

Football, identité et mondialisation

Rehaïl Tayeb¹

¹Rehaïl Tayeb Chercheur Permanent au Centre de Recherche en Anthropologie Sociale et Culturelle (CRASC),
Constantine, Algérie, t.rehail@crasc.dz

Reçu: 20 /01 /2025 ;

Accepté: 26/ 06/ 2025,

publié: 30 / 06 / 2025

RÉSUMÉ : *Cet article propose d'aborder des dynamiques de construction identitaires (aussi bien réelles, imaginaires que symboliques) à travers un phénomène de mondialisation créé par la civilisation occidentale. Ce phénomène mondial qu'est le football, est sans conteste le sport le plus populaire du fait qu'il mobilise des foules entières, mais aussi par le fait qu'il a été adopté par tous les pays du monde avec une égale ferveur. Diffusé en Algérie dès la fin du XIX^{ème} siècle par les colons, il est au départ utilisé par ces derniers comme instrument de domination. Ensuite, il est instrumentalisé par les colonisés pour revendiquer la cause Algérienne et l'identité nationale à travers le monde. Aujourd'hui, grâce à la télévision (et internet) un nouvel aspect lié à ce phénomène s'est développé : le supportérisme à distance. Les jeunes algériens supportent aussi maintenant en effet les équipes de football (et les joueurs) qui participent à d'autres compétitions à travers le monde comme : El Clásico, la Premier League, le Championnat, la Coupe d'Afrique des Nations, la Coupe du Monde de Football ...Et malgré cela, lorsqu'il est question de l'équipe nationale tout le monde se rassemble autour des couleurs et de l'hymne du pays. Répondant par cela au proverbe arabe souvent cité pour définir une société segmentaire : « moi contre mon frère ; mon frère et moi contre mon cousin ; moi, mon frère et mon cousin contre l'inconnu » et qui pourrait participer à l'explication de certaines rivalités (et coalitions) qui se construisent et se manifestent dans le monde ; et les logiques d'adhésion des supporters aux différentes équipes de football, pas seulement au niveau local ou national mais également au niveau mondial.*

MOTS-CLÉS : football, identité, mondialisation, phénomène, supporters

ABSTRACT: *This article proposes to address the dynamics of identity construction (real, imaginary and symbolic) through a phenomenon of globalization created by Western civilization. This global phenomenon that is football is undoubtedly the most popular sport because it mobilizes entire crowds, but also because it has been adopted by all countries in the world with equal fervor. Disseminated in Algeria at the end of the 19th century by the colonists, it was initially used by the latter as an instrument of domination. Then, it is used by the colonized to claim the Algerian cause and national identity throughout the world. Today, thanks to television (and the internet), a new aspect linked to this phenomenon has developed: remote fanism. Young Algerians also now support football teams (and players) who participate in other competitions around the world such as: El Clásico, the Premier League, the Championship, the African Cup of Nations, the Cup of the World of Football... And despite this, when it comes to the national team everyone gathers around the colors and the anthem of the country. Responding with this to the Arab proverb often cited to define a segmentary society: "me against my brother; my brother and I against my cousin; me, my brother and my cousin against the unknown" and who could participate in the explanation of certain rivalries (and coalitions) which are built and manifested in the world; and the logic of supporters' support for different football teams, not only at the local or national level but also at the global level.*

KEYWORDS: football, identity, globalization, phenomenon, Supporters

Introduction

Après son invention à l'issue de la réunion qui avait rassemblé les représentants de onze collèges et clubs à la Freemason's Tavern à Londres en Angleterre en 1863, le football s'est très rapidement propagé à travers « le monde de façon pacifique. C'est le symbole même de la mondialisation. Mais alors que la mondialisation est perçue comme une force venant dissoudre les identités nationales, le football en est le plus sûr ciment : les populations se rassemblent autour de leur équipe nationale, porte-drapeau d'un pays » (Pascal Boniface, 2006).

Selon des statistiques publiées par la Fédération Internationale de Football Association (FIFA), le football serait pratiqué par 265 millions de personnes dans le monde (Campillo Philippe, 2022). Il constitue à présent une composante essentielle de l'industrie des loisirs, s'étant ouvert de nouveaux marchés à lui-même et au reste du monde et dépasse aujourd'hui le cadre strictement sportif. Le football en tant que « fait social et culturel » (Wahl Alfred, 1990, page 127) devient aussi un « enjeu politique et économique » (Laurent Fourchard, Odile Goerg, Muriel Gomez-Perez, 2009, page 281) pour certaines nations à travers leur participation à des compétitions internationales. Il est aussi certainement le sport le plus instrumentalisé par les différents Etats.

Les médias ont eux aussi participé à la diffusion du football en transmettant les résultats des équipes évoluant dans les championnats étrangers (en direct ou en différé). La découverte de l'Europe et du monde passe aujourd'hui chez nos jeunes par le football. Notre jeunesse connaît plusieurs villes européennes grâce à leurs grandes équipes de football et aux prestigieux terrains de jeu dans lesquels elles évoluent (comme par exemple le Santiago Bernabeu et le Nou Camp). Ils connaissent aussi plusieurs pays à travers les joueurs de renommée qui les représentent (comme Didier Drogba pour la Côte d'Ivoire ou Lionel Messi pour l'Argentine). Il faut dire aussi qu'un joueur de football tel Cristiano Ronaldo ou Zinedine Zidane est plus connu chez cette frange de la population qu'un représentant politique. Dans notre discours sur l'identité et la mondialisation, il est donc indispensable d'évoquer cette activité sportive la plus spectaculaire, la plus regardée et la plus médiatisée sur la planète.

Football et identité en période coloniale en Algérie :

L'introduction du football en Algérie coloniale eu lieu vers la fin du XIX^{ème} siècle. Il fut pratiqué comme un privilège par les européens, puis petit à petit la pratique fut investie par les indigènes. A travers toute sorte de symboles qui se rattachent au football, ces derniers utilisèrent cette pratique ludique comme moyen d'expression du sentiment national algérien. Dans les dénominations de leurs associations ou clubs sportifs nous pouvions trouver des mots ou expressions qui font référence à une appartenance arabe et musulmane (comme par exemple le Mouloudia Club d'Oran MCO, l'Union Sportive Musulmane Oranaise USMO, l'Etendard Sportif Musulman Guelmois ESMG). Les couleurs de leurs tenues souvent composées de rouge

¹ et le vert² évoquaient elles aussi l'identité musulmane et algérienne.

Ce phénomène qui commença à transformer les terrains de football en lieux de revendications identitaires et nationales fut vite étouffé par les autorités coloniales. Plusieurs textes administratifs limitèrent l'accès des musulmans aux équipes de football et imposèrent la présence de colon dans les équipes dirigées par les indigènes.

Le déclenchement de la révolution algérienne en 1954 et l'appel de l'Armée de Libération Nationale (ALN) aux jeunes pour rejoindre le maquis firent que beaucoup de sportifs quittèrent leurs clubs pour rallier la cause nationale, et la majorité des équipes de football musulmanes furent ainsi dissoutes.

Les dirigeants politiques de l'époque qui étaient conscients que le football pouvait être un vecteur de mobilisation politique et identitaire décidèrent de mettre sur pied une équipe de football pour représenter l'Algérie à travers le monde. Ayant observé pendant les confrontations qui opposaient les équipes d'indigènes aux équipes d'européens que le football apparaissait comme un élément d'identification collective et de cohésion nationale car porteur de valeurs identitaires, ils décidèrent d'utiliser le football afin de médiatiser la cause algérienne à travers le monde et de mettre tout le monde au courant de ce qui se passe réellement en Algérie.

Ils firent alors appel aux joueurs qui exerçaient en tant que professionnels dans la métropole. Ces derniers qui étaient des grands joueurs tels Rachid Mekhloufi³, Mustapha Zitouni⁴ et Abdelaziz BenTifour⁵, désertèrent clandestinement leurs clubs le 14 avril 1958 et abandonnèrent une vie confortable afin de répondre à l'appel de la patrie. En plus du salaire mensuel élevé qu'ils percevaient⁶ de leurs équipes employeuses, ils abandonnèrent aussi derrière eux une occasion de participation à la coupe du monde qui devait se dérouler en Suède en 1958 et à laquelle l'équipe française était qualifiée (grâce en grande partie à ces joueurs de renom). Les membres de la future équipe du FLN rallièrent Tunis, la capitale où siégeait le Gouvernement Provisoire de la République Algérienne par le biais de la Suisse et de l'Italie.

L'écho médiatique qui retentit à travers les journaux le lendemain de l'escapade ne passa pas inaperçu car le monde entier suivait de près l'évolution des joueurs des différentes équipes (dont la France) qui étaient qualifiés pour participer aux finales de la coupe du monde qui devait avoir lieu trois mois plus tard.

Les pouvoirs français prirent vite conscience de l'image que pouvait tirer l'Algérie de joueurs installés en France et dont beaucoup d'eux étaient considérés comme des stars. Ils intervinrent alors au niveau de la Fédération Internationale de Football afin que soit interdite à toute équipe membre de la FIFA (sous peine de sanction) toute rencontre avec l'équipe du FLN. Malgré cela, beaucoup d'équipes bravèrent cet interdit et l'équipe du FLN pu jouer au total plus de 90 matchs au cours de différentes tournées à travers les pays Arabes, en Europe de l'Est et en Asie. Beaucoup de rencontres furent disputées contre des sélections de villes ou de régions, mais procurèrent l'occasion à l'équipe du FLN de diffuser l'hymne national et les armoiries de l'Algérie à travers le monde pour se créer plus de visibilité, bien que ces derniers ne furent pas encore officiels.

Identité locale des équipes et supportérisme à distance :

Le football est considéré aujourd'hui après l'indépendance (1962) comme la seule échappatoire qui permette à la jeunesse algérienne coincée entre la Méditerranée et le Sahara, d'oublier la misère d'un vécu quotidien caractérisé par le chômage et la drogue. Le rattachement identitaire qu'il permet d'effectuer avec un club et par métonymie⁷ avec toute une ville représente pour ces derniers une alternative afin de se définir par rapport à un lieu. Tous les symboles qui se rattachent au club de football (le nom, les couleurs, le stade, les chants...) « sont aussi un moyen d'affirmer et de revendiquer une identité » (Bertrand Blanchard, 2009, page 91).

Les différentes transformations qu'a vécues la société algérienne ont bouleversé par ricochet l'organisation et la gestion du football. Alors qu'au départ lorsque les enjeux du football ne visaient qu'à assurer une bonne représentativité de l'équipe de football et de la ville, l'entrée d'autres enjeux surtout économiques et politiques dans le monde du football dictent aujourd'hui de nouvelles données.

Les joueurs d'une équipe qu'elle appartienne à une ville, à un village ou simplement à un quartier avaient des relations qui les rapprochaient et défendaient une identité commune. Ces liens sociaux conservaient le charme de la pratique du football aussi bien dans son cadre ludique que compétitif. Ce foyer de sociabilité tel qu'il existait autrefois fut petit à petit détruit par les enjeux économiques qui se développèrent autour de la pratique.

Aujourd'hui, même s'il est possible de s'identifier aux couleurs de l'équipe, beaucoup de supporters ne s'identifient plus à leurs équipes et moins encore aux joueurs qui viennent d'ailleurs (en provenance d'autres villes ou d'autres pays) et qui ne jouent plus pour les couleurs de la ville mais pour l'argent. Ce dernier participe à creuser une distance sociale entre les supporters et leurs clubs et c'est lui seul aussi qui permet de raviver les motivations de jouer chez les footballeurs après la disparition du lien d'affection qui permettait de partager ce sentiment d'appartenance à une identité commune. La disparition de ces relations entre joueurs et supporters peut être responsable de certaines formes de violence⁸ car les jeunes se déplacent alors aux stades pour exprimer leurs frustrations et non plus leurs appartenances⁹.

L'intense médiatisation du football appuyée par l'effet de la mondialisation offre l'occasion aux jeunes de suivre par le biais de la télévision satellitaire les prestations des équipes et des joueurs du monde entier. Il est logique que les clubs les plus riches possèdent les infrastructures les plus prestigieuses et bénéficient des prestations des meilleurs joueurs que l'on puisse trouver sur le marché¹⁰. C'est sur ces principes que se basent les grands clubs pour fortifier leur réputation.

Face à cette réalité, la jeunesse dans son éternelle quête de compétition et de prestations de qualité, adopte les championnats et les équipes qui leur procurent le plus de spectacle et qui leur permettent de vivre les meilleures sensations. Donc au lieu de supporter leurs équipes locales pour lesquelles ils n'ont plus beaucoup d'affection, ils préfèrent adhérer aux supporters des meilleures équipes du monde qui sont en mesure de leur faire sécréter de l'adrénaline.

C'est surtout pendant les soirées des finales de la ligue des champions de l'UEFA ou lors de l'apparition de certaines formations prestigieuses même dans leurs propres championnats que nous pouvons très clairement remarquer ce phénomène de supportérisme à distance (Ludovic Lestrelin, 2010) qui se manifeste chez nos jeunes au niveau des cafés et des rues de notre pays (bien qu'aucune de nos équipes locale ne soit concerné par cette compétition).

Pendant ces soirées, on se croirait pour l'espace d'un match dans les arènes de ces clubs de football ! On entend des acclamations : « *On a gagné !* », nos jeunes utilisent la première personne du pluriel pour exprimer la victoire du club européen qu'ils ont choisi de supporter. Et la deuxième personne du pluriel pour s'adresser à leurs amis qui ont choisi l'autre camp. Pendant le moment du match, personne n'est neutre, chacun s'identifiant à l'une des équipes qui joue sur le terrain.

Il est assez courant aujourd'hui de rencontrer des jeunes qui s'identifient à un club local, généralement le club de leur ville natale ou de leur région d'origine, mais aussi d'un club européen et qui participe la plupart du temps dans les compétitions les plus prestigieuses d'Europe. Toujours est-il que sous la couverture du ludique, ces jeunes défendent les couleurs et les emblèmes d'équipes européennes et s'attachent très souvent à porter leurs maillots, souvent préféré aux maillots de l'équipe locale car procurant plus de prestige aux yeux de leurs pairs. Mais n'oublions pas que l'habit est lui aussi une des formes d'expression de l'identité !

L'identité à travers l'équipe nationale de football :

Pour de nombreuses petites nations, les compétitions de football sont un moyen d'exister, d'être sur la carte, voire de rivaliser avec plus riche ou plus grand qu'eux. La coupe du monde de football organisée tous les quatre ans depuis 1930 permet cela malgré que cette compétition ne dure jamais plus que quatre semaines. La participation à ce genre d'événements procure l'illusion d'une unité politique retrouvée (c'est un moyen de ranger toute la nation derrière l'équipe nationale).

En Algérie, les manifestations célébrant la qualification au Mondial (2010) ont eu des allures de fête nationale et même les Français d'origine algérienne ont pu d'autant plus facilement être admis au sein de la communauté nationale qu'ils étaient bien représentés dans l'équipe victorieuse. Lorsque l'équipe nationale jouait, c'était une forme d'union sacrée qui se constituait derrière elle et qui venait transcender les clivages politiques, religieux, ethniques et sociaux.

Il ne faut pas confondre l'identité nationale qui est un sentiment avec la nationalité qui est une appartenance (Ernest Gellner, 1999), et pour cela, nous avons pu remarquer lors des éliminatoires de la coupe du monde 2010 que les maghrébins installés à l'étranger (qui pour la plupart ont une double nationalité) ont plus vibrés pour leur équipe de sang que pour leur équipe de sol.

Lorsque nous observons la constitution des équipes au niveau mondial, nous pouvons constater que c'est plus l'argent que détiennent les clubs que la nationalité des joueurs qui décide dans quelle formation va se produire ce dernier. Par contre, ce phénomène d'apparition de joueurs étrangers au niveau des équipes nationales répond à d'autres logiques. D'un côté, les équipes sont à la recherche de meilleurs joueurs et de l'autre, les joueurs qui n'ont pas l'occasion d'être sélectionnés dans leurs équipes nationales essaient d'avoir une occasion de paraître dans les compétitions planétaires comme la coupe du monde par exemple. C'est ce qui explique en quelque sorte qu'un certain nombre de joueurs optent pour jouer sous les couleurs d'un autre pays (ce qui ne demande en réalité que de changer de nationalité). Mais quelque soit la nationalité sous laquelle joue le footballeur, il sera toujours perçu par les supporters sous l'identité que révèle ses origines. Porteur d'une identité construite ailleurs et n'ayant pas encore bien intériorisé les rites et les traditions de la culture de destination.

Les équipes de football, constituant un support pour la représentation d'une ville ou d'un pays (Julien Auboussier, 2009, p.133) possèdent aussi d'autres symboles d'identification. La plupart des équipes des pays d'Afrique ont des noms d'animaux souvent puisés dans leurs légendes et leurs traditions. Les joueurs de l'équipe du Sénégal par exemple sont surnommés les lions de la Téranga, on retrouve aussi les éléphants de la Côte d'Ivoire, les lions indomptables du Cameroun et pour l'Algérie : les fennecs.

Ces noms, sont choisis par rapports à des symboles qui représentent le pays mais aussi des symboles qui représentent la puissance et la force pour inspirer la peur et intimider visiblement les équipes adverses. Ils peuvent aussi exprimer l'agilité et la malice comme pour les fennecs de l'Algérie par exemple.

Les appartenances multiples et les identités individuelles à travers le football :

Les observations que nous avons menées tout au long de nos différentes confrontations au terrain ont pu nous renseigner sur une multitude de pratiques mises en œuvre par les jeunes souvent dans des cadres ludiques afin d'exprimer des penchants, des attachements ou des formes d'appartenances envers une ou plusieurs équipes de football que ce soit à l'échelle locale, nationale ou même mondiale.

Nous ne saurions expliquer pourquoi ; que leurs équipes gagnent ou perdent, ces supporters lui restent fidèle. Malgré les changements fréquents de joueurs, d'entraîneurs, de direction des clubs, il y a un

attachement qui reste et qui touche très souvent le lien à un territoire. Nous pourrions même dire à une identité (footballistique). Il arrive même que certains jeunes supportent une équipe rien qu'à cause du fait qu'un certain joueur fasse partie de son effectif.

Ce qui est également intéressant à faire remarquer, c'est que la relation qu'entretiennent les supporters à leur club n'est nullement marchande. Ils ne conçoivent pas leurs relations au club en tant que simples clients d'une société sportive qui leur fournirait un spectacle en échange de rétributions monétaires. Les relations qu'ils entretiennent s'inscriraient plutôt dans une logique communautaire. Ce qui veut dire qu'ils se perçoivent comme des membres à part entière d'une communauté représentée ici par le club. Certains rapports affectifs et émotionnels qui se construisent chez les supporters, participent à l'émergence d'une identité à partir d'une passion (surréaliste) de supporters. Ce sentiment d'appartenance communautaire se manifeste dans les locutions qu'ils utilisent pour évoquer le club qu'ils affectionnent. Le « nous » lorsqu'ils parlent de ce dernier, mais aussi le « notre » lorsqu'il s'agit d'une victoire ou d'une défaite du club.

La fidélité portée au club au point de le tenir « sien » permet d'un côté au supporter animé par l'esprit communautaire, d'obtenir toutes sortes de gratifications psychosociales, qui participeront avec toute légitimité à la construction d'une reconnaissance sociale auprès de leur groupe de référence (au sein du club). Mais aussi d'un autre côté, à l'étonnement des non initiés qui ne peuvent concevoir le fait de s'approprier la victoire d'une équipe sans avoir soi-même participé et joué un match de football.

Mais ce qui marque surtout les consciences, c'est le fait de voir des supporters qui véhiculent la même *grinta* que les joueurs. Au-delà de l'intérêt, il y a une passion, qui fait hurler les supporters et les faits se déplacent à l'autre bout du pays ou même patienter sous la pluie, rien que pour encourager leur équipe, être présent et participer au spectacle que produit le match de football. Les supporters et leur équipe de football forment une histoire d'amour qui dépasse toutes les frontières. D'après Stéphane Mourlane le football peut se rapprocher de la mythologie. C'est une histoire qui produit ses légendes, ses héros, ses dieux (Variol Manon, 2019).

Le football qui est reconnu pour son universalité, serait selon les écrits de Jules Rimet (fondateur de la Coupe du monde), publiés en 1954 « un facteur de rapprochement entre les peuples ». Et si très souvent nous pouvons remarquer un certain nombre de contradictions dans le monde du football, qui nous renvoient à un sport d'un côté lié à un vrai business et en même temps basé sur des valeurs de solidarité, elles mettent avant tout en avant celles de nos sociétés contemporaines.

L'étude de ce sport-spectacle permet de nous interroger sur la complexité de notre monde, et de voir ce que peut nous dire le football sur le monde contemporain dans lequel nous vivons ; le considérant comme un prisme qui nous permettrait de comprendre notre société.

Certes nous entendons aussi souvent dire que le football participe à alimenter des rivalités sportives à tous les niveaux de la compétition. Mais nous devons nous mettre à l'esprit que si la violence existe dans les stades, c'est parce qu'elle existe d'abord dans la société.

Nous rencontrons dans le football un ensemble de maux sociaux comme, la corruption, la triche, le dopage, comme il est également possible de rencontrer des formes d'instrumentalisation du football par le politique ; que nous n'allons pas aborder dans ce texte, mais qui sont des processus qui se basent sur des arguments liés à l'identité locale ou nationale pour pouvoir fonctionner et donner des résultats ... mais n'oublions pas que ces phénomènes émanent avant tout de la société dans laquelle nous vivons.

Conclusion

Les deux principaux reproches que l'on adresse souvent à la mondialisation sont qu'elle est dominée par les américains et qu'elle participe à effacer les identités nationales. A travers l'exemple que nous avons choisi : le football ; il est clair que ce n'est pas l'Amérique qui domine ce sport d'équipe et qu'au contraire, n'importe où dans le monde, le football vient renforcer les sentiments d'identités nationales. Il transcende tous les clivages, qu'ils soient économiques, sociaux, ethniques ou religieux et rassemble toute la nation autour de son équipe, même dans les pays où l'unité nationale est menacée par des crises sociales, économiques, politiques ou militaires.

L'identité nationale est fabriquée grâce à des symboles. Le drapeau national, l'hymne, les couleurs des maillots après qu'ils eurent été adoptés officiellement par les pays (et par la FIFA) lors des compétitions internationales ont participé à raviver les sentiments patriotiques. Le football est considéré aujourd'hui comme un instrument des plus puissants (devenu presque une religion) qui contribue à la formation et à l'expression des identités nationales dans de nombreux pays surtout en Amérique du Sud, en Europe et en Afrique.

Considéré comme le sport le plus suivi dans le monde ; le nombre de supporters mondiaux du football est estimé par le site 'remitly' (remitly, 2024), à près de 3,5 milliards de supporters, ce sport, considéré comme le plus populaire est aussi exploité par les médias et par les différents marchés économiques. Les grandes marques ont vite compris qu'il fallait associer le football à leurs produits. Au cours de l'année 2024 par exemple, les 10 clubs Européens de football qui ont vendus le plus de maillots et produits dérivés (Gaubert, 2024) ont réussi à engrener la somme de : 1164 millions d'euros.

Le vêtement est aussi aujourd'hui l'un des modes d'expressions favorites des groupes de jeunes, ces derniers portent les mêmes vêtements que leurs champions et se comportent comme eux. Ils se construisent à travers ces gestes une identité sociale qui leur permet de s'identifier à leur groupe de pairs. Car le sport, c'est aussi, surtout et avant tout ; une identité juvénile.

Références

- Auboussier Julien. 2009. Identités de club, imaginaires et territoires dans la PQR, *Les Cahiers du journalisme* n° 19, Page 133.
- Blanchard Bertrand. 2009. « Appartenir à un club : les identités sportives dans la France du premier XXe siècle », *Cahiers d'histoire. Revue d'histoire critique*, 107, 91-103.
- Boniface Pascal. 2006. *Football et mondialisation*, Paris : Armand Colin, 173 pages
- Campillo Philippe. 2022. Football : pourquoi malgré les études scientifiques les résultats sont imprévisibles, consulté le 19 janvier 2025. <https://www.lejdd.fr/Sport/football-pourquoi-malgre-les-etudes-scientifiques-les-resultats-sont-imprevisibles-4154857>
- Fourchard Laurent, Goerg Odile, Gomez-Perez Muriel. 2009. *Lieux de sociabilité urbaine en Afrique*, Paris : eds. L'harmattan, 614 pages.
- Gellner Ernest. 1999. *Nations et Nationalismes*, Paris : Bibliothèque historique Payot.
- Gaubert Elie. 2024. Top 10 des clubs qui vendent le plus de maillots en 2024. Consulté le 31 décembre 2024. <https://www.90min.com/fr/posts/top-10-des-clubs-qui-vendent-le-plus-de-maillots-en-2024>
- Lestrelin Ludovic. 2010. *L'autre public des matchs de football, sociologie des supporters à distance de l'Olympique de Marseille*, Paris : Editions EHESS, Collection En temps et lieux, 281 pages.
- Remitly. 2024. Les sports les plus populaires à travers le monde en été 2024, classés par pays. Consulté le 31 décembre 2024. <https://blog.remitly.com/fr/mode-de-vie-et-culture/les-sports-les-plus-populaires-a-travers-le-monde-classes-par-pays/>

- Variol Manon. 2019. D'où vient la passion (surréaliste) des supporters pour leur équipe de football ?, consulté le 16 janvier 2025, <https://www.laprovence.com/article/societe/5748764/famille-attachement-emotions%E2%80%A6dou-vient-cette-passion-des-francais-pour-le-foot.html>
- Wahl Alfred. 1990. Le football, un nouveau territoire de l'historien. In: *Vingtième Siècle*. Revue d'histoire. N°26, pp. 127-132.

¹ Le rouge : cette couleur exprime l'amour et le sacrifice pour la patrie.

² Le vert : cette couleur est la couleur symbolique de l'Islam et exprime l'espoir du peuple Algérien.

³ Né le 12 Août 1936 à Sétif, il évolua à l'Association Sportive de Saint-Étienne dès 1954. Puis fut sélectionné en équipe nationale Française dès 1956.

⁴ Né le 19 Octobre 1928 à Alger, il a joué à Cannes et Monaco et a été sélectionné en équipe de France.

⁵ Né le 25 juillet 1927 à Hussein Dey et mort le 19 novembre 1970 à Alger. Il jouait à l'AS Monaco avant d'aller à l'équipe du FLN.

⁶ Ces footballeurs versaient aussi au FLN la « taxe révolutionnaire » qui pouvait aller jusqu'à 15 % du salaire qu'ils percevaient.

⁷ Lorsque nous entendons les jeunes habitants de la ville de Oran dire que : « Oran a gagné ! » ou bien que : « Oran joue en Championnat National de Football Professionnel d'Algérie », en parlant de la ville de Oran, c'est de l'Union Sportive de la Médina de Oran (le club de football de la ville) dont il est question dans leurs propos.

⁸ D'autres formes de violences auxquelles nous n'allons pas faire référence dans cette communication concernent les matchs de derby entre les grandes équipes du championnat algérien.

⁹ Le contexte de misère sociale vécu par les jeunes a fait naître aussi ces dernières années des phénomènes comme la *Harga*, mais aussi la recherche de racines de bi nationalité pour obtenir la nationalité française et pouvoir vivre sous de meilleurs cieux.

¹⁰ Les meilleurs joueurs sont puisés même du fin fond de l'Afrique, sous une forme de nouvelle traite négrière. Voir à ce sujet : Maryse Ewanjé-Epée, *Négriers du foot*, Éditions Rocher, Paris, 2010, 293 pages