

MASSALIA

PARIS-MARSEILLE: L'AUTRE CLASSICO.
40 années de guerre de styles.

©Alain SAUVAN

R 20000 - 001 - F. 0,00€



JOA

Conception graphique: Alan ROMEIRA



MASSALIA

Commando Ultra (1984)

Yankee Nord (1987)

South Winners (1987)

Fanatics (1988)

✧

Thunderbirds (1992)

Dodger's (1992)

Marseille Trop Puissant (1994)

✧

Brava Massalia (2008)

AGAINST MODERN FOOTBALL

Les termes *style(s)* et *style(s) visuel(s)* qui seront cités tout au long de cet article se définissent comme « identités visuelles ». Contrairement à ce dernier, le style ne prend pas part à une soi-disant appartenance politique.

À travers les années, les groupes de supporters dans le milieu du sport, appelés Ultras se sont identifiés par le biais de styles visuels que l'on connaît pourtant assez mal. Il est important pour ces groupes de se définir et se démarquer visuellement des autres. En plus de l'équipe qu'ils supportent, ils veulent aussi se créer leur propre team. Autrement dit, une équipe de supporters, composée de personnes différentes qu'on surnomme de « gars », (précisions cependant qu'il ne faut pas voir ce terme comme un nom genré mais plutôt comme un qualificatif collaboratif).

Le terme *ultras* a vu le jour en Italie en 1968. Dans son pays d'origine, ce terme évoque systématiquement ce type de supporters. Cela permet de les démarquer (pour les « connaisseurs ») des autres groupes de style *Casuals*, *Hooligans* ou encore des groupes hybrides. En France, il a une définition bien radicale qui ne correspond pas à la version italienne. C'est pour cette raison que je modifierais ce terme en employant celui de « supporters *fervents* »

et considérerais l'ensemble de ces mouvements comme du « supportérisme engagé ». Un « supporter engagé » est pour moi une personne qui, dans sa pratique de supporter, s'investit à grande échelle dans le mouvement auquel elle s'associe.

Tous les mouvements se définissent par les trois mêmes caractéristiques : l'aspect, la culture, l'activité¹. J'ai décidé de me focaliser sur le supportérisme *fervent* (*Ultras*). Les images, lettrages et symboles utilisés dans ce mouvement ne sont pas utilisés par hasard et c'est loin du football que nous comprendrons d'où elles viennent. De Paris à Marseille, cet écrit parlera des différents matos qu'il s'agisse de bâches, d'étendards, de drapeaux, d'écharpes, de stickers ou même de fanzines. L'étude du contexte sociologique permettra de comprendre comment les groupes de supporters fervents peuvent s'inspirer des tendances sociétales de l'époque dans laquelle ils vivent, ils s'associent à elles et parfois se les réapproprient.

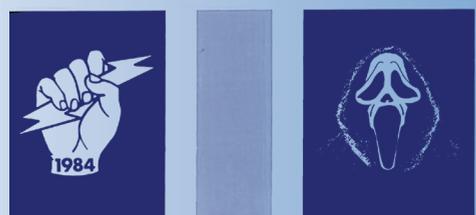


©JEAN-PAUL PELLISSIER / REUTERS

1. Page 19, ligne 12. GARNIER Christophe-Cécil et SCARBONCHI Frédéric, *Supporter : Un an d'immersion dans les stades de football français, Paris* : Éditions Amphora, 2019.

1980

Les *Commando Ultra (C.U)* voient le jour en France en 1984. Il s'agit bien de la naissance d'un groupe, mais l'utilisation du pluriel pour désigner celui-ci est quelque chose de très courant. Ce groupe supporte le club de l'Olympique de Marseille. Il s'agit du premier groupe de l'histoire à caractère fervent en France. Leur logo est composé d'une tête de mort vêtue d'un bonnet nous regardant dans un angle trois quarts. Avant cela, leur logo était une tête de mort bien plus simple, semblable à celle d'un drapeau pirate. Les *C.U* s'ornent les premières années d'une bache au caractère typographique très géométrique, mais tout à fait simple. C'est seulement cinq ans plus tard que les *C.U* finiront par renouveler leur bache avec une typographie qui reste dans les mêmes codes, mais avec des courbes un peu plus présentes. Les renouvellements de bache se font uniquement par volonté du groupe. C'est-à-dire qu'en cas de vol de baches (pratique très courante) elle est refaite à l'identique de celle dérobée. En plus des cultures contemporaines, les groupes arborent et imaginent leurs iconographies en s'inspirant d'univers du monde entier et parfois d'époque très ancienne. En l'occurrence, une variante de leur logo bien connu est un point tenant un éclair, une allusion à *Zeus*, bien revendiquée. C'est une manière de représenter Marseille, son équipe et ses supporters comme des choses mythiques. Une variante de logo bien plus connue existe cette fois avec une référence bien plus contemporaine : *Freddy les griffes de la nuit*. Dans un univers qui paraît plus traditionnel, les *Yankee Nord* fondé en 1987 utilise un logo qui est franchement inspiré des armoiries de la ville de Marseille (nous remarquerons d'ailleurs qu'après cette



création, les étendards à l'effigie du blason de la ville défendu verront le jour de plus en plus de manière revisitée ou originale).

Les *YN87* utilisent jusqu'à aujourd'hui le symbole d'un cavalier sécessionniste vêtu de bleu Marseille. Pourquoi un soldat de ce style est-il représenté. La France se compose en quelques sortes de deux régions footballistiques: le nord avec Paris et le sud représenté par Marseille. Dans ce cas les supporters serait l'allusion de soldats séparatistes voulant rendre la cité phocéenne plus nationale. Dans la même tribune, au-dessus d'eux : Les *Fanatics*.

Créés en 1988, ils utilisent le drapeau provençal (rayures verticales sangs et ors) comme symbole du groupe et ajoutent à cela quelques symboles de la ville mais aucune représentation humaine ou animale (outre le lion et le taureau du blason de la ville). Il

faut savoir que des typographies au style « Psyche² » seront énormément utilisées par les trois groupes cités précédemment (*CU84*, *YN87*, *FM88*). Le seul groupe des années 1980 qui arrivera à se démarquer des autres se

nomme *South Winners 87*, également appelés « les révolutionnaires orange » dans *Culture Tribune*³ ou encore *Orange Dynamique*⁴ dans un article écrit pour *Respect Mag*. Un bulldog

est utilisé comme symbole et la couleur principale des *Winners* qui est loin d'être du bleu est alors liée à la manière de porter les vestes *bombers*, à l'envers avec ce revers orange pétant symptomatique. Ce geste leur permet de porter un *bombers* sans se lier à l'image fascistes des *Boulogne Boys* qui portent eux leurs vestes normalement. C'est un geste en quelque sorte anti-fasciste.

2. La Davison Psyche crée par Meyer DAVISON est la typographie « psyche » la plus utilisé dans le mouvement.

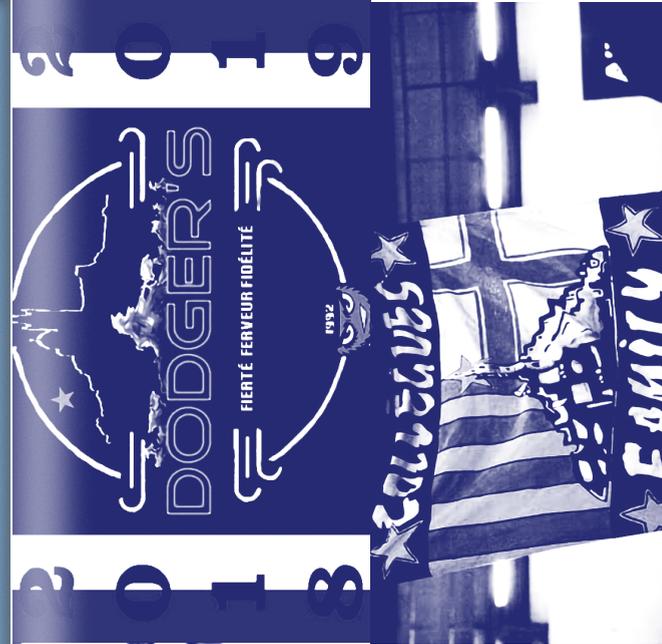
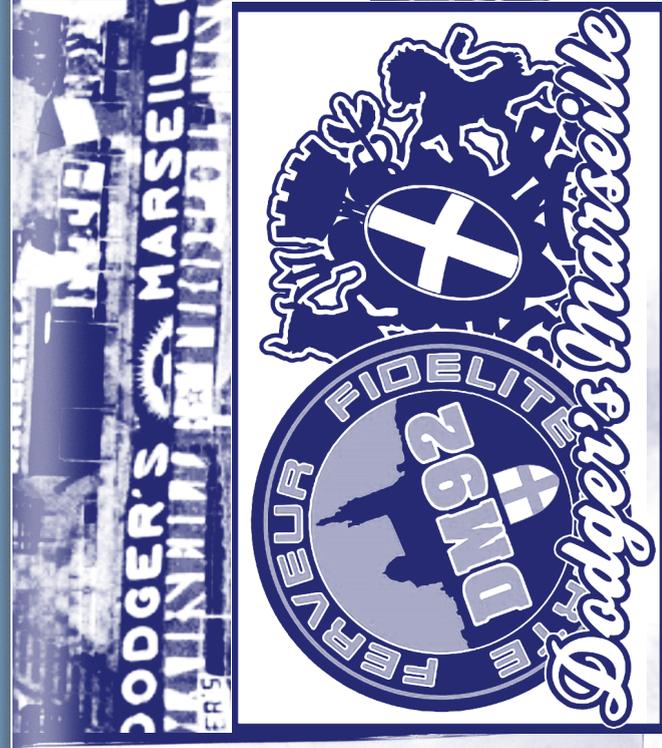
3. *Culturetribunes*, n° 5, Paris, 2008. (Magazine)

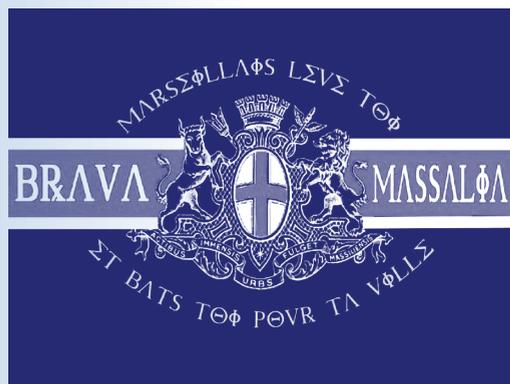
4. BELHIDAQUI Mounir, « À Marseille, les Winners garants de la lutte antiraciste », *Respectmag.com*, publié en ligne le 21 février 2017.

1990



Les *Thunderbirds* naissent en 1992. Des anciens membres du *FUW*, collectif qui regroupaient à l'époque les trois principales associations du Virage Sud Marseillais (*Fanatics-Ultras-Winners*). Leur nom fait référence à un oiseau de feu ou de tonnerre selon les versions, un nom qui s'inspire des traditions amérindiennes. Le groupe a vécu quatre années donc les conditions ne permettent pas d'étudier correctement leur style. Les *Dodger's* sont des voisins des *Fanatics* et des *Yankee* et ça se ressent. En effet, l'amour pour le territoire Marseillais et provençal ressort chez ce groupe. Loin de mettre des références de la *pop culture* comme le font les *CU* et Les *SW*. La silhouette de la ville dans un avec des rayons de soleil en arrière-plan et parfois représenté. Une forme poétique pour rendre hommage à un territoire comme le souligne leur typographie manuscrite. Nous arrivons au cœur des années 1990 et les groupes fervents aux couleurs et symboles rastafari voient le jour grâce à l'arrivée des *MTP*, *Marseille Trop Puissant* en 1994. Ce groupe du virage nord est alimenté par des styles qui vont attirer les plus jeunes ultras de la cité phocéenne. Oubliez le bleu, chez les *MTP* c'est le vert le jaune et le rouge qui domine. Bob Marley, un clown fumant un joint et un poulpe jamaïcain. Voilà les trois symboles qui représentent le groupe le plus jeune de Marseille. On ne peut nier que les *MTP* ont une allure bon enfant. Nous croisons parfois des références à l'univers de *Mario Bros*.





2000

Les *Brava Massalia* est l'un des derniers (grand) groupes à avoir été créé à Marseille et cela en 2008. Leur nom est inspiré de la mouvance sud américaine nommé *Barra Brava*. Lors de quelques rencontres, une bache rouge est mise sur les garde-fous. Elle a été créée à l'occasion d'un anniversaire d'une amitié avec *Los Pibes de Los Bombos de Independiente*. Hormis cette bache un peu spéciale, les *BM* en arborent une avec un aigle mythologique au centre faisant aussi office de logo. Les lettres utilisées sont soit grecques ou latines, mais dans ce dernier cas elles adoptent tout de même un style hellénique. Un deuxième logo verra le jour un peu plus tard (sans supprimer l'ancien). Il s'agit de *Dark Vador*. Les *Brava* aiment les gladiateurs et ça, peu importe la période qu'il représente.

2010

Aucun (grand) groupe ne fût créé cette décennie à Marseille.

Au début du *mouv*, les Marseillais prendront une tête de mort et les Parisiens répondront avec un crâne aussi. Ces derniers utiliseront un bulldog pour le logo d'un nouveau groupe et les South Winners feront de même. Mais le dialogue évoluera avec le temps et s'installera plus entre les groupes du même club supporté. Du côté de Paris ce sera les motifs Tartan qui seront beaucoup utilisés, la Grande-Bretagne étant plutôt proche de Paris. Tandis qu'à Marseille ce sera les conceptions locales qui intéresseront. Les créations de la *Fonderie Olive*¹⁰ seront utilisées par les groupes de l'OM. Les concepteurs imaginent leurs styles par rapport à ceux qui les entourent et ceux qu'ils peuvent voir dans la même tribune. Avec une plus grande ouverture à la culture au fil des années, les références se diversifient et s'élargissent dans la conceptualisation des créations.

10. La Fonderie Olive était une fonderie typographique situé à Marseille.

