desym-phonie de chants, d'expression corporelle et de communication souvent hostile et violente.

#### 4. Discussion

Tout au long de ce travail de recherche, la classification des supporters s'est basée sur des critères qui rejoignent plusieurs travaux réalisés dans le même sens. Ainsi, l'âge, le niveau de fréquentation, le degré d'attachement à un club ou encore l'appartenance à une forme organisée et/ou désorganisée de supporterisme, sont des indicateurs de classification du public des stades, retenus dans cet article.

Il en ressort en conséquence que la population des supporters marocains est composée principalement de jeunes dont la tranche d'âge qui se situe entre 18 et 35 ans est la plus représentée (*graphique 1*). Ces derniers sont très actifs dans les tribunes des stades, et sont le reflet de la jeunesse d'une population marocaine active et très énergétique. De là, à titre comparatif et si l'on regarde du côté des stades anglais par exemple on remarque la grande présence des séniors dans les gradins, contrairement aux stades de FB marocain.

Les clubs marocains de FB devraient prendre en considération cette particularité du jeune supporter marocain, afin de proposer des produits et des services plus adaptés aux besoins des jeunes, en adoptant un comportement socialement responsable vis à vis de cette partie prenante du spectacle sportif.

En se référant aux résultats de l'investigation, nous retiendrons la classification du public par le degré d'attachement, qui scinde en deux franges les profils des supporters que l'on peut apercevoir en stade : ceux qui sont très attachés à leurs clubs et ceux qui le sont moins. Cette classification rejoint celle proposée par (Seco, 2007) lorsqu'il se focalise sur l'engagement du supporter en tant que critère de classification du public en stade.

Dans cette optique, transparait une catégorie de supporters assidue qui souhaiterait trouver dans les produits offerts par les organisateurs, le moyen de développer un sentiment de reconnaissance et de réciprocité, gage de proximité entre le club et ses supporters, combien bénéfique aux deux parties. Par la même occasion, les produits proposés devraient être adaptés à une catégorie qui ne vient pas régulièrement au stade, et dont les éléments de confort et de loisirs autour du spectacle sportif seraient plus attractifs. Une catégorie particulière de spectateurs dont le match constituerait une occasion de fête et de divertissement. Une catégorie qui émane par la même occasion des travaux réalisés par (Hourcade, 1998) en France, ou encore (Roux, 2018) lorsqu'il s'intéresse aux éléments environnants relatifs aux infrastructures sportives et leurs architectures (sièges, cafés...etc.)

En outre, force est de constater que les expériences réussies dans différents pays du monde ne manquent pas. L'exemple des Fans Zone est très répandu et permet à chaque occasion de transformer un match de football en un espace de rencontre, de divertissement et d'interaction. Des systèmes de récompenses et des programmes de fidélisation ont permis à un club comme le Paris-Saint-Germain en France, d'attirer de nouvelles catégories de supporters. Les plateformes digitales d'échanges entre les clubs et les supporters Anglais sont aussi un exemple concret, qui permet aux clubs de garder une proximité et une communication régulière avec leurs supporters, cette tendance permet aussi de relever une

catégorie particulière de supporter, qualifié de supporter à distance (Lesterlin, 2022) ou encore de supporter 2.0 (De Boeck, 2019).

Plus profondément, la relation entre l'attachement au club et la fréquentation du stade est très significative. Plus le spectateur marocain est attaché à son club, plus il a tendance à supporter régulièrement son équipe. Ainsi, en se basant sur les mêmes indicateurs de l'analyse sociologique du supporterisme, il semble que la variable de l'appartenance a permis de faire émerger une nouvelle catégorie qualifiée d'extrême, que nous trouvons aussi dans les travaux précités et plus récemment dans leur dimensions fanatique (Kossakowski, 2021). Il s'agit des ultras. Cette tendance s'explique par le degré élevé de l'attachement de supporter, qui se trouve partagé et assouvi dans un groupement aussi engagé que les ultras, composés principalement de jeunes où les pairs se rencontrent autour d'une passion commune, celle du football, du club et du groupe. Autoproclamés maîtres des tribunes, ils offrent un spectacle très singulier en chorégraphies, en chants et en tifos artistique et spectaculaires. Nous pensons que cette catégorie mériterait une attention particulière de la part des clubs et des organisateurs des événements footballistiques, compte tenu du rôle des supporters pour le club.

Rappelons qu'un grand nombre de personnes fréquentent le stade pour profiter d'un spectacle footballistique qui, faut-il l'admettre, reste loin de ce que l'on peut expérimenter dans les championnats européens. Toutefois, ces spectateurs classiques vont rarement ou occasionnellement au stade. Les fidéliser permettrait aux clubs d'assurer des recettes financières permanentes utiles à la gestion des aléas d'un championnat de football.

### **Conclusion**

Cet article avait comme objectif de réaliser une taxonomie du public footballistique. Une sorte de classification qui aurait permis d'identifier la présence de plusieurs catégories de supporters dans les stades de FB au Maroc. Nos résultats seraient aussi pertinents que ceux qui sont issus d'autres contextes théoriques. Les similitudes se font ressentir du côté des travaux de (Hourcade, 1998) en France lorsqu'il se base sur le niveau d'attachement d'une personne à un club pour passer d'un spectateur lambda à un supporter extrême, appartenant à une forme extrême de supporterisme, en l'occurrence un groupe ultras.

Les similitudes des paradigmes de recherche concernent également les classifications descriptives, utilisées en Roumanie (Andrei, 2019), ou encore celles qui concernent la classification des spectateurs dans l'Amérique Latine (Roux, 2018). Le rapprochement des contextes latino-américains et marocain est très révélateur. Il conforte l'hypothèse selon

laquelle, le spectateur classique attiré par le jeu et l'ambiance se transforme inévitablement en acteur du jeu qui se met derrière son équipe. En revanche, les divergences des paradigmes de recherche concernent les classifications fondées sur la logique d'attachement fanatique (Bousquet, 2012) dans le contexte canadien, encore moins celui de l'Europe de l'Est, où le supporterisme prend une forme très politique et très politisée.

Ainsi, nous avons mené un travail de recherche qui se rapproche des études empiriques ayant traité la problématique de ce type de sujet et en ricochet, exploiter de nouvelles pistes d'analyse concernant les supporters. Les approcher dans le cadre d'une recherche scientifique est pertinent. Comprendre leur besoin pour mieux agir serait encore mieux.

## BIBLIOGRAPHIE

Andrei T., 2019, *Aspects Regarding The Behavior Of Football Supporters*, Annals of the « Constantin Brâncuși » University of Târgu Jiu, Economy Series, Academica Brâncuși Publisher.

Bennani, T. 2021. *Le comportement organisationnel socialement et Administrativement performant : De l'analyse organisationnelle à l'analyse métaphorique*. Revue Internationale des Sciences de Gestion. 4, 4 (Oct. 2021).

Bousquet J., Marticote F., 2009, *Définition du fan sportif : un modèle intégré*, Actes du 25e Congrès International de l'AFM – Londres, 14 et 15 mai.

De Boeck J-E., 2019, *Les nouvelles pratiques des supporters de football (les supporters 2.0)*. Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication, Université catholique de Louvain, Prom. : Derèze, Gérard. <http://hdl.handle.net/2078.1/thesis:21550>

Dion B., 2019, *Les spectateurs au sein d'une arène de sport spectacle : le tournoi de Roland-Garros (1968-2018)*. Histoire., ffdumas-02464910f.

Dumazedier J., *Vers une civilisation du loisir ?* Population, 18<sup>e</sup> année, n°1, 1963. p. 165.

Hourcade N., 1998, *La France des « ultras »*, Sociétés & Représentations, Publications de la Sorbonne, n° 7, p. 241-261

Kossakowski R., 2021, *Ultras : The Performative Dimension of Fandom*. In : Hooligans, Ultras, Activists. Football Research in an Enlarged Europe. Palgrave Macmillan, Cham.

Lahrache Z., 2021, *La perception de la violence dans les stades chez les spectateurs marocains, Cas des clubs du RCA et du WAC de Casablanca*, thèse sous la direction de Bouchet Patrick, Soutenue en septembre 2021 UBFC-Dijon, France. <https://www.theses.fr/s218366>

Lestrelin L., 2022, *Sociologie des supporters*, Paris, La Découverte, series: « Repères », 128 p., ISBN : 978-2-348-05823-3.

Rharib A., 2013, *La gouvernance sportive au Maroc : enjeux et perspectives à travers une étude de cas sur la violence dans les stades de Casablanca*, paru dans Les violences dans les stades, Ouvrage dans le sport N :2.

Roux J-M., 2018, *Tribune libre, soutenance de thèse de Natalia*, 17/04/2018, <https://stade.hypotheses.org/1428>, Ambiances urbaines et ambiance des stades.

Secot A., 2007, *Rapport annuel du CNAPS*, Conseil National des Activités Physiques et Sportives, remis au ministère de la santé, de la jeunesse et sports, décembre 2007.