

AIX-MARSEILLE UNIVERSITÉ
FACULTÉ DE DROIT ET DE SCIENCE POLITIQUE D'AIX-MARSEILLE
INSTITUT DE RECHERCHE ET D'ÉTUDES EN DROIT DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

MEDIAS ET SPORTS
UNE RELATION D'INTERDEPENDANCE ET PRIVILEGIEE

MÉMOIRE POUR L'OBTENTION DU MASTER
« DROIT DES MÉDIAS ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS »

PRÉSENTÉ PAR
Hugo CONSANI

Sous la direction de Monsieur Frédéric LAURIE,
Maître de conférences à l'Université d'Aix-Marseille



Année universitaire
2012-2013

AIX-MARSEILLE UNIVERSITÉ
FACULTÉ DE DROIT ET DE SCIENCE POLITIQUE D'AIX-MARSEILLE
INSTITUT DE RECHERCHE ET D'ÉTUDES EN DROIT DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

MEDIAS ET SPORTS
UNE RELATION D'INTERDEPENDANCE ET PRIVILEGIEE

MÉMOIRE POUR L'OBTENTION DU MASTER
« DROIT DES MÉDIAS ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS »

PRÉSENTÉ PAR
Hugo CONSANI

Sous la direction de Monsieur Frédéric LAURIE,
Maître de conférences à l'Université d'Aix-Marseille



Année universitaire
2012-2013

REMERCIEMENTS

Je tiens en premier lieu, à remercier mon Tuteur de mémoire, Monsieur le professeur Frédéric Laurie, pour avoir accepté de diriger mes recherches, mais également pour ses conseils avisés qui m'ont été d'une aide précieuse dans la rédaction du présent mémoire.

J'adresse également mes remerciements à Madame Catherine Bouchet, qui par son extrême dévouement, m'a permis d'avancer sereinement dans mes écrits et recherches.

Un grand merci à Maître Francis Borde, Avocat au Barreau de Marseille, traitant de nombreux dossiers relatifs à des problématiques sportives pour son éclairage sur certaines notions complexes, de même qu'à Monsieur Jean-Pierre Bernès, agent de joueur, pour ses explications sur la réalité de cette profession.

Je n'ometts pas de mentionner ma famille et mes proches qui de par leurs compétences encyclopédiques en matière de sport ont su m'aiguiller tout au long de cette étude.

Je n'oublie pas mon camarade et ami, Sébastien Cacioppo, qui m'a aidé dans la mise en page finale de mon mémoire, tout comme ma mère, Christiane Consani, qui a procédé à une ultime relecture de l'ensemble de mon travail.

LISTE DES PRINCIPALES ABREVIATIONS

FIFA	Fédération Internationale de Football Association
RMC	Radio Monte Carlo
CNN	Cable News Network
UEFA	Union of European Football Associations
MLS	Major League Soccer
TMC	Télé Monte Carlo
CSA	Conseil supérieur de l'audiovisuel
LFP	Ligue de football professionnel
NBA	National Basket Association
TPS	Télévision par satellite
AC	Autorité de la concurrence
OM	Olympique de Marseille
PSG	Paris Saint Germain
FIA	Fédération Internationale de l'automobile
NFL	National Football League
LNH	Ligue nationale de Hockey
DIC	Droit à l'image collectif
DNCG	Direction nationale de contrôle de gestion

SOMMAIRE

INTRODUCTION

PARTIE I : LA COUVERTURE MEDIATIQUE DU SPORT

Chapitre 1 : La couverture médiatique jusqu'aux années 80

Chapitre 2 : La couverture médiatique depuis l'arrivée de Canal plus

PARTIE II : L'INFLUENCE DES MEDIAS SUR LE SPORT

Chapitre 1 : Les médias, en tant que pédagogues du sport

Chapitre 2 : Les médias créateurs de rivalité

CONCLUSION

« Le sport qui n'évolue pas dans le sens des médias va mourir à petit feu. »

Fabien Canu

INTRODUCTION

Le sport est une notion connue de tous et que chacun d'entre nous a au moins expérimenté une fois dans sa vie que ce soit par contrainte, par simple plaisir ou par goût de la compétition sportive.

Le sport a bien sur vocation à être pratiqué pour diverses raisons, mais aussi d'être regardé, suivi, commenté et même parfois disséqué.

Si de tels moyens sont développés, c'est parce qu'il suscite incontestablement un réel engouement chez des millions de personnes au niveau planétaire et il est possible de l'assimiler à un phénomène universel d'un point de vue spatiotemporel.

Cet attrait pour le sport n'est pas nouveau car il existait déjà à l'antiquité avec par exemple, les combats de gladiateurs pour lesquels les gens n'hésitaient déjà pas à se masser dans des arènes à l'ambiance survoltée, considérées comme les ancêtres de nos stades modernes, mais aussi à l'époque de la Grèce antique ou encore de Byzance.

L'activité sportive est depuis longtemps préconisée pour faciliter la sociabilité de l'individu. En effet, elle permet de s'exprimer à l'aide de son corps, mais aussi un enseignement collectif qui donne l'occasion d'acquérir des connaissances par le partage existant au sein d'un groupe.

Le langage du corps est réputé être la meilleure façon d'extérioriser ses émotions par de nombreuses personnes qualifiées, et est donc une très bonne forme d'expression et de communication. De plus, l'enseignement collectif, possible grâce aux liens créés dans une équipe ou entre supporters, permet de créer une proximité et une réelle complicité entre les individus. Ces paramètres, à eux deux, définissent la socialisation de l'Homme, car il communique avec un groupe plus ou moins étoffé par l'intermédiaire du sport.

La caractérisation du sport

Au strict niveau sémantique, Le terme de « sport » a pour origine le mot de vieux français « *desport* » qui signifie « divertissement plaisir physique ou de l'esprit ».

De l'autre côté de la Manche, « *desport* » se mue en « *sport* » et évacue de son champ la notion générale de loisirs pour se focaliser sur les seules activités physiques, conception reprise également par les allemands.

Au niveau français, il en est en fait usage pour la première fois dès 1828.

Le sport, contrairement au terme « *desport*, » exclut les jeux de société ou de l'esprit qui étaient très pratiqués en France à partir du treizième siècle, mais cependant la frontière entre jeux et sports n'est pourtant pas très claire.

Le sport se conçoit comme un ensemble d'activités physiques qui peuvent se dérouler soit de manière individuelle, soit en équipe, tout en pouvant donner lieu à des compétitions .

Cependant quatre éléments essentiels peuvent le définir avec plus de clarté :

- La mise en œuvre de qualités physiques (résistance, force, adresse etc).
- Une activité régie par des règles ayant vocation à être les mêmes sur l'ensemble de la planète.
- Une pratique devant déboucher majoritairement sur de la compétition.
- Une pratique fédérée, c'est à dire placée sous la dépendance d'une fédération sportive.

Ces fondements quelque peu sentencieux ne visent pourtant pas à éluder la pratique du sport en tant que loisir, source d'épanouissement ou garant de bonne santé qui sont tous trois des motifs fondamentaux et incitatifs à la pratique sportive.

À ce titre une citation est éclairante, « la victoire vient bien avant le résultat et les heures d'entraînement. Elle se construit à force d'envie et de croyance en elle. Tu gagneras si tu y crois vraiment »¹.

Le phénomène de médiatisation du sport

Ce phénomène est apparu de manière progressive et en concordance avec les évolutions technologiques concernant la radiodiffusion.

C'est en effet la presse écrite qui la première, a commencé à relater dans ses pages le compte rendu d'évènements ou de résultats sportifs.

Elle a ensuite été suivie par la radio qui de par sa portée, a permis de toucher et de fédérer un public encore plus nombreux.

Toutefois, il faut reconnaître que la véritable médiatisation est intervenue avec l'avènement de la télévision qui a permis de diffuser un spectacle sportif en direct, et ce avec de l'image et du son². En effet, tout évènement sportif est aujourd'hui filmé et il existe des

¹ DICK (F.), *Principe de victoire*, éd. Company Limited, 2010.

² THOMAS (R.), *Histoire du sport*, éd. PUF, 2006, 17 p.

chaînes de télévision uniquement pour diffuser du sport en permanence. Sur Internet, de nombreux liens renvoient vers les Fédérations, comme le site de la Fifa (Fédération Internationale de Football Association).

On peut y trouver tous les calendriers avec les équipes correspondantes, ainsi que les dernières informations et nouvelles importantes. Il en est de même pour tous les sports.

Dès qu'un évènement sportif d'un minimum d'importance a lieu, de nombreux journalistes sont mobilisés afin de couvrir l'évènement. Vous pouvez alors être quasi sûr de retrouver la rencontre sportive, tel un match de tennis, de foot ou autre, rapidement sur Internet, dans les journaux ou à la TV.

Les Coupes du Monde sont les évènements les plus attendus. Celles de rugby ou de foot sont suivies et disséquées sur pratiquement toutes les chaînes de télévision, à la radio, sur Internet, et même publiées sur journal le lendemain. De plus, la médiatisation des joueurs entraîne souvent une identification du peuple à ces stars du sport. Les enfants sont principalement réceptifs et veulent alors pratiquer le même sport que leurs idoles afin de tenter de connaître la même réussite. Les clubs locaux augmentent alors leur nombre d'adhérents et on assiste à un développement des équipements sportifs. L'emprise de la télévision n'a d'ailleurs fait que s'accroître et cela se matérialise aujourd'hui par le fait que c'est ce moyen de communication qui retransmet toutes les grandes compétitions sportives.

La dernière avancée est concomitante à l'arrivée d'internet qui lui aussi, agit en tant que diffuseur mais en reprenant en amont les images de chaînes sportives et n'agit pas par conséquent en tant que média indépendant.

On remarque donc aisément que le sport dispose d'un large éventail de supports médiatiques qui contribue la plupart du temps à populariser, avec plus ou moins de succès, différentes disciplines.

La relation d'interdépendance entre les médias et le sport

Les éléments développés précédemment permettent de bien comprendre qu'il existe une relation d'interdépendance entre les deux notions que sont le sport et les médias.

Cette proximité n'est en rien désintéressée, car chacune des deux composantes se sert de l'autre afin de favoriser ses desseins.

En effet, le sport a besoin des médias pour se faire connaître et plus largement se faire populariser. On note clairement qu'après la diffusion d'une compétition sportive avec une

grosse couverture médiatique, une recrudescence de la pratique du sport diffusé est à noter. De même, les chaînes de télévision ne font pas preuve de philanthropie en diffusant ces spectacles sportifs.

Cette relation d'interdépendance peut perdurer de par la fonction même des médias qui procurent bien sur et avant tout de l'information : informer sur les scores des équipes qui se sont affrontées, décrypter le jeu des grandes équipes, leurs tactiques...

Un simple spectateur doit être amené à comprendre ce qui est dit, même s'il ne dispose que de peu de connaissance dans le domaine. Les scores sont toujours très attendus, car ils permettent d'établir un classement entre équipes et par conséquent de se faire une idée précise du réel niveau des participants. De plus, le décryptage du jeu des équipes est fréquent, et de nombreux supporters aiment comprendre le jeu de leur équipe, afin de mieux cerner les points forts et points faibles de cette dernière.

Le rôle de distraction est ensuite rempli par la diffusion d'informations qui touchent le sport en général, comme les affaires de dopage, les déboires des joueurs, ainsi que les changements d'entraîneurs et de joueurs qui dépassent très largement la sphère sportive pour s'immiscer dans la sphère relative à la vie privée.

Les médias informent donc sur les coûts de transfert de joueurs, qui créent souvent la polémique. Par exemple, les transferts de Beckham ou de C.Ronaldo ont soulevé pas mal de débats dans le monde du football³.

Il faut aussi parler des bénéfices que peut procurer la médiatisation des événements sportifs. Si nous prenons l'exemple de la Coupe du foot en Afrique du Sud, elle a permis une forte affluence des touristes et d'une manière indirecte de relancer plus ou moins l'économie de celle-ci.

Les médias ont donc principalement des rôles d'information et de distraction, même s'ils permettent aussi de créer des bénéfices grâce à la diffusion des informations.

On assiste alors à la création d'un marché global du sport qui s'avère être profitable pour tous les acteurs concernés.

En effet ce marché la est très juteux pour les chaînes de télévision qui tirent d'énormes recettes publicitaires qui découlent de la diffusion d'une manifestation sportive.

³ David Beckham et Cristiano Ronaldo sont les deux footballeurs qui bénéficient de la plus large couverture médiatique.

Cette rentabilité est aussi visible par la bataille que se livrent les chaînes afin d'acquérir les droits d'exclusivité pour la diffusion d'un sport et qui se chiffrent régulièrement à des centaines de millions d'euros. Par exemple les droits du championnat de France de football ont été cédés pour la période 2008-2012 à 668 millions d'euros.

La puissance du mouvement sportif est aujourd'hui considérable, il est une des composantes de la mondialisation.

Une fédération internationale comme la FIFA a la capacité de modifier les règlements et d'exiger sa mise en application à la planète entière. Certains ont donc pu estimer que le sport proposerait ainsi un premier modèle de mondialisation réelle.

Toutefois cette vision mercantile de la relation entre ces deux entités n'est pas le prisme sous lequel ce mémoire développera leur relation.

Le propos ici est davantage de s'intéresser au développement de la médiatisation du sport de manière historique afin de mieux en comprendre les différentes avancées en la segmentant en périodes distinctes.

Il faudra pour cela répondre à des questions telles que : comment est née cette médiatisation ? Quel média est le plus à même de populariser le sport ? L'arrivée de chaînes à péage a-t-elle fait bouger les choses ? La concurrence entre ces dernières est-elle saine ?

Pour cela, il est nécessaire dans un premier temps de se pencher sur la couverture médiatique du sport (PARTIE I).

Cependant, notre étude s'avérerait incomplète si ne nous arrêtons qu'à cet aspect précis. Il est évident qu'une médiatisation toujours plus accrue entraîne irrémédiablement des effets sur les sports eux mêmes en en diffusant les valeurs, en les explicitant et en leur conférant une approche quasiment philosophique.

Cette approche des choses fait donc accéder à la lumière ceux qui sont les garants de ces valeurs, qui les représentent et les véhiculent, c'est à dire les sportifs.

Pour eux, les médias sont un tremplin vers la gloire mais peuvent aussi constituer une descente aux enfers.

Il s'agit ici du côté pervers d'une trop grande médiatisation qui cherche davantage le sensationnel en quittant son rôle d'analyste pour revêtir celui de partie prenante de la chaîne, en créant de nouveaux héros contemporains ou en entretenant des rivalités tout en les exacerbant au maximum.

C'est donc pour toutes ces raisons que l'étude de l'influence des médias sur le sport s'avère indispensable (PARTIE II).

PARTIE I :

LA COUVERTURE MEDIATIQUE DU SPORT

Il apparaît évident que si le sport bénéficie d'une telle couverture médiatique, c'est que le public est réceptif à ce phénomène. Cette théorie a été confirmée en France à l'aide d'une étude qui démontre que les français sont fans de sport dans les médias.

En effet, ils sont 63% à s'intéresser au sport et plus encore les hommes (75%) et les sportifs réguliers (81%) et ce majoritairement à la télévision⁴.

Cet attrait peut s'expliquer par le fait que suivre le sport est un moment de divertissement ainsi que l'assurance de passer un bon moment avec son entourage.

C'est aussi une marque de soutien envers les athlètes et un bon vecteur d'émotions.

Toutes ces raisons cumulées peuvent ainsi justifier le fait de se pencher davantage sur les différents aspects de cette couverture médiatique afin de mieux en comprendre les évolutions ainsi que les mécanismes qui la composent.

CHAPITRE 1

LA COUVERTURE MEDIATIQUE

⁴ Source : www.mediametrie.fr

JUSQU' AUX ANNEES 1980

En effet, une distinction est à effectuer entre la couverture médiatique antérieure aux années 80 et celle postérieure à cette date. La raison principale réside dans l'arrivée d'une chaîne à péage dans le paysage audiovisuel français, Canal plus, qui va révolutionner le traitement médiatique du sport comme nous le verrons par la suite.

Afin de mieux cerner les enjeux en présence, un bref rappel historique s'impose et permettra de mieux appréhender la couverture médiatique du sport en l'envisageant chronologiquement et étapes par étapes.

SECTION 1 : UNE COUVERTURE MEDIATIQUE CONCOMITANTE AVEC LES AVANCEES TECHNOLOGIQUES

Le sport et l'information sportive ont bien entendu suivi les évolutions des médias et des pratiques journalistiques. Le sport a même en quelque sorte servi de terrain d'échauffement aux nouvelles techniques médiatiques.

En effet, la configuration médiatique a historiquement contribué à la mise en place d'organisations et de compétitions sportives.

Son apport ne s'est pas limité à cet aspect des choses car elle a aussi entraîné une adaptation des dispositifs et règlements sportifs aux nouvelles techniques et procédures médiatiques.

Cette ampleur prise par la couverture médiatique du sport peut aussi se justifier en grande partie par les avancées technologiques des moyens de communication qui ont permis de toucher un public plus large en présentant au fur et à mesure un spectacle plus attirant et de meilleure qualité.

Ainsi, au vu de ces éléments, nous pouvons envisager de retracer quelques évènements fondateurs de la relation jamais démentie entre le sport et les médias.

Paragraphe 1 : Genèse de l'arrivée du sport dans les médias : La presse écrite

Cette arrivée ne s'est pas faite du jour au lendemain comme nous le disions précédemment en un seul claquement de doigts, mais a au contraire suivi corrélativement les évolutions technologiques des moyens de communication.

C'est donc par conséquent la presse écrite qui s'est penchée la première sur le compte rendu d'évènements sportifs.

Historiquement, les premiers articles sportifs se situent vers le milieu du 18^{ème} siècle. En effet, dès 1733, « *the boston gazette* » relate le combat de boxe professionnel entre Jhon Faulconer et Bob Russel.

Cependant, le premier véritable journal spécialisé se nomma « Bell's Life » créée en Angleterre en 1838 par des coureurs professionnels et ne paraissant à ses débuts que le dimanche.

En France, dès 1854 paraît le journal « sport » à raison de deux numéros par mois, mais ce dernier est orienté vers un public aristocratique et donc le tirage est par conséquent faible.

Un sport en particulier va favoriser dans notre pays l'essor de la presse sportive et il s'agit du cyclisme. Cela s'explique par la rivalité qui va naître entre deux journaux spécialisés de ce sport dénommés « le vélo » fondé par Paul Rousseau en 1892 et « l'auto-vélo » d'Henri Desgrange et qui débute sa publication en 1900.

En 1903, la guerre entre *Le Vélo* et *L'Auto-Vélo* se poursuit et le 16 janvier, ce dernier perd un procès qui lui était intenté par le « vélo » et se trouve contraint de renommer « *L'Auto-Vélo* » en « *L'Auto* ». En plus de ce changement de titre intervient l'arrivée de nouvelles publications sportives.

De cet affrontement fratricide, va naître l'une des compétitions sportives les plus emblématiques de notre pays, c'est à dire le Tour de France.

Cette idée est née par l'intermédiaire d'un des collaborateurs de « l'auto-vélo » devenu « l'auto » qui estimait que les courses traditionnelles telles que Paris-Roubaix ou Bordeaux-Paris étaient dépassées et que l'instauration d'un tour de France insufflerait un nouveau départ à la discipline.

Le premier Tour de France a donc eu lieu à l'initiative de la presse en 1903. Cette relation économique et d'organisation entre les médias et les épreuves sportives se poursuit et « l'équipe » créa en 1923 les « 24 heures du Mans ».

En effet, « *l'Equipe* » est depuis sa création en 1948 le quotidien sportif emblématique du pays avec un tirage journalier estimé à 300 000 exemplaires et qui succéda au journal « *l'Auto* » qui lui même correspondait à l'ancien « *auto-vélo* ».

Cela nous permet de constater que la presse quotidienne sportive n'a jamais été trop luxuriante en nos contrées et que même concernant la presse quotidienne générale, la place du sport varie invariablement d'un titre à l'autre, mais représente globalement une part importante de l'information traitée.

Il faut aussi, dans un souci de précision, mentionner le fait que la presse magazine a connu des évolutions et des soubresauts nombreux, mais les revues spécialisées deviennent de plus en plus nombreuses même si certaines d'entre elles sont surtout caractérisées par leur caractère éphémère.

Cette diversification permet de toucher un public élargi et de traiter des sujets en adoptant des angles différents.

En effet, certains magazines tels que « *so foot* » par exemple abordent des sujets relatifs au ballon rond mais en faisant intervenir des artistes, des intellectuels ou des politiques pour amener un souffle nouveau à la publication sportive.

Bien sur l'arrivée de la radio a constitué une évolution technologique fondamentale pour la société de l'époque qui a également par voie de conséquence bénéficié au sport⁵.

Paragraphe 2 : Genèse de l'arrivée du sport dans les médias : La radio

La principale innovation concomitante avec l'arrivée de la radio est que l'événement sportif pourra dès à présent être vécu en direct et cela matérialise un progrès considérable car le temps et la distance sont abolis, les auditeurs ont ainsi la possibilité de se considérer comme partie prenante de l'événement qui par voie de conséquence, s'avèrera un rendez-vous fédérateur.

Le sport peut donc profiter au maximum de ce moyen de communication de masse. Ainsi donc, la radio connaît un développement massif au cours des années 20 et à l'instar de la presse écrite avec le vélo, un autre sport va populariser la radio et il s'agit de la boxe. En effet, en 1921, le match Dempsey-Carpentier, dont la recette dépasse le million de dollars est retransmis aux Etats-Unis par KDKA radio qui commente aussi les matchs de base-ball.

⁵ MARCILLAC (R.), *Sport et télévision*, éd. Albin Michel, 1963, 35 p.

Une innovation technologique va encore accélérer le mouvement. Il s'agit du transistor qui permet la miniaturisation du récepteur et décuple l'influence de la radio, ce dispositif va permettre à de plus nombreuses familles d'acquérir un poste de radiodiffusion et donc de découvrir certains sports et les compétitions qui les régissent.

C'est aussi à cette époque que vont naître les émissions sportives en radio qui vont revêtir une importance considérable. Dans ce contexte, certaines radios vont entreprendre de se spécialiser dans le sport à l'image de RMC⁶ dont la devise est « *Info, Talk, Sport* ».

Par conséquent des tranches horaires entières sont consacrées au sport et permettent aux auditeurs d'intervenir en direct lors de ces dernières afin de donner leurs avis et de se confronter à ceux des spécialistes, souvent d'anciennes gloires du sport qui ont pour fonction d'animer les débats.

Cette tendance au recrutement d'anciens sportifs de haut niveau tend désormais à se généraliser et a pour but de capitaliser sur le pouvoir d'attraction de l'ancienne vedette afin de créer une proximité artificielle entre elle et l'auditeur, ancien témoin privilégié de ses exploits.

Elles vont permettre d'introduire et de maîtriser l'art du direct et innoveront avec la création du multiplex qui donnera la possibilité à l'auditeur de pouvoir suivre en même temps plusieurs compétitions sportives de différentes natures. Cette diversification, au niveau de la retransmission de sports divers et variés, permettra au radio d'établir un classement occulte des sports les plus populaires afin de les médiatiser au mieux.

On remarque par l'intermédiaire des éléments développés ci-dessus que la radio a permis le vrai basculement du sport en tant que sujet journalistique populaire à part entière.

Ce média a ainsi pu jouer parfaitement son rôle de vecteur de médiatisation du sport mais a dans les faits très vite été supplanté par l'apparition de la télévision qui va revendiquer une place de choix dans la couverture des événements sportifs et s'imposer comme le média roi.

SECTION 2 : LA TELEVISION, VECTEUR ESSENTIEL DE MEDIATISATION

⁶ Radio généraliste monégasque à capitaux français.

La télévision peut sans contestation être considérée comme le média roi pour suivre le sport. En effet, elle est utilisée par 90% des personnes suivant le sport et devance largement internet et la radio⁷.

Cette domination de la télévision depuis sa création initiale en 1926 peut s'expliquer par l'évolution des moyens techniques avec notamment le recours au direct qui trouve avec la médiatisation des événements sportifs une caisse de résonance très favorable et qui lui a permis pendant longtemps d'être le seul moyen de communication, avant internet, à pouvoir diffuser un événement avec son et image et ce en direct.

En effet, la première manifestation sportive ayant fait l'objet d'une diffusion fût les Jeux Olympiques de Berlin en 1936 et bien entendu beaucoup d'autres suivirent par la suite.

On peut ici faire référence au tour de France en 1948 dont l'arrivée se faisait en direct au Parc des Princes, la création de la caméra HF en 1957 ou bien encore l'apparition du ralenti en 1967.

On remarque donc clairement que le sport se prête parfaitement à toutes ces évolutions, mais surtout qu'il en bénéficie au plus haut point.

Clairement, ces avancées technologiques permettent aux spectateurs de pouvoir suivre ces manifestations sportives dans des conditions optimales et de mieux en comprendre les règles, ce qui par voie de conséquence induit un intérêt toujours plus accru pour la discipline.

Cet n'ira qu'en s'accroissant avec en particulier le passage à la télévision en couleurs ou plus récemment à la télévision haute définition.

Il faut aussi souligner le fait que de nombreuses études posent le principe selon lequel, l'achat d'un premier poste, l'introduction de la couleur, l'invention du magnétoscope ou le format 16 /9 sont liés à l'attente d'événements sportifs d'envergure, permettant ainsi de mettre en valeur la place occupée par le sport dans l'esprit des téléspectateurs.

Ces éléments nous permettent aisément de comprendre que le sport a été un véritable laboratoire de la télévision qui à l'image de son prédécesseur, la presse écrite, a aussi contribué à la création de compétitions sportives. On peut ici se référer aux « Goodwill Games » qui sont une rencontre sportive internationale en marge des Jeux Olympiques dans les années 80. Ils ont été instaurés à l'initiative de Ted Turner, magnat de la télévision par câble CNN.

⁷ Source : www.mediametrie.fr

Le poids de la télévision dans la diffusion du sport est tellement conséquent que ce dernier peut même entraîner des modifications des règles de certains sports afin de les rendre plus attractifs pour les téléspectateurs et de fédérer ainsi le plus grand nombre.

Paragraphe 1 : La télévision induit des adaptations dans les règles de certains sports

Ces adaptations, dont il est fait mention plus haut, matérialisent parfaitement la relation d'interdépendance nouée entre les médias et le sport. En effet, les médias souhaitent que le sport soit le plus adaptable possible au cadre télévisuel et pour cela n'hésitent pas à en impacter directement l'essence, voire même le contenu de certaines règles de jeu.

De son côté, le sport, lui aussi, doit se résoudre à certaines compromissions afin de bénéficier d'une couverture médiatique maximale qui lui permettra d'engendrer de l'argent, de la reconnaissance et de l'exposition accrue.

Ce propos n'aurait toutefois pas de sens si nous ne le matérialisons pas par l'intermédiaire d'exemples concrets en s'appuyant sur quelques sports qui ont connu des évolutions majeures dans leur déroulement afin de pouvoir continuer à prospérer et à se développer médiatiquement.

L'exemple que nous connaissons tous est qui fait l'objet de nombreux débats concerne le recours à la vidéo dans le football.

Ce dernier est né au début des années 2000 et a pour but de constituer une solution vis-à-vis de la recrudescence des erreurs d'arbitrage qui peuvent parfois avoir des conséquences aussi bien financières, qu'économiques désastreuses⁸.

L'idée serait de faire profiter le football des nouvelles avancées technologiques afin de le rendre plus propre en diminuant la marge d'erreur des arbitres et aussi pour faire cesser les polémiques que peuvent susciter certaines des décisions des hommes en noir.

Si sur la forme, cette idée paraît représenter un progrès, elle est tout de même plus discutable sur le fond et trouve de nombreux détracteurs et pas des moindres.

En effet, un des plus farouches opposants à cette mesure n'est autre que Michel Platini, idole de football français et actuel Président de l'UEFA⁹. Ce dernier estime que

⁸ Les principales polémiques concernent le fait de savoir si le ballon a entièrement franchi la ligne de but ou non

⁹ Ancien joueur international de football français, actuellement Président de l'UEFA. Cette dernière est une association sportive regroupant les meilleurs clubs européens.

recourir à la vidéo serait une atteinte à la nature même du football pour lequel, il estime que l'erreur d'arbitrage fait partie du jeu et que les acteurs doivent s'en accommoder.

Sa seule proposition est d'augmenter le nombre d'arbitres autour du terrain (procédé déjà utilisé en Europa League) en considérant que des paires d'yeux supplémentaires permettent de réduire la marge d'erreur.

Le football pourrait s'inspirer de l'exemple du Rugby qui permet à l'arbitre de stopper temporairement le match afin de consulter des images vidéos qui lui permettront de se faire une idée définitive sur l'action litigieuse.

Les américains eux aussi ont recours à la vidéo pour le football américain.

Cette fois, c'est le coach qui en jetant un drapeau blanc sur le terrain, sollicite l'arrêt du jeu pour permettre à l'arbitre de consulter les images pour confirmer ou infirmer sa décision.

Il ne faut pas croire que seuls les sports collectifs sont concernés par cette utilisation technologique massive, c'est aussi le cas du tennis qui offre au joueur au cours d'un match trois possibilités de demander la vidéo. Toutefois, mentionnons que ces possibilités varient en fonction du type de surfaces et de celui de compétitions.

Il faut toutefois avouer que la majorité de ces règles a pour origine la volonté des diffuseurs de devenir partie prenante du spectacle sportif en le rendant le plus attractif possible.

Cette attractivité tant convoitée, découle du fait que les médias sont à la recherche du spectacle sportif car la société occidentale s'apparente à une société de spectacles et surtout de spectacles sportifs qui correspondent à une mise en scène de la civilisation actuelle.

Paragraphe 2 : L'apparition de nouveaux médias

Cette dernière multiplie les possibilités de retransmission en direct et cela conduit par conséquent à une fragmentation de l'information sportive ainsi qu'au renforcement de la sélection des ayants droit.

Les législateurs, au niveau européen, considèrent que les droits sur les contenus sont aussi importants pour ces supports que pour les programmes télévisés et doivent faire l'objet d'une réglementation particulière afin qu'aucune des parties en présence ne puisse se sentir mises de côté.

Ce développement des programmes sportifs sur les nouveaux médias accentue la pression concurrentielle entre notamment les services 3G et les services de télédiffusion traditionnelle.

Certains des acteurs préconisent d'ailleurs la solution de l'autorégulation et c'est en particulier le cas de Canal Plus plus qui estime que « l'autorégulation est le moyen le plus efficace et le plus réaliste pour garantir le bon développement des marchés concernés »¹⁰.

Internet est l'exemple le plus marquant de ces nouveaux médias car il regorge de sites sportifs qu'ils soient spécialisés ou généralistes. Ces derniers permettent l'accès gratuit à des informations sportives ainsi qu'à des programmes, ce qui cause beaucoup de torts notamment à la presse écrite en terme de ventes.

Ces éléments nous permettent de nous interroger sur le fait de savoir jusqu'ou le législateur pourra assurer sa mission dans le domaine des médias en faisant valoir le droit des citoyens à l'information dans un paysage aussi diversifié.

Ainsi, après avoir analysé la place du sport dans les médias, il pourrait s'avérer pertinent de se pencher à présent sur l'exploitation que font les médias du sport.

Paragraphe 3 : L'exploitation du sport par les médias

Cette exploitation se matérialise de diverses manières mais la principale d'entre elles et qui nous intéresse réside dans la retransmission des évènements sportifs.

Cette dernière présente la caractéristique juridique de permettre plusieurs représentations (directs, résumés, formes d'extraits...)

Ainsi donc, les relations économiques entre le sport et les médias sont bâties sur une communauté d'intérêts qui sont représentés par les audiences, les gains financiers, la publicité et le sponsoring.

Si l'on se place du côté des diffuseurs, les évènements sportifs sont une gageure de succès, car il est possible de prévoir l'audience de la plupart des retransmissions.

Par conséquent, cela permet d'assurer l'encaissement de recettes publicitaires tout en contribuant à la notoriété de la chaîne.

Il faut aussi évoquer le fait que les chaînes qui diffusent les matchs cherchent à influencer directement sur les horaires de diffusion pour toucher le public le plus large possible.

¹⁰ Propos tenus par le PDG du groupe, Bertrand Méheut, lors d'une assemblée générale en 2009

La programmation de certains matchs à des horaires particuliers soulève des protestations et peut également fausser la compétition. En effet, les équipes peuvent savoir à l'avance le résultat de leurs adversaires et par conséquent jouer en fonction. C'est pour lutter contre ces éventuelles tricheries que les dernières journées de championnat qui impliquent des montées, des relégations ou encore des accessions aux Coupes d'Europe, se jouent à la même heure afin d'assurer une loyauté dans la compétition ne pouvant souffrir d'aucune contestation¹¹.

Toutefois, cette articulation entre logique sportive et marchande pose quelques soucis car elle contribue à l'inégal développement des disciplines sportives, à la création de « vedettes » éphémères, mais aussi à la déformation des valeurs sportives.

Concernant le mode d'exploitation à proprement parler, le marché du spectacle sportif et de sa diffusion constitue la part la plus conséquente, aussi bien en termes financiers qu'en termes organisationnels.

Cette affirmation prend tout son sens pour les chaînes à péage car le sport demeure leur valeur-phare et cette considération se trouve renforcée quand on sait que les deux événements les plus importants économiquement sont les Jeux Olympiques et la Coupe du Monde de Football.

Néanmoins, il faut évoquer le fait que des disparités existent dans la médiatisation des sports selon les pays concernés et ce pour des raisons culturelles. En effet, le football est le sport roi en Europe et en Amérique du sud, mais n'a que peu de succès aux Etats-Unis où le soccer est considéré comme un sport mineur à contrario du basket ou du football américain.

La MLS a depuis longtemps tenté d'inverser la tendance et ce, dès les années 70 par l'intermédiaire du club de New York Cosmos qui avait réussi à attirer certains grands noms du football en fin de cycle comme Pelé, Chinaglia ou encore Beckenbauer. Ces arrivées étaient censées dynamiser la ferveur autour de ce sport, mais à cette époque cette entreprise n'avait pas fonctionné.

L'histoire a désormais tendance à se répéter mais avec quelques améliorations, car désormais des clubs tels que les Los Angeles Galaxy parviennent à attirer des icônes mondiales comme Beckham ou encore les New York Red Bulls avec Thierry Henry ou plus récemment Juninho.

¹¹ A cette occasion, Canal plus organise lors des dernières journées du Championnat de France des « multiplex » permettant aux téléspectateurs de suivre tous les matchs en simultané

Eric Cantona, lui aussi, est venu amener sa pierre à l'édifice en devenant Directeur sportif du New York Cosmos. Signe que les mentalités ont évolué, le championnat est depuis largement plus suivi, ce sport commence à entrer dans la culture américaine et à se développer, même s'il n'est encore en rien comparable à ses concurrents nommés ci-dessus.

A la vue des éléments énoncés ci-dessus, il pourrait s'avérer utile de se pencher sur la notion d'événement sportif afin de mieux en appréhender la teneur et la nature, tout en analysant certaines des règles juridiques qui entourent sa diffusion.

La notion d'événement sportif

Dans ce cadre, l'événement sportif doit être envisagé comme une marchandise dont la finalité est la rediffusion. Souvent cette dernière implique l'acquisition de droits pour des montants colossaux et confère à son propriétaire une exclusivité.

Cela nous permet donc de nous interroger sur l'effectivité d'un droit à l'information sportive.

Par conséquent, une distinction a été établie par le législateur entre l'information sportive et la rediffusion de l'événement. La première est réduite aux résultats, alors que la seconde s'inscrivant dans une logique de spectacle s'insère dans une perspective marchande.

Néanmoins, il apparaît logique de respecter le droit du public à l'information et pour ce faire les organisateurs de compétitions sportives, détenteurs initiaux des droits d'exploitation et les diffuseurs, qui les leur achètent en en devenant les titulaires doivent respecter la législation communautaire.

En effet, la plupart des pays de l'Union européenne, dont la France, a établi une liste d'évènements sportifs majeurs tels que les demi-finales et finales du Mondial, ainsi que les matchs de l'équipe nationale qui sont soumis à une diffusion non payante.

Ces derniers, depuis quelques années posent le problème des trêves internationales qui sont situées en plein milieu de l'année et qui font obligation aux clubs de libérer leurs joueurs pour ces occasions là. Ces matchs internationaux peuvent s'avérer générateurs de blessures et les clubs commencent à réclamer dans ces cas précis aux fédérations des compensations financières en arguant du fait que ce sont eux qui paient les sportifs et que leurs blessures contractées à l'occasion de rencontres internationales, représentent un manque à gagner pour eux en leur qualité d'employeurs et impliquent un dédommagement financier.

C'est Arsène Wenger¹², entraîneur de l'équipe de football d'Arsenal qui est l'instigateur de cette demande restée lettre morte jusqu'à présent.

Toutefois, un autre exemple venant des joueurs est aussi à mentionner et concerne le Basket ball. Plusieurs joueurs de l'équipe de France tels que Boris Diaw, Tony Parker ou encore Joachim Noah ont refusé des sélections en équipe nationale et ce parfois pour des compétitions d'envergure (euro pour Noah), car ils étaient en négociations avancées avec leurs clubs respectifs pour de juteuses prolongations de contrats qui auraient pu être compromises par une blessure lors d'un rassemblement international.

Cependant, l'événement sportif permet concrètement, en vertu du droit à l'information, de diffuser gratuitement pour les radios un commentaire d'un événement sportif.

Du côté de la télévision, le droit des médias audiovisuels permet d'assurer la possibilité d'accéder librement au déroulement complet de certains événements, tout en prévoyant un droit aux extraits courts pour les médias non détenteurs de droit.

Cependant, pour mieux comprendre cette argumentation, il faut bien sur caractériser ce qu'est un événement sportif majeur

Il faut que ce dernier ou son résultat ait un écho particulier sur l'ensemble du public et pas seulement sur les initiés. L'événement doit revêtir une dimension culturelle indéniable.

L'équipe nationale ou un représentant doit y prendre part et que ce dernier fasse traditionnellement l'objet d'une retransmission sur une télévision à accès libre et mobilise un public conséquent.

Cette vision des choses permet de médiatiser certaines compétitions qui n'auraient pas bénéficié d'une couverture médiatique de premier choix sans les bonnes performances de l'équipe nationale.

On peut ici faire référence à la dernière coupe du monde de football des moins de 20 ans remportée par la France. Cette dernière avait été diffusée sur Eurosport qui est une chaîne payante, mais la finale du tournoi a été retransmise par TMC qui s'avère être une chaîne gratuite. En l'espèce la logique d'événement sportif majeur a permis de mettre en lumière des jeunes joueurs souvent peu habitués aux honneurs des médias et qui ont ainsi pu bénéficier d'une visibilité accrue de par leurs très bonnes performances.

¹² Entraîneur français de l'équipe de Football anglaise D'arsenal depuis 1994

Plus que la diffusion d'un événement sportif majeur, c'est la France qui était mise à l'honneur grâce à des jeunes que le système du sport business n'a pas encore abimé et qui sont des vecteurs de communication des valeurs sportives et aussi humaines.

L'événement sportif majeur qui devient objet de diffusion sur une chaîne gratuite est aussi un bon moyen pour le passionné de sports de suivre des compétitions de prestige qu'il n'a plus que trop rarement l'occasion de voir sur des chaînes ne nécessitant pas d'abonnement.

En effet, la diffusion du sport fait de plus en plus l'objet d'une privatisation qui a pour conséquence d'éloigner le téléspectateur désargenté de sa passion. À titre d'exemple, un passionné de football doit déboursier mensuellement près de 50 euros en s'abonnant à Canal plus et beINsport pour avoir le loisir de suivre l'ensemble du football européen.

Cette logique peut se comprendre d'un point de vue financier, car le marché du football s'est mondialisé et permet de générer des flux financiers de grande envergure, mais elle apparaît plus difficilement envisageable si l'on considère que le football est l'un des sports les plus populaires au monde, que la restriction de sa diffusion gratuite contribue à couper d'une frange importante de son public¹³.

Cette démarche s'inscrit parfaitement dans une logique de civilisation visant à conférer au sport une qualité de produit pouvant être échangé ou partagé selon des modalités n'entrant pas dans un processus marchand.

Par conséquent, l'ensemble du raisonnement dont nous venons de faire preuve tend à démontrer sans contestation possible que la télévision est bel et bien le média favorisant le plus cette médiatisation des sports.

Néanmoins la télévision doit prendre en compte la place considérable qu'a prise un autre acteur du spectacle sportif et qui est devenu un de ses partenaires privilégiés. Il s'agit ici de faire référence à la publicité.

Paragraphe 4 : Le rôle joué par la publicité à la télévision

On ne peut pas évoquer le rôle considérable joué par la télévision quant à la médiatisation du sport sans parler de celui de la publicité qui est devenue une des composantes essentielles pour les différentes et à fortiori, pour celles qui diffusent du sport.

¹³ LUYAT (L.), *Les coups du sport*, éd. Ramsay, 2013. 13 p.

On peut même à l'image des médias et du sport, parler d'une relation d'interdépendance entre la télévision et la publicité.

Cette dernière s'explique très logiquement par le fait que les événements sportifs attirent grandement les annonceurs car ils drainent dans leur sillage une masse de téléspectateurs très élevée.

Une distinction est toutefois à énoncer entre les chaînes à péage et celles gratuites.

Les premières se financent grâce aux coûts des abonnements et les recettes publicitaires ne constituent qu'un revenu accessoire non négligeable. Pour les chaînes gratuites, la situation est inversée et la publicité représente la source de revenus principale pouvant expliquer le désir de ces dernières de diffuser des manifestations sportives.

Le sport est en effet générateur des plus belles audiences et quelques exemples peuvent être éclairants pour matérialiser ce phénomène. La demie finale de la Coupe du Monde de football de 2006 entre la France et le Portugal a rassemblé plus de 20 millions de téléspectateurs pour 60% de part d'audience acquise à TF1. La finale du mondial 2010, au niveau planétaire a été suivie par plus de 700 000 millions de personnes.

Par conséquent et même si sur ces trois dernières années, l'audimat en rapport avec les compétitions sportives a baissé d'environ 15%, ces manifestations demeurent un très bel atout pour les chaînes qui en ont les droits de diffusion car les annonceurs savent que leur marque ou produit bénéficieront d'une exposition très conséquente.

C'est donc pour cela que les coûts des spots publicitaires, même si à l'image de l'audimat connaissent une certaine baisse demeurent très élevés et par conséquent très rémunérateurs pour les diffuseurs¹⁴.

Au niveau national, le prix d'un spot d'une durée de trente secondes à la mi-temps d'un match peut se situer dans une fourchette allant de 100 à un peu plus de 200 000 euros, selon l'importance de la rencontre et des équipes en présence.

Ces chiffres sont anecdotiques si on les compare à ceux des Etats-Unis qui peuvent atteindre pour des durées identiques des sommes de plusieurs millions de dollars. Cela peut se vérifier dans le cadre de la finale du Super-Bowl qui constitue pour les américains, l'événement sportif le plus important et le plus suivi.

¹⁴ Source : www.médiametrie.fr

Cette puissance publicitaire a même entraîné chez eux la modification des règles du jeu de certains sports comme le Basket ou le Base-ball pour lesquels des interruptions de la partie ont été instaurées pour être consacrées à des spots publicitaires.

Néanmoins, la publicité pour certains produits tels que l'alcool et le tabac font l'objet d'une législation précise visant à sauvegarder la santé publique et à empêcher les publicitaires de se retrancher derrière le sport ou les compétitions afin de promouvoir notamment ces catégories de produits.

En effet, cette réglementation prend en compte des éléments tels que la nationalité des participants en lice dans la compétition, ou le fait de savoir si ce dernier fait l'objet d'une diffusion en direct ou en léger différé.

Ainsi il peut s'avérer intéressant de développer ces conditions afin de mieux en cerner les enjeux et les limites.

Il est vrai que le sport et les marques de tabac et d'alcool ont longtemps entretenu des relations étroites même si ces deux mondes sont diamétralement opposés.

Le milieu du sport y trouve un moyen de se financer et des événements tels que le Paris-Dakar ou la H Cup y sont associés avec la marque de cigarettes Gauloise ou la bière Heineken.

C'est la loi Evin de 1991 qui a mis un terme à ces partenariats, la publicité en faveur des boissons alcoolisées et des produits du tabac est très réglementée.

Pour le tabac, c'est une interdiction et pour l'alcool on a une limitation quant à son contenu et son support de diffusion.

Deux responsabilités diverses sont à noter, celle de l'organisateur d'événements et celle du média qui le diffuse.

Concernant l'organisateur d'événements, la publicité pour le tabac est interdite dans les enceintes sportives et celle pour l'alcool permet une propagande directe ou indirecte sous forme d'affiches et d'enseignes, sans pour autant inciter à la consommation d'alcool ni à associer ce dernier à des moments festifs.

Les retransmissions télévisuelles bénéficient d'un régime de faveur et les médias sont en principe responsables du contenu des images qu'elles diffusent.

S'est posé le problème des événements diffusés en France mais se déroulant pour une partie à l'étranger. Il a été résolu par l'adoption du code de bonne conduite « pour la

retransmission d'évènements sportifs comportant des panneaux publicitaires pour des boissons alcoolisées » du CSA adopté le 28 mars 1995¹⁵.

Quand les épreuves se déroulent en France, le CSA rappelle la nécessité de respecter les principes de bonne foi et de santé publique. Les organisateurs et diffuseurs devant s'engager « à faire le maximum pour éviter que les publicités n'apparaissent à la télévision et ce même en ayant recours « à ses propres moyens techniques ».

Le but non avoué est d'empêcher les alcooliers français de bénéficier de manifestations à l'étranger et retransmises en France pour faire de la publicité dans les stades.

Concernant le tabac, à l'étranger, les fabricants sponsorisent fréquemment des courses automobiles.

Par conséquent, même si la publicité pour le tabac est interdite en France, les chaînes de télévision françaises ont encore un avantage sur la presse écrite.

L'ensemble de ces développements permet de se rendre compte de la place que peut occuper la publicité vis-à-vis de la télévision.

Toutefois dans une démarche de clarté, il pourrait s'avérer pertinent de se pencher plus en détails sur ce que rapportent réellement les contrats télévisuels au sport français.

Paragraphe 5 : L'apport financier des contrats télévisuels au sport français

Pour mieux comprendre l'importance globale de ces apports et mettre en évidence les disparités pouvant exister entre les sports, il est préférable d'énumérer pour quelques uns d'entre eux ce que représentent les contrats télévisuels qui les régissent.

Si l'on commence par le football, ce sont 637 millions qui chaque année tombent dans les caisses de la LFP. Sur ces derniers, 600 proviennent de Canal plus (diffuseur historique) et les 37 autres de la vente des droits sur d'autres supports (radio, portables).

Élément significatif à prendre en compte, les contrats audiovisuels représentent plus de 60% des budgets des clubs français de ligue 1, permettant ainsi de mettre en évidence la pression que peuvent exercer les médias sur les clubs sportifs.

Pour le rugby, les revenus sont estimés à 35 millions d'euros et pour le tennis ils s'élèvent à 40 millions.

¹⁵ Le CSA est considéré en France comme le gendarme de l'audiovisuel.

Les autres sports diffusés à la tv engrangent des recettes dérisoires face à ces montants. En effet, le basket rapporte 880 000 euros et l'athlétisme encore moins avec seulement 450 000 euros.

Avec les éléments énoncés ci-dessus, on constate que les traitements médiatiques accordés aux différents sports influent inévitablement sur les retombées économiques de ces derniers.

Néanmoins, notre analyse serait incomplète si nous ne cherchions pas à savoir à qui profitent ces droits télévisuels.

La plupart de l'argent est octroyée aux clubs concernés par la discipline, mais une partie est aussi reversée aux autres sports en application de la taxe Buffet, qui permet depuis l'année 2000 de reverser 5% des droits tv à l'état par l'intermédiaire du Ministère des Sports qui redistribue cet impôt de solidarité aux disciplines confidentielles.

Nous pouvons concrètement caractériser notre étude avec l'exemple du sport roi en France, le football.

Sur les 637 millions d'euros en présence, 95 sont affecté aux clubs de ligue 2 alors que les droits de diffusion de ce championnat ne représentent que 15 millions d'euros pour Eurosport.

Par la suite, 16 millions sont alloués au foot amateur pour principalement l'achat d'équipement ou l'amélioration des structures d'accueil, 32 millions sont affectés aux autres fédérations sportives et 24 autres millions permettent de financer divers organismes se rapportant au football français.

Les sommes restantes et représentant un véritable pactole d'environ 470 millions d'euros tombent dans l'escarcelle des clubs de ligue 1, dont la répartition s'effectue pour 50% entre chaque club, 30% en fonction du classement final et 20% selon le nombre de diffusions.

En France, cette médiatisation et ses retombées économiques ont pris leur envol avec l'arrivée de la chaîne à péage Canal Plus dans le paysage audiovisuel national. Elle fût en effet, la première chaîne à conférer au sport une place de premier choix dans sa programmation, ce qui contribua notamment à forger ses heures de gloire.

Nous pouvons donc, dès à présent nous focaliser sur les modalités d'apparition de cette chaîne afin de mieux comprendre sa politique et surtout son impact dans la diffusion et médiatisation du sport en France¹⁶.

¹⁶ Sources : site officiel de la LFP.

CHAPITRE 2 :

LA COUVERTURE MEDIATIQUE DEPUIS L'ARRIVEE DE CANAL PLUS

Canal plus est une chaîne de télévision généraliste nationale française privée à péage, axée sur le cinéma et le sport. Elle fût la toute première chaîne privée à péage en France. Elle est la propriété du groupe Canal Plus qui est lui même une filiale du groupe Vivendi.

Ce projet de création d'une chaîne payante a été porté par André Rousselot¹⁷ qui présidait alors le groupe Havas et a récupéré un projet de chaîne rédigé par l'un de ses cadres, Léo Scheer.

Son arrivée a été annoncée en 1982 par François Mitterrand, mais ne connaît pas pour autant un succès immédiat.

En effet, les débuts sont calamiteux et l'état doit accorder un prêt de 15 millions d'euros à la chaîne menacée de dépôt de bilan. Ce dernier s'avère salvateur, la chaîne terminant l'année 1985 avec plus de 2,5 millions d'abonnés après l'introduction dans son programme de deux adjuvants indispensables, le football et les films pornographiques.

Il est vrai que cette mutation s'est effectuée au détriment de l'objectif de base qui était la création d'une chaîne culturelle.

Toutefois, « *Canal* » vit une situation délicate avec l'arrivée des Qataris, des géants du net et aussi par l'explosion de la TNT avec laquelle la chaîne tente de se refaire une santé avec le rachat du groupe D8 à la famille Bolloré.

SECTION 1 : UNE PREDOMINANCE DE CANAL PLUS POUR LA DIFFUSION DU SPORT

Afin de devenir la chaîne numéro 1 sur le sport, elle va se lancer dans une politique originale en rachetant les droits de sports peu diffusés ailleurs tels que la boxe dont elle diffusera de nombreux championnats du monde de prestige, le basket-ball, avec l'acquisition des droits de la NBA ou encore le golf.

Toutefois, on notera une prédominance du football qui deviendra rapidement son deuxième pôle d'attraction et dont elle diffusera un match pour la première fois en 1984.

¹⁷ Principal instigateur du lancement de Canal Plus.

Face à ce succès, le groupe n'hésitera pas à s'impliquer pleinement dans ce sport en prenant le contrôle d'un club de football, le Paris Saint Germain, club à l'époque relativement méconnu et au palmarès quasi vierge, qui avec l'apport financier de Canal Plus connaîtra ses premiers succès sportifs et par la même ses heures de gloire.

En effet, depuis sa création, elle possède les droits de retransmission de quasiment tous les grands événements sportifs de la planète (Ligue1, Coupe du monde, Jeux Olympiques etc.)

Pendant très longtemps, la chaîne n'a pas hésité à dépenser des fortunes pour obtenir l'exclusivité concernant les droits de diffusion de ces spectacles sportifs, mais depuis peu, elle a entrepris une stratégie de désengagement suite à la baisse du nombre d'abonnés d'environ 30% sur la période 2004-2012, mais aussi en raison d'une concurrence accrue.

Cela ne l'empêche cependant pas de réaliser des opérations astucieuses, la dernière en date étant le rachat des droits de la Formule 1 à partir de 2013 car TF1, diffuseur historique ne souhaitait plus investir dans ce sport devenu trop peu rémunérateur et dont les retransmissions n'engendraient que trop d'audimat.

La recette employée par la chaîne afin de susciter un engouement autour de ces manifestations sportives, consiste en une large communication sur ces derniers tout en s'entourant de spécialistes de la discipline, souvent appréciés par le public et susceptibles de créer une proximité entre la chaîne et le téléspectateur.

Ainsi donc une chaîne du groupe, Canal plus sport, diffuse durant la journée et quasiment de manière continue divers sports, permettant ainsi aux passionnés de disposer d'événements sportifs de manière ininterrompue.

Il faut mentionner que la chaîne a dû affronter de la concurrence depuis sa création car les autres chaînes ont vite compris que diffuser du sport pouvait s'avérer très rentable.

Face à ce phénomène, Canal plus a toujours su réagir et ce souvent de manière sujette à controverses, notamment dans l'affaire l'ayant opposé à TPS.

Paragraphe 1 : La concurrence avec TPS

TPS est un ancien bouquet de télévision par satellite émis en France de 1996 à 2008 et dont les actionnaires furent TF1, M6, France Télécom, France Télévision, la CLT, et la Lyonnaise des Eaux.

Son premier fait de gloire intervient en 1999 quand il propose une offre supérieure à Canal plus sur les droits du Championnat de France de football indiquant ainsi sans emphase, son désir de concurrencer son rival sur son propre terrain de jeu.

Au final, un partage est réalisé et TPS se voit octroyer le deuxième choix lors de chaque journée et des 6 matchs en paiement à la séance mais ce, qu'à partir de 2002.

La même année, Canal Plus propose 480 millions d'euros pour l'obtention de l'exclusivité de la ligue 1, offre acceptée par la LFP, mais TPS porte l'affaire en justice et parvient à obtenir le statut quo jusqu'en 2005.

TPS cherche par la suite à se diversifier et acquiert en 2001 les droits du Championnat de France de Basket et dépasse ainsi les 1,5 millions d'abonnés ce qui commence à remettre en cause la main mise de Canal Plus qui souhaite immédiatement réagir et débourse 650 millions d'euros en 2004 pour obtenir l'exclusivité de la Ligue 1.

Toutefois ces tracasseries ne sont pas terminées avec en 2005, l'arrivée de la TNT, car TPS est choisi par le CSA comme distributeur et en profite pour créer TPS Foot dont le but est la diffusion du football anglais et allemand que TPS avait acquis au préalable.

Face à ce déferlement concurrentiel, Canal Plus se devait de réagir et ne s'en est pas privé en frappant un très grand coup lors de l'annonce de sa fusion avec TPS.

Paragraphe 2 : La fusion entre Canalsat et TPS

Le 12 décembre 2005, Vivendi, maison mère de Canal Plus annonce la fusion de Canalsat et TPS. Canalsat désigne un bouquet de télévision par satellite initialement lancé sous la dénomination Canalsatellite en version analogique le 14 novembre 1992, puis en numérique le 27 avril 1996. Cette fusion était censée matérialiser une nouvelle ère du satellite français.

Vivendi, TF1 et M6 se retrouvent donc réunis dans la nouvelle société Canal Plus France dont Vivendi détient 85% des parts.

Le ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie approuve cette opération en assemblée générale en date du 4 janvier 2007.

Ainsi donc en Mars 2007, le nouveau Canalsat apparaît à l'antenne, ce qui a pour effet d'enclencher la disparition progressive de TPS qui ne sera plus commercialisé dès le mois suivant, ce qui conduira TF1 à décider de céder sa participation (10%) à Vivendi.

Cette stratégie visant à éliminer progressivement les concurrents arrivant sur le marché, ne pouvait pas ne pas alerter l'Autorité de la Concurrence qui n'a pas hésité à remettre en question la fusion entre Canalsat et TPS.

Cette AC au soutien de sa décision évoque le fait qu'une bonne partie des engagements jugés essentiels n'a pas été respectée par Canal Plus.

- Il est notamment fait référence à :

- La mise à disposition de la concurrence, de sept chaînes dans des conditions discutables et hors délais.

- La dégradation délibérée de la qualité de programmation de ces sept chaînes thématiques.

- Les budgets revus à la baisse pour ces chaînes.¹⁸

- L'acquisition de films récents en première exclusivité de succès moindre et de rencontres sportives de seconde zone comme le football pour TPS star au profit de Canal Plus.

Cette stratégie a très largement permis à Canal plus de détourner des clients de TPS au profit de sa plateforme de chaînes exclusives.

On remarque aussi aisément, au vu de la politique budgétaire de Canal, que ce dernier souhaitait laisser dépérir son ancien rival TPS.

Les chiffres sont ici éclairants, en 2006 Canal y avait injecté plus de 130 millions d'euros dans ses programmes contre seulement 85 millions trois ans plus tard.

L'AC¹⁹ reproche à Canal Plus sa volonté délibérée de consolider l'offre Canalsat au détriment de l'offre concurrente . Elle lui reproche aussi le fait que les autres opérateurs concurrents de l'internet et du câble (Orange, Neuf Cegetel, Free) n'ont pas pu bénéficier des conditions favorables pour développer et construire leur offre télévisuelle unitaire alors que cela leur avait été garanti par Canal Plus.

Ainsi donc, ce dernier a dû revoir totalement les rouages de cette fusion afin de permettre à ses concurrents de commercialiser une sélection de certaines chaînes Canal Plus/ Canalsat dans leurs offres.

¹⁸ Source <http://fr.wikipedia.org>

¹⁹ Autorité administrative indépendante qui lutte contre les pratiques anticoncurrentielles.

Toutefois, les groupes Canal Plus et Vivendi ont entrepris d'engager un recours devant le Conseil d'État pour contester cette décision en n'hésitant pas à remettre en cause les prérogatives de l'Autorité de la concurrence.

Il lui est notamment reproché d'avoir pris sa décision de manière partielle et cette dernière s'avèrerait être un frein à la liberté d'entreprendre.

Toutefois, la décision a tout de même été confirmée par le Conseil d'État le 21 Décembre 2012 et l'amende qui s'élevait à 30 millions d'euros en 2011 passe à 27 millions²⁰.

Tous les éléments évoqués ci-dessus permettent de mettre en évidence la politique de dissolution de la concurrence établie par Canal Plus. Cette dernière ne vise pas uniquement à dépenser des millions en fusion et frais de justice, mais matérialise bien l'importance du sport dans les grilles des chaînes.

Si cette fois, le groupe Canal Plus a été sanctionné pour ces pratiques tendancieuses, certains des autres concurrents comme Orange sport qui était censé apporter un souffle nouveau à la diffusion d'évènements sportifs n'a pu perdurer pour des raisons structurelles.

Paragraphe 3 : L'avènement et la chute d'Orange Sport

Orange sport, dont la réelle dénomination était Orange Foot appartenait en tant que chaîne à Orange TV. Elle constituait une chaîne à péage axée sur le football mais diffusait également d'autres disciplines sportives telles que la boxe, le basket ou encore les sports mécaniques.

Sa naissance remonte au 9 août 2008 et le premier match de football diffusé par elle fût Rennes-Marseille dont le score se solda par un 4 à 4.

Cette chaîne, dès son apparition, a été la cible de nombreuses controverses. Le principal grief qui lui était adressé résidait dans le fait que pour la voir, il fallait disposer d'une Livebox et avoir souscrit à l'offre Triple Play d'Orange. Par conséquent les personnes non abonnées ne pouvaient pas bénéficier de cette chaîne²¹.

Au vu de cette situation ubuesque, plusieurs présidents de clubs de ligue 1 ont été déçus que la LFP accorde les droits de diffusion du match du samedi soir à la chaîne qui ne pouvait être vue par le plus grand nombre.

²⁰ Sources : www.lemonde.fr et www.lefigaro.fr

²¹ Le manque à gagner suite à cette politique est estimé à plusieurs dizaines de millions d'euros.

Si une telle organisation privait les passionnés de football d'un accès à certains matchs, elle n'était pas non plus tenable pour Orange sport elle-même et ce pour des raisons évidentes.

Structurellement, en ne concernant que ses propres abonnés, la chaîne avait espéré une recrudescence du nombre d'abonnements en espérant attirer des fans de foot.

Ce pari a été un véritable échec et cette politique là a fait le jeu de Canal Plus qui disposait toujours du premier choix pour la diffusion du match le plus prestigieux de la journée de ligue 1 et par conséquent, rendait la chaîne beaucoup plus accessible et attractive.

Face à ce constat, Orange Sport a décidé de ne pas acquérir de nouveaux droits de diffusion et annonce qu'elle diffusera son dernier match le 20 mai 2012 et cessera d'émettre définitivement le 30 juin 2012.

Si le projet d'Orange sport n'était pas viable à la base pour des raisons structurelles évidentes et a permis au contraire à Canal Plus de conforter son leadership dans la diffusion du sport, ce n'est pas le cas de tous les nouveaux concurrents. Nous pouvons ici faire référence à Al Jazeera et plus particulièrement de sa filiale beBINSport.

SECTION 2 : UNE PREDOMINANCE CONTESTEE PAR L'ARRIVEE D'AL JAZEERA

Al Jazeera est une chaîne de télévision qatarienne de langue arabe. La marque Al Jazeera désigne également le nom d'un éditeur de chaînes et bouquets de télévision produit par la même entreprise.

Ce qui nous intéresse particulièrement dans le cadre de notre étude n'est pas la chaîne en elle-même mais bien une de ses filiales qui est parvenue à faire parler d'elle en France en venant concurrencer avec des moyens financiers quasiment illimités Canal Plus, il s'agit d'évoquer plus en détails le cas de beINSport.

Paragraphe 1 : L'arrivée retentissante de beINSport

beINSport peut s'analyser comme un réseau de télévision à péage, filiale du groupe qatarien Al Jazeera et dont la diffusion couvre la France et les Etats-Unis et compte bientôt s'étendre en Russie et aux pays arabes.

Le bouquet comporte deux chaînes thématiques dédiées au sport, beINSport1 et beINSport2 ainsi que beINSport MAX composée de 8 chaînes qui permettent de couvrir plusieurs évènements en simultané.

Cette chaîne a été créée sous l'impulsion de Charles Biétry qui fût pendant 4 ans le directeur des sports chez Canal Plus et qui connaît au mieux les rouages du système.

La chaîne, lors du dernier appel d'offres pour les droits de retransmission de la ligue 1, est parvenue à acquérir certains de ces matchs pour 90 millions d'euros et Elle entend diffuser les matchs du vendredi soir et du dimanche à 14 heures²².

De plus, elle ne s'est pas contentée de s'attaquer à Canal Plus que sur le championnat de France de football mais est aussi venue lui contester la diffusion de la ligue des champions dont elle a également acheté une partie des droits de diffusion. Il en va de même pour le championnat Italien, Anglais et Allemand et pour les coupes nationales disputées par chacun de ces pays. Concernant le football, son dernier fait de gloire réside dans l'achat des droits télévisés pour les Euro 2012 et 2016.

Toutefois, si le football est le sport phare de la chaîne, les autres n'ont pas été négligés pour autant. En effet, La chaîne a également décidé d'investir dans le rugby à XIII en achetant certains droits télévisuels et Courant octobre 2012, la chaîne annonce la diffusion de la NBA avec au minimum 6 matches en direct diffusés la nuit par semaine.

Charles Biétry, le patron de beINsport, ambitionne d'acquérir des droits en cyclisme, en tennis et en Formule .

Dans sa logique concurrentielle, la chaîne n'a pas commis les mêmes erreurs que sa devancière Orange sport, car elle est disponible sur le câble (Numericable et DartyBox) et l'ADSL/Fibre (Alice ADSL, AuchanBox, Bouygues Telecom, Free, Orange et SFR) et sur le bouquet Canalsat. Lors de l'ouverture de la chaîne beIN Sport 2, Charles Biétry a déclaré que l'offre beIN Sport MAX serait disponible chez tous les opérateurs, mais malgré cette déclaration, aucune diffusion des canaux additionnels n'est prévue à ce jour sur les autres diffuseurs par satellites (Orange Sat, BIS TV, SFR Sat, etc.) ce à quoi le groupe ne devrait pas tarder à remédier.

Elle s'est ainsi ouverte à un potentiel d'abonnements beaucoup plus vaste et bénéficie de facto d'une meilleure attractivité, aussi bien de par sa politique que de par son offre pléthorique.

²² Source : www.beINsport.fr

Le tarif d'abonnement qui ne s'élève qu'à 11 euros est lui aussi tentant, car il n'est assorti d'aucune durée d'engagement.

On ne peut toutefois omettre de mentionner le fait que la chaîne jouit d'une lucarne médiatique en France car le Président de cette dernière est aussi celui du club de foot du Paris-Saint-Germain, qui constitue donc une vitrine pour les activités du Qatar.

Paragraphe 2 : Le succès immédiat de cette nouvelle chaîne

Les effets se sont fait sentir de suite car plus d'un mois après son lancement, plus de 500 000 abonnés ont souscrit à un abonnement à beIN Sport. Des chiffres au-dessus de ses prévisions puisque le groupe qatari avait estimé fin juin selon des chiffres obtenus par extrapolation que le nombre d'abonnés par satellite ou via les fournisseurs d'accès à Internet serait autour de 400 000. Comparativement, cela représente aussi 100 000 abonnés de plus que la chaîne Orange sport diffusée exclusivement sur Orange TV et qui a disparu en juin 2012 après 4 années d'existence. Charles Biétry se félicite par ailleurs du faible taux de désengagement de moins de 1,9% au 14 août 2012²³.

En septembre 2012, beIN Sport compte 600 000 abonnés.

En novembre 2012, le président de beIN Sport, Nasser Al-Khelaïfi, annonce que sa chaîne a dépassé le million d'abonnés.

L'ensemble des éléments développés ci-dessus permet de constater que l'hégémonie de Canal Plus sur la diffusion du sport est bel et bien en train de vaciller, car la puissance financière de son nouveau concurrent est sans égal et ne peut que s'accroître au fil du temps.

Canal Plus parvient toujours à fédérer un public de fidèles abonnés mais c'est surtout par son offre sur le cinéma.

En effet, il est aisé d'imaginer que les vrais passionnés de sport se laisseront de plus en plus tentés par l'offre qatarienne de par son tarif et la diversité des sports présents sur sa grille de diffusion.

Néanmoins, il n'est pas possible de faire l'impasse sur un écueil très souvent évoqué qui est celui de plus en plus présent de la privatisation du sport.

La plupart des grands événements sportifs sont diffusés par des chaînes privées et par conséquent, soumises au paiement d'un abonnement.

²³ Source : www.mediametrie.fr

Si l'on prend l'exemple du football, seules les coupes nationales telles que la Coupe de France ou la Coupe de la Ligue ont lieu sur des chaînes publiques.

De plus ces dernières sont de moins en moins suivies et jouissent la plupart du temps d'une mauvaise réputation. On les accuse de surcharger le calendrier, de favoriser les blessures des joueurs, de nécessiter des effectifs de plus en plus fournis et par conséquent plus coûteux.

Le niveau général de ces compétitions est ainsi dévalué car les gros clubs préfèrent se focaliser davantage sur le championnat national et la Coupe d'Europe.

Ces coupes ont désormais pour seul intérêt de constituer un bon moyen pour les petites équipes de se mettre en valeur et d'accéder à des qualifications directes ou par l'intermédiaire de tours préliminaires à des compétitions européennes.²⁴

Par conséquent l'ensemble des éléments développés dans cette première partie permet de mettre en évidence les différentes avancées, ainsi que les évolutions d'une couverture médiatique du sport toujours plus accrue.

Cette étude avait pour but de faire prendre conscience de l'impact que peut avoir le sport sur les médias qui au fil du temps en ont fait un de leurs thèmes de prédilection, en cherchant en à relater et diffuser toujours plus.

Néanmoins, ces deux notions que sont le sport et les médias entretiennent une relation d'interdépendance et l'une ne peut fonctionner durablement sans l'autre.

En effet, si le sport dispose d'une médiatisation toujours plus importante et par conséquent d'une visibilité majeure, la réciproque est aussi vraie car les médias exercent aussi une influence sur le sport et non des moindres.

²⁴ Les vainqueurs des coupes nationales sont qualifiés pour le tour préliminaire de la ligue Europa.

PARTIE II

L'INFLUENCE DES MEDIAS SUR LE SPORT

Il s'agit désormais de se pencher sur la manifestation de cette influence et sur le rôle qu'elle peut jouer de manière générale sur le sport afin de bien en saisir la portée tout en pouvant la matérialiser par l'intermédiaire d'exemples concrets.

CHAPITRE 1

LES MEDIAS EN TANT QUE PEDAGOGUES DU SPORT

La pédagogie peut se définir par l'art d'éduquer. Le terme rassemble les méthodes et pratiques d'enseignement et d'éducation ainsi que toutes les qualités requises pour transmettre une connaissance. Son but est d'enseigner un savoir, une expérience ou une méthode de manière adaptée vis-à-vis du public devant l'assimiler.

Depuis plusieurs années, les médias jouent ce rôle de diverses manières pour éduquer sportivement un public toujours plus nombreux et désireux de comprendre les mécanismes du sport.

Les médias ont ainsi vocation d'enseignants et ont choisi par l'intermédiaire d'articles, de débats ou d'émissions spécialisées de s'ériger en analystes des valeurs sportives qui peuvent parfois être méprisées et dans ce cas ces derniers deviennent des redresseurs de torts inflexibles.

SECTION 1 : LES MEDIAS, ANALYSTES DES VALEURS SPORTIVES

Les valeurs du sport se matérialisent bien sûr par la pratique du sport en général, mais revêtent un aspect encore plus important quand celles-ci sont véhiculées par l'intermédiaire d'exploits sportifs.

Ces derniers sont par conséquent très largement repris par les médias, qui la plupart du temps, ne se contentent pas de relater la performance mais la décortiquent et mettent très souvent en avant les efforts consentis pour y parvenir. Ce sont ces derniers qui forment l'essence même du sport et une fois relayés suscitent des vocations ou des passions.

Ainsi donc, le sportif ayant réalisé l'exploit se voit investi d'un critère de représentativité des valeurs de son sport qu'il doit prôner et respecter en toutes circonstances.

Paragraphe 1 : Le *flair play* principe directeur des valeurs sportives

Un terme Anglais résume à lui seul l'ensemble du concept de valeur sportive. Il s'agit de celui de « *fair play* ». « *Fair* » signifie littéralement clair, honnête ou franc et « *Play* » renvoie à la notion de jeu.

Ce terme permet de désigner une conduite honnête dans un jeu mais aussi un sport et ce en toutes circonstances. Il englobe à la fois le respect de l'adversaire, des règles, des décisions arbitrales, du public mais aussi de l'esprit du jeu.

La loyauté n'est bien sûr pas oubliée et va de pair avec la maîtrise de soi qui doit exister, aussi bien dans la victoire que dans la défaite.

Par conséquent, les médias se font l'écho du respect de ce terme par les sportifs et se servent également de lui, pour faire partager au public des repères éthiques et moraux auxquels l'opinion publique pourra se référer.

Paragraphe 2 : Les valeurs sportives prônées par les médias

Après réflexions et même si plusieurs dizaines d'entre elles auraient pu être mises à l'honneur, nous nous pencherons sur cinq d'entre elles qui représentent parfaitement les messages que les médias souhaitent propager dans l'esprit du public par l'intermédiaire du sport.

*La loyauté : elle peut s'analyser comme le fait d'accepter la vérité sportive et ce toujours de manière digne. Être loyal vis-à-vis de son sport, mais aussi de son public signifie rejeter toute forme de tricherie qui peuvent se matérialiser par des simulations, de l'anti-jeu ou encore plus grave du dopage.

L'objectif principal de la loyauté dans le sport est de se garder de porter atteinte à la source de santé physique et morale que peut offrir le sport.

Nous pouvons ici citer l'exemple du cycliste américain Lance Armstrong qui a avoué, après de longues années de doute et de procédure, s'être dopé tout au long de sa carrière. La sanction prononcée à son encontre a été à la mesure de ses mensonges et il s'est vu destitué de ses victoires sur le Tour de France. Il a aussi été présenté à juste titre par les médias comme l'exemple parfait du contre sportif absolu qui a manqué de loyauté envers son sport, son public et ses adversaires.

Il a d'ailleurs dû s'excuser publiquement sur une grande chaîne de télévision américaine et le média cathodique s'est fait le relai de sa confession.

Un autre exemple plus récent peut être celui du handballeur Français Nikola Karabatic, considéré comme le meilleur joueur du monde et accusé d'avoir parié sur la défaite de son club de Montpellier, alors qu'il savait ne pas prendre part à la rencontre. Il sera suspendu par son club, avant d'être réintégré pour finalement démissionner et rejoindre le

club d'Aix en Provence, afin de fuir quelque peu la pression médiatique. Même si l'enquête judiciaire est encore en cours, la loyauté vis-à-vis de son club, de ses partenaires ou encore des ses sponsors a été sérieusement remise en cause par le joueur²⁵.

*Le respect : ce terme dans la société en général et donc dans le sport est galvaudé et il faut lui redonner toute sa vigueur.

Dans le domaine sportif, il implique le respect des règles du sport pratiqué aussi bien dans la lettre que dans l'esprit, celui des décisions arbitrales qui peuvent parfois être injustes mais doivent toujours être acceptées avec déférence.

Au delà de l'aspect sportif lui même, l'adversaire joue un rôle capital, car sans lui, l'enjeu sportif n'existerait pas. Il faut donc toujours se montrer correct à son égard sans jamais sombrer dans la vulgarité et ce principe s'applique aussi au respect du public qui pour sa part permet au sportif d'exister, de vivre mais aussi de s'exprimer de par ses encouragements.

Bien entendu, le respect de ces règles élémentaires n'empêchent pas la ténacité voire l'acharnement du sportif dans sa quête absolue de victoire.

Un exemple frappant de manque de respect d'un sportif nous a été donné l'an dernier.

En effet, lors du championnat d'Europe de football 2012, le joueur français Samir Nasri a insulté copieusement un journaliste à la fin d'un match en zone mixte quand ce dernier souhaitait l'interroger sur les raisons de ses très mauvaises performances.

Ainsi donc, les médias se sont saisis de cette affaire pour rechercher comment un joueur censé représenter son pays pouvait se comporter de la sorte face à un journaliste qui doit justement faire le lien entre le public et les joueurs.

De nombreuses explications ont été données à cet acte irrespectueux telles que le manque d'éducation, d'intelligence ou encore ce sentiment de mépris vis-à-vis des autres que confèrent l'argent, la gloire et surtout la bêtise.

*La maîtrise de soi : il consiste à ne pas céder aux provocations, ne pas les récriminer et maintenir une grande lucidité. Il faut parvenir à mettre son égo de côté pour ne pas

²⁵ Ironie de l'histoire, à cette époque le joueur était le représentant d'un site de paris sportifs en ligne.

pénaliser ses coéquipiers dans un sport collectif, ou se pénaliser soi même dans un sport individuel.

C'est exactement ce que n'a pas su faire Zinedine Zidane²⁶ lors de la finale de la Coupe du Monde 2006 en cédant aux provocations du joueur italien Marco Materazzi²⁷ et en lui assénant un violent coup de tête, synonyme d'expulsion pour son auteur.

Si suite à cet acte de violence et de perte de sang froid, les médias se sont montrés dans leur ensemble d'une grande mansuétude à l'égard de Zidane, certaines voix se sont élevées pour condamner un tel geste.

Certains médias ont ainsi pu analyser que ce geste au delà même de la perte de contrôle de soi revêtait un caractère personnel très prononcé. En effet, Zidane n'a pensé qu'à sa personne et pas au collectif qu'il abandonné en le laissant orphelin de son meilleur joueur. L'image même de l'homme qui s'apparentait au préalable à celle d'un demi-dieu a été quelque peu écornée et les médias en ont profité pour ressortir quelques travers de sa personnalité peu avouables²⁸.

Zidane est constitutif de l'exemple parfait du sportif qui prône certaines valeurs sportives tout en ayant du mal à les respecter lui même.

*Le dépassement de soi : c'est ce pourquoi les sportifs, qu'ils soient professionnels ou amateur, pratiquent leur discipline. Il s'agit d'un sentiment de réussite par le recul de ses limites. Cela implique l'application de nombreuses valeurs qui auraient pu avoir toute leur place dans notre étude.

On peut ici faire référence à la générosité dans l'effort, ainsi que la persévérance, qui aboutissent à des améliorations des qualités physiques et morales qu'aucune autre activité ne peut procurer.

L'esprit d'équipe peut mener à ce dépassement, car il matérialise parfaitement la solidarité et l'abnégation et ce, même dans les sports individuels.

²⁶ Zinedine Zidane est un ancien footballeur français, considéré comme l'un des meilleurs joueurs de l'histoire de ce sport

²⁷ Marco Materazzi est un ancien footballeur italien, principalement connu pour avoir provoqué l'expulsion de Zidane en finale de la Coupe du Monde 2006

²⁸ Malgré son attitude, Zidane a confié lors d'une interview diffusée sur Canal plus ne pas regretter son geste.

Cette notion de dépassement de soi peut être représentée par l'équipe de Montpellier qui est parvenue à remporter le championnat de France de football en 2012 alors que personne ne s'y attendait.

En effet, cette équipe était constituée de joueurs méconnus pour la plupart formés au club, le budget du club était le douzième du championnat et l'effectif relativement restreint sur une vingtaine de joueurs. C'est bel et bien l'esprit d'équipe et la solidarité entre chacun des joueurs animés par un objectif commun qui leur a permis de créer une immense sensation.

Les médias se sont enthousiasmés pour cette équipe en faisant le parallèle avec du Paris Saint Germain qui avait bâti une équipe de stars sans âme et ce à coup de millions et disposait d'un effectif pléthorique. Tous les spécialistes se sont accordés à dire que c'est « l'amour du maillot » qui est sorti vainqueur, car il amène à réaliser des exploits que l'on croyait hors de portée.

*La joie dans le sport : cette ultime valeur est sans doute celle que les sportifs de tous horizons ont le plus tendance à oublier. Il faut donc rappeler que le sport est synonyme d'enthousiasme et procure par conséquent des sentiments de joie qui sont décuplés si l'on regarde l'intensité de travail fournie en amont.²⁹

De plus le sport est vecteur de lien et créateur d'amitiés entre les hommes et ces dernières sont parmi les plus solides.

Certains envisagent le respect des valeurs mentionnées ci-dessus comme un frein ou un handicap, alors qu'elles représentent le moyen d'accéder à un sentiment d'épanouissement pouvant ajouter une dimension supplémentaire à son aventure humaine.

Toutefois, il arrive que l'ensemble de ces valeurs soit balayé d'un revers de main par les sportifs et ce, pour des raisons parfois dérisoires et toujours incompréhensibles pour le grand public. On peut ici, se référer à l'affaire de l'équipe de France lors de la Coupe du Monde 2010.

Cette grève concertée des joueurs a montré leur total irrespect vis-à-vis des valeurs de leur sport mais surtout leur profond mépris vis-à-vis du public.

²⁹ Source www.academie-sports.com

C'est pour cela que les médias se sont faits l'écho de ce désastre et ont tenté d'en trouver les sources pour en expliciter au mieux les conséquences.

SECTION 2 : L'EXEMPLE CONCRET AVEC L'AFFAIRE DES BLEUS LORS DE LA COUPE DU MONDE 2010

La Coupe du monde de football de 2010 est la dix-neuvième édition de la Coupe du monde de football et s'est déroulée du 11 juin au 11 juillet 2010 en Afrique du Sud. Il s'agit de la première phase finale de Coupe du monde se disputant sur le sol africain. Le pays organisateur a été choisi en mai 2004.

Au cours de cette compétition, l'équipe de France s'est illustrée piteusement, aussi bien par ses performances sportives médiocres, que par son attitude hors du terrain et par l'image qu'elle a véhiculé tout au long de la compétition.

De plus, la qualification de la France après un match de barrage avait déjà au préalable engendré de nombreuses polémiques.

Ces dernières me semblent devoir être évoquées afin de mieux comprendre les raisons mêmes d'un fiasco annoncé.

Paragraphe 1 : La polémique suite à la qualification de la France pour la Coupe du Monde 2010

La France ne doit en effet sa qualification pour la phase finale de cette coupe du monde qu'à sa victoire contre l'Irlande intervenue lors d'un match de barrage.

Toutefois, cette victoire a été entachée d'une tricherie consécutive à une erreur d'arbitrage. Il est capital de relater ce fait de jeu, afin de comprendre la portée de ce geste, les polémiques qui en ont suivi ainsi que l'état d'esprit qui animait notre équipe nationale à l'aune de cette compétition.

En effet, lors du but litigieux, Thierry Henry contrôle volontairement le ballon de la main pour adresser une passe à William Gallas qui finit par marquer et envoyer la France en Coupe du Monde.

La polémique intervient dans les jours qui suivent car la Fédération d'Irlande de football avec l'aide du Premier Ministre demandent que le match soit rejoué, ce qui est contraire au règlement de la FIFA stipulant que les décisions arbitrales sont incontestables et irrévocables.

L'attitude du joueur incriminé est également brocardée et pour se racheter, celui-ci réclame aussi que le match fasse l'objet d'un replay mais en vain.

La presse écrite ou audiovisuelle a fait long feu de cette affaire en la mettant en relation avec les valeurs historiques du sport qui ont été foulées du pied par un de ses plus emblématiques représentants.

En effet, le tricheur a permis à son pays de se qualifier en reniant la loyauté, le dépassement de soi et surtout le respect de l'adversaire.

Son image s'en est tellement trouvée dégradée que certains de ses sponsors ont mis un terme à leur partenariat comme ce fut le cas avec Gilette. Thierry Henry, dans un spot publicitaire apparaissait aux côtés de Roger Federer et Tiger Woods et tous trois représentaient chacun dans leur discipline les valeurs de leur sport, par conséquent un supposé tricheur n'avait plus sa place dans une telle diffusion³⁰.

Cette histoire permet de mettre en avant l'influence que peuvent avoir les médias sur le traitement médiatique des sportifs et par voie de conséquence sur le sport en tant qu'entité à part entière.

Si l'on veut être complètement honnête, ces tergiversations ne sont que de la poudre aux yeux dans les sens où chaque match comporte son lot de tricherie (simulation, gain de temps, antijeu) et que l'arbitre est présent pour remettre les acteurs du sport dans le droit chemin.

Ainsi donc, si quelqu'un est à incriminer ici, il ne peut s'agir que de l'équipe arbitrale qui n'a pu répondre de manière opportune à un simple fait de jeu aux conséquences mondiales d'un point de vue sportif.

Néanmoins, ce fait de jeu était symbolique de ce qui allait se dérouler durant la compétition elle-même ainsi que de l'état d'esprit qu'il pouvait régner au sein de ce groupe France.

Paragraphe 2 : Le tollé suite à la grève des joueurs de l'équipe de France

Cet épisode tragique du football français, communément appelé « grève de Knysna » correspond au nom que les médias ont donné à une grève d'entraînement de la part des joueurs de l'équipe de France.

³⁰ Thierry Henry, Tiger Woods et Roger Federer sont, respectivement, des footballeurs, golfeurs et tennismen professionnels ambassadeurs de la marque Gilette.

Elle porte le nom de *Knysna*, car elle s'est déroulée dans la ville sud-africaine de Knysna, ou était basé le centre d'entraînement de la sélection française.

Cette initiative d'organiser une grève s'est faite en réaction à l'exclusion de Nicolas Anelka après son altercation avec son coach, Raymond Domenech, intervenue à la mi-temps du match France/Mexique³¹.

En effet, le coach fait une remarque tactique à Anelka sur son jeu et celui-ci lui exprime son mécontentement par une phrase insultante : « Enculé, t'as qu'à la faire tout seul ton équipe de merde ! J'arrête moi... ».

Cette réponse ne nécessite selon moi aucun commentaire si l'on se place sous le prisme du respect des valeurs sportives car elle relève davantage d'un manque d'éducation et de politesse flagrant.

C'est le traitement médiatique et la fuite dans la presse de cette phrase qui n'aurait jamais du sortir du cadre intimiste du vestiaire qui doit retenir toute notre attention.

Paragraphe 3 : Le traitement médiatique conféré à cette affaire

C'est le quotidien sportif « *L'Equipe* », qui va donner à cette affaire de vestiaire une dimension disproportionnée et ce pour diverses raisons que nous allons expliciter.

En effet, dès le lendemain de la rencontre, le quotidien publie en première page l'image de Raymond Domenech et de Nicolas Anelka, en inscrivant en gros titre : « *Va te faire enculer, sale fils de pute* », des propos prêtés au joueur³².

C'est à partir de ce moment précis que le tourbillon médiatique va s'emparer de cet épisode et avoir des conséquences sur la gestion interne du groupe.

En effet, les plus hautes instances du football français au premier rang desquelles le Président de la Fédération française de football de l'époque, Jean-Pierre Escalettes, vont s'exprimer pour demander le renvoi du joueur au nom du futur, de l'exemple et de l'image.

Cette notion d'image va être très largement développée par les médias de tous supports qui vont se pencher sur le cas Anelka, en rappelant qu'il a toujours été considéré

³¹ Raymond Domenech, ancien joueur professionnel de football français, fut l'entraîneur de l'équipe de France de 2004 à 2010. Nicolas Anelka est un joueur professionnel de football français, ancien international tricolore.

comme l'enfant terrible du football français et n'a jamais manifesté son attachement aux valeurs de l'équipe nationale et par conséquent à celles de son sport.

Le second acte de cette mascarade réside dans le comportement des autres joueurs très largement relayé par les médias suite à l'exclusion de l'un des leurs.

Ils vont en effet chercher à connaître l'identité de celui qui a parlé à la presse de cette fameuse altercation. Le summum de l'absurde est atteint lors d'une conférence de presse au cours de laquelle le Capitaine de l'équipe de France du moment, Patrice Evra, déclare « *le problème n'est pas Anelka mais c'est le traître qui est parmi nous et c'est lui qu'il faut éliminer de notre groupe* ».

Bien évidemment, les journalistes présents sur place vont s'emparer de cette affirmation pour la monter en épingle et donner naissance à l'affaire de la « taupe » de l'équipe de France qui donnerait des informations confidentielles aux médias afin de faire implorer le groupe de l'intérieur. L'intention implicite est ici de démontrer à quel point nos joueurs sont déconnectés des réalités, car ils ne s'offusquent pas des insultes proférées par un joueur envers son entraîneur mais du fait que la presse ait été mise au courant de ces dernières.

À partir de ce moment là, la pression médiatique va s'intensifier et les médias du monde entier vont se pencher davantage sur les échéances de l'équipe de France qui vient d'exclure l'un de ses joueurs pour des motifs disciplinaires en pleine compétition.

La curiosité des différents observateurs ne va pas demeurer longtemps insatisfaite, car les français vont se livrer en direct à leur propre humiliation devant les caméras du monde entier en utilisant ces dernières pour faire passer un message qui se retournera contre eux.

Il est ici fait référence à la célèbre grève du bus qui pourrait largement avoir sa place au sein d'un bêtisier visant à décrédibiliser l'ensemble d'une corporation censée représenter un pays.

Cette fameuse grève intervient au lendemain de l'exclusion d'Anelka. Les joueurs se rendent alors à l'entraînement mais refusent de s'entraîner pour manifester leur soutien à l'attaquant français. Ils vont seulement saluer les supporters présents le long de la pelouse pour prendre des photos et signer des autographes, mais par la suite remontent dans leur bus.

Cette décision provoque la colère du préparateur physique de l'époque, Robert Duverne qui a une vive altercation avec Patrice Evra et les deux hommes devant être séparés par Raymond Domenech lui même. Les médias du monde entier assistent en direct à cette débâcle filmée et peuvent la commenter en direct sur les chaînes d'information en continu, en étant conscients d'assister à un événement marquant, aussi bien de par ses conséquences que pour ses raisons.

Durant ce laps de temps, les joueurs vont s'entretenir et se concerter à l'écart du staff technique et finir par transmettre un communiqué rédigé par l'avocat de Jeremy Toulalan mentionnant les raisons de cette grève à leur entraîneur qui sera forcé à le lire devant les journalistes et ce en direct.

Cet épisode, dont nous analyserons les conséquences sur les joueurs et sur le respect de certaines valeurs bien sur sportives, mais aussi sociétales plus tard, montre surtout que les joueurs ont utilisé à dessein les médias comme relai afin de véhiculer leur revendication. Cette approche des choses peut paraître surprenante dans la mesure où ces derniers déploraient la veille la trop grande ingérence de la presse au sein de l'équipe.

Toutefois cette mascarade va avoir des répercussions bien au delà du football car les politiques vont se saisir de l'affaire qui va véritablement devenir un enjeu de débat public qui perdurera bien après l'élimination inéluctable de la France.

Paragraphe 4 : La transformation de cet événement en enjeu de débat public

Dépassant le cadre purement sportif, l'épisode de Knysna a provoqué l'intervention de certains politiques à l'image de Roselyne Bachelot qui a qualifié les leaders de la mutinerie de « caids immatures ». De plus, cette intervention étatique s'est poursuivie avec la rencontre entre Thierry Henry et Nicolas Sarkozy, alors Président de la République à l'Élysée le 24 juin 2010.

Le Président s'est aussi entretenu avec certains des membres de son gouvernement après cette déconvenue, pour finalement demander à la Fédération française de football de ne pas verser de primes financières aux joueurs.

Cette question des primes a ainsi fait l'objet d'un vif débat dans le sens où ces dernières s'élevaient à environ 150 000 euros par joueur, lesquels avaient refusé de remplir leur rôle en s'entraînant alors qu'une qualification était encore possible. Il a finalement été décidé qu'elles seraient reversées à des associations caritatives et que l'ensemble de l'équipe serait sanctionné d'un match de suspension. Certains joueurs écoperont de sanctions plus

lourdes selon leur degré d'implication dans cette initiative controversée. L'argent des footballeurs s'est ainsi invité au centre du jeu et a ainsi permis toutes les interprétations³³.

En effet, les footballeurs qui sont déjà pour la plupart multimillionnaires pouvaient-ils prétendre à des primes de qualification et ce alors même qu'ils s'étaient pénalisés eux-mêmes en n'adoptant une attitude de professionnels dignes de ce nom ?

Les politiques sont intervenus dans ce dossier avec l'intention de sanctionner les joueurs, non pas pour leurs très mauvais résultats sportifs, mais pour l'image qu'ils ont renvoyé de leur pays et ce par le prisme du football qui se doit d'être un motif fédérateur de cohésion nationale, de fête et de partage.

Toutefois, c'est parce que l'image de la France a été dégradée mondialement que les réactions politiciennes ont été si virulentes à l'image de celle de François Bayrou : « le match, les insultes, cette ambiance de décomposition, tout cela est révoltant »³⁴, même son de cloche du côté de François Hollande : « c'est une défaite sportive et morale. Il y a un sentiment de tristesse et de soulagement. Il vaut mieux que ça s'arrête »³⁵.

Au vu de ces déclarations, on pourra au moins reconnaître à l'équipe de France le mérite d'avoir réussi à mettre d'accord sur un thème commun des politiques de tous bords, ce qui est dans la pratique ordinaire difficilement réalisable.

Cette évocation du rôle des instances politiques a pour but de montrer à quel point les médias peuvent susciter des réactions dans des sphères élevées.

Il est donc aisé de constater au vu des éléments énoncés ci-dessus que l'attitude de l'équipe de France durant cette compétition va totalement à l'encontre des valeurs sportives et constitue donc une entreprise néfaste pour les intérêts du football, sport de plus en plus contesté de par les enjeux financiers qui le régissent et par les joueurs qui en sont la matérialisation.

Paragraphe 5 : Chronique d'une contre publicité pour le football et ses valeurs

Comme nous l'avons vu plus haut, les médias s'avèrent être les analystes privilégiés des valeurs sportives. Par conséquent, l'attitude générale de l'équipe de France durant la Coupe du Monde 2010 représente un formidable terrain d'expression pour eux. En effet, les

³³ MENES (P.), *Carton rouge pour les bleus*, éd. du Rocher, 2010, 77 p.

³⁴ François Bayrou est un homme politique français, actuellement Président du parti centriste, le MODEM.

³⁵ François Hollande est un homme politique français, membre du parti socialiste et actuellement Président de la République.

joueurs aussi bien au niveau sportif, qu'extra-sportif ont remis en cause totalement les valeurs de leur sport dont ils sont censés être l'incarnation et les médias ne se sont pas privés de le souligner de manière très prononcée.

Afin de mieux comprendre la manière dont les Bleus ont porté atteinte au football et plus généralement à la France, il faut dans un premier temps analyser la remise en cause par ces derniers des valeurs sportives pour ensuite s'intéresser aux répercussions de ces dernières sur les valeurs sociétales.

Remise en cause des valeurs sportives

Si l'on se place dans un cadre purement collectif, les joueurs ont failli au moment de leur refus de s'entraîner deux jours avant un match capital. Cette décision marque leur profond irrespect vis-à-vis de l'enjeu sportif en présence, une qualification étant encore possible, vis-à-vis de leur adversaire, qui selon l'éthique sportive aurait du affronter une équipe unie, motivée et au maximum de ses capacités, vis-à-vis de leur public, venu sur place pour les encourager, les voir se dépasser, etc.

L'analyse qui a été faite par les médias de cet épisode s'avère éclairante car en effet, les joueurs ont inversé les postulats de base du sport pour les faire correspondre à leur dessein.

La solidarité, dans le sport, à fortiori collectif, est une notion cardinale et c'est cette dernière que les joueurs ont interprétée à l'envers.

Ils ont choisi de faire la grève par solidarité en réponse à l'exclusion de leur coéquipier, exclu après avoir proféré des insultes à l'encontre de son entraîneur. En effet, l'attitude justement solidaire aurait été de prendre les parts du coach, censé guider l'équipe vers la victoire et dont l'autorité s'impose à tous.

Ce n'est pas ce qu'ont choisi de faire les différents acteurs en présence et ont même transformé ce dernier en porte-parole de leur cause, en lui faisant lire leur communiqué de presse qui devait justifier leur mouvement.

La solidarité a également permis aux joueurs selon les médias de se conforter dans leur bêtise commune. Cette affirmation prend tout son sens, dans la mesure où ils sont tous restés confinés dans leur bus pour marquer leur union et aucun sur les 23 n'a eu le courage de descendre afin d'affirmer sa solidarité vis-à-vis de son coach, mais surtout de son sport.

Le contexte sportif a totalement disparu au profit de revendications absurdes et dénuées de sens. Cela signifie clairement que les joueurs ont failli à ce qui constitue l'essence même de leur métier, c'est à dire le dépassement de soi.

Cette notion qui permet aux sportifs de faire rêver les foules et de réaliser des exploits retentissants n'a pas du tout été prise en considération par notre équipe nationale qui a privilégié une attitude individualiste tout au long de la compétition, dont le comportement d'Anelka est la parfaite matérialisation. Les joueurs ne jouaient pas les uns pour les autres et donc par ricochet pour leur public, mais pour eux-mêmes afin de servir leur propres intérêts.

De plus, la pratique d'un sport collectif implique pour qu'il y ait dépassement de soi et que chacun des protagonistes fasse preuve de cohésion, élément qui a apparemment rapidement échappé à notre équipe nationale.

Néanmoins, si ce gâchis constitue principalement une remise en question du respect des valeurs du sport par ceux qui en sont les acteurs, il matérialise aussi clairement une appropriation de certains concepts tels que la grève, qui suscite des polémiques au vu de ceux qui dans cet épisode endossent le rôle de grévistes et du message qu'ils souhaitent délivrer.

Remise en cause des valeurs sociétales

Ici, c'est à mon sens la notion même de grève qui s'est trouvée amputée de son essence et tournée en dérision par des sportifs inconscients des réalités qu'elle recouvre.

Gilles Verdez, grand reporter pour le compte de l'équipe a su trouver une formule qui résume assez bien la situation en évoquant « une grève de nantis »³⁶.

En effet, historiquement les grèves ont toujours été à la base de revendications sociales émanant la plupart de temps des plus défavorisés et visant à obtenir certains changements pouvant améliorer quelque peu leur quotidien, on peut ici faire référence à l'action du front populaire à la fin des années 30 qui a permis de nombreuses avancées (augmentation des salaires, congés payés, etc.)

En l'espèce, les instigateurs de la grève sont des sportifs de haut niveau qui représentent leur pays et sont censés être des exemples pour la jeunesse en particulier.

Le reproche principal qui leur a été adressé réside dans le fait que ces derniers, de par leur activité et leur salaire (le salaire moyen des joueurs présents dans le bus lors de la grève s'élevait à 150 000 euros mensuels), sont des immenses privilégiés et qu'en réponse à

³⁶ VERDEZ (G), *Le roman noir des bleus*, éd. de la Martinière, 2010, 8 p.

l'exclusion de l'un des leurs pour des motifs graves, ils ont eu recours à un moyen inopportun pour faire entendre leurs revendications.

Un tel comportement montre parfaitement à quel point ces derniers sont déconnectés des réalités et évoluent dans une dimension parallèle.

En effet comment des multimillionnaires du sport peuvent-ils se permettre de boycotter un entraînement par l'intermédiaire d'une grève, alors que l'enjeu sportif était encore présent ?

Pour répondre à cette question, les médias n'ont pas hésité à faire la comparaison avec l'équipe de France de 1998 afin de faire apparaître des théories parfois contestables.

Cette équipe de France, victorieuse cette année là de sa Coupe du Monde avait été qualifiée par les spécialistes d'équipe « black, blanc, beur » en raison de son caractère cosmopolite et de son métissage. Elle symbolisait à l'époque la réussite de l'intégration à la française qui parvient à faire cohabiter les différentes religions et couleurs de peaux. Les joueurs avaient à l'époque su faire abstraction de leurs différences, pour ne former qu'un groupe uni, animé par un désir commun, celui de la victoire.

C'est exactement l'inverse qu'il s'est produit en 2010 et les mêmes principes n'ont pas eu les mêmes conséquences.

Selon le journaliste sportif, Daniel Riolo, les bleus de 2010 représentent ce qu'il nomme la « *ghettoisation du football* ». Il définit cela comme le fait que cette équipe soit composée à 75% de joueurs issus des banlieues, de l'immigration et de confession musulmane.

Ces derniers se sentant en position de force auraient tenté d'imposer les « *codes* » des banlieues au sein du groupe France ce qui aurait conduit à son implosion³⁷.

Les joueurs issus de ces banlieues auraient ainsi voulu appliquer leurs règles au sein de la sélection au détriment des autres joueurs plus timides et conventionnels comme Yoan Gourcuff avec des pressions physiques, des moqueries et des brimades permanentes.

Leur attitude en dehors du terrain a aussi souvent été décriée. On leur a reproché leurs tenues vestimentaires ostentatoires, leurs coiffures péroxydées, leurs bijoux trop voyants ou encore leurs écouteurs en permanence sur les oreilles.

³⁷ RIOLO (D), *Racaille Football Club*, Albin Michel, 2013, 80 p.

Tous ces éléments qui pris individuellement ne présentent aucun intérêt, ont contribué conjointement au ressenti des français par rapport à ces jeunes qui renvoient une image de dilettante, de froideur et d'inaccessibilité. De plus, la plupart d'entre eux étant originaires de banlieue et issus de l'immigration, les raccourcis visant à affirmer que le maillot national et les devoirs qu'il implique ne signifiaient rien pour eux sont vite empruntés.

Dans son livre *Racaille Football Club*, Daniel Riolo évoque également le problème de communautarisme qui gangrènerait depuis ce fameux épisode notre équipe nationale.

Il avance l'idée que des clans se seraient formés au sein de l'équipe entre les joueurs de confession musulmane (environ 65% de l'effectif) et les autres. Les premiers se seraient accaparés le pouvoir et auraient choisi d'imposer aux autres leur mode de vie religieux.

Pour étayer ces propos, l'auteur s'appuie sur un fait précis qui correspond à la nourriture halal au sein de l'équipe de France.

Les joueurs musulmans souhaitant imposer à tous des menus halal en arguant du fait que les musulmans seraient majoritaires en nombre et que cela faciliterait les choses au niveau logistique.

Cette affirmation a été confirmée en avril 2010 par Eric Abidal dans les colonnes du magazine *Surface*, dans lequel il déclarait « nous, on veut manger halal et les autres, ça les gêne pas, donc le problème ne se pose pas »³⁸.

Cette phrase confondante de naïveté montre bien l'importance prise par la pratique de la religion au sein d'un groupe aux origines hétéroclites et par conséquent inévitablement source de communautarisme.

L'auteur profite de ces événements pour parler de « mort officielle » de l'époque « black, blanc, beur » qui selon lui n'était qu'une invention de circonstances et une France fantasmée.

Cette apparente mixité n'aurait en fait été que la résultante de la France rurale et ouvrière des Trente Glorieuses symbolisée par les enfants issus de cette génération et qui favorisaient la transmission des valeurs de l'époque : le sens du collectif, l'humilité, le respect des anciens et l'amour du maillot.

La comparaison sémantique et factuelle est édifiante si l'on s'en réfère aux propos de Vikash Dhorasoo : « Cette équipe (celle de 2010) avance avec des valeurs comme

³⁸ Eric Abidal est un ancien international français de football et fervent pratiquant de la religion musulmane.

l'individualisme et l'égoïsme alors qu'on parle d'un sport collectif. Ce désintérêt pour l'autre, la division qui règne dans l'équipe sont représentatifs de ce qui se passe dans la société »³⁹.

Les appréciations sont ainsi éclairantes et n'appellent aucun commentaire.

Toutefois, les médias ne sont pas seulement des pédagogues du sport revêtant ainsi une position distanciée de la pratique sportive elle-même.

Le sport, face à sa nouvelle popularité médiatique se doit de poser un cadre défini et précis afin d'identifier les pratiques ou comportements pouvant affecter sa pratique ou son fonctionnement.

Ainsi, un réel droit du sport peut abonder dans ce sens en constituant un ensemble de règles applicables à certaines situations spécifiques au domaine sportif.

Il peut en effet de par le large public qu'il innerve prendre une part prépondérante dans le contexte sportif lui même.

Paragraphe 6 : La nécessaire application du droit dans le sport

La grande majorité des sports s'étant professionnalisée et les enjeux aussi bien économiques que médiatiques s'étant accrus, il est devenu fondamental de créer un réel droit du sport dont le but est d'encadrer la pratique des sports et le cas échéant de sanctionner les comportements déviants⁴⁰.

Dans ce cadre, est intervenue une loi sur la simplification du droit en date du 9 décembre 2004 afin d'évoquer l'idée d'une codification du droit du sport qui remplace principalement une loi du 16 juillet 1984 relative au développement des activités physiques et procède à une recodification de dispositions précédemment contenues dans le Code de l'Éducation ou de la Santé publique.

Cette initiative a été portée par Jean-François Lamour, Ministre des sports de l'époque. Ce dernier a présenté devant le Conseil des Ministres une ordonnance créant le Code du sport qui réunira les dispositions liées à la pratique sportive, ainsi que les activités sportives à proprement parler et ce, dans un but visant à améliorer l'intelligibilité et l'accessibilité du droit.

³⁹ Propos tenus par Dhorasoo dans le magazine «*So foot* » en Octobre 2010

⁴⁰ BUY (F.), MARMAYOU (J.-M.), PORACCHIA (D.) et RIZZO (F.), *Droit du sport*, éd Lextenso, coll. Manuel, 2008.

Il est aussi très important de signaler que cette codification n'est pas véritablement la première percée du droit dans le domaine sportif. En effet, le droit communautaire avait joué au préalable un rôle majeur ayant eu des répercussions structurelles importantes sur le football⁴¹.

Cela s'est produit grâce à l'arrêt Bosman qui correspond à une décision rendue par la Cour de Justice des Communautés Européennes le 15 décembre 1995.

Dans les faits, le footballeur Jean-Marc Bosman est empêché par son club actuel, le FC Liège de rejoindre le club français de Dunkerque. Il décide alors de contester la règle régissant les transferts au regard du droit communautaire. Il obtient gain de cause car les règlements de l'UEFA instaurant des quotas liés à la nationalité sont contraires à l'article 8 du Traité de Rome sur la libre circulation des travailleurs entre les Etats membres.

Les quotas de sportifs communautaires ou non communautaires ressortissant d'États ayant signé des accords d'association avec l'Union Européenne sont déclarés illégaux et il n'est plus possible de limiter le nombre de sportifs de nationalités concernées dans une équipe, ou dans une compétition professionnelle.

Il faut toutefois dans un souci de clarté mentionner le fait que les litiges ne surviennent pas uniquement au niveau communautaire, mais également au niveau national, comme cela peut être le cas avec le conflit opposant la ligue à l'AS Monaco.

En effet, la LFP a décidé qu'à partir de juin 2014, tous les clubs de ligue 1 et de ligue 2 devraient avoir leur siège social en France. Seule l'AS Monaco ne répond pas à ce critère et n'entre par conséquent pas dans le projet d'harmonisation fiscale de la ligue.

L'écueil réside dans le fait qu'un tel déménagement ferait perdre au club ses attraits fiscaux lui permettant d'échapper à l'impôt sur les sociétés qui est d'au moins 33,3% en France.

Cela signifie que l'AS Monaco peut offrir à ses joueurs étrangers une exonération d'impôt sur le revenu et même les footballeurs français jouissent d'un avantage avec des charges sociales diminuées de 20%.

La ligue envisage donc de prononcer certaines sanctions contre les clubs récalcitrants pouvant aller d'une exclusion du championnat français jusqu'à la perte d'une partie de la perception des droits TV.

⁴¹ AMSON (C.), *Droit du sport*, éd. Vuibert, 2010, 21 p.

Au niveau des autres dirigeants de clubs, tous sont ravis et soulages « que la concurrence déloyale soit en passe de cesser ».

« Cette décision met en exergue le fait que le fair play financier lancé par Platini est en train de prendre racine dans le football français » selon Fabrice Lorvo, du cabinet FTPA.

Cependant, ce dossier reposant sur des accords internationaux, on fait ici référence à la Convention fiscale de 1963 liant la France à la principauté, laisse entrevoir la perspective d'un bras de fer car le club envisage sérieusement de déposer un recours⁴².

Au delà de cette codification, il nous apparaît clairement que le sport constitue désormais un véritable secteur professionnel propre avec une recrudescence d'acteurs spécialisés dans ce domaine grâce à la multitude de formations qui sont dispensées, la Faculté des sports de Limoges étant la première à s'être positionnée sur ce terrain là. Il est possible d'y suivre des enseignements approfondis dans des spécialisations en Marketing ou gestion orientées vers les unités sportives.

Cela permet de répondre à la demande des sportifs professionnels qui sont de plus en plus fréquemment amenés à signer des contrats divers et variés avec des organismes différents tels que les clubs, les sponsors ou les partenaires publicitaires.

La répercussion s'est surtout fait sentir chez les agents sportifs, corporation toujours très largement critiquée pour son opacité ou son manque de connaissances, qui intègrent très largement ce type de formations afin de pouvoir mieux se vendre auprès de leurs clients sportifs.

Toutefois, la mise en place d'un droit du sport permet avant tout de se prémunir de certaines dérives et par conséquent, de sanctionner les personnes qui ne respecteraient pas les règles en vigueur.

Dans cette logique de sanction, une particularité est à noter, car il existe une compétence partagée entre les juridictions nationales et les fédérations sportives. Ces dernières ont même une primeur car ce sont leurs règlements internes qui s'appliquent en cas de conflits et ce sont les instances fédérales qui sont saisies plutôt que les tribunaux étatiques.

En effet, chaque fédération dispose en son sein d'un comité de discipline dont la prérogative principale est d'édicter des sanctions tout en en assurant l'effectivité.

⁴² L'AS Monaco est actuellement dirigée par le russe, Dmitry Rybolevlev, qui s'est engagé à injecter dans le club plus de 100 millions d'euros en 4 ans

Néanmoins, si le droit du sport est présent pour régler la pratique sportive, il ne faut perdre de l'esprit l'essence même du sport qui avec le professionnalisme, répond à des impératifs de résultats qui trouvent leur source dans la compétition. Ainsi qui parle de compétition, parle aussi de rivalité.

Cette dernière peut n'être que purement sportive et donc saine dans la mesure où elle pousse à repousser sans cesse ses propres limites. Elle peut aussi n'être qu'une mise en scène visant à favoriser les intérêts d'une corporation. C'est pour cela que les médias n'hésitent jamais à recourir à des rivalités artificielles dont il peut s'avérer pertinent d'étudier les mécanismes.

CHAPITRE 2

LES MEDIAS, CREATEURS DE RIVALITE

Dans leur quête de sensationnel et de produits pouvant constituer des évènements sportifs de premier choix, les médias ont vite compris qu'ils pouvaient de par leur surface de résonance créée de toutes parts des rivalités entre des clubs ou des sportifs eux mêmes.

Cela leur permet chaque année lors de compétitions précises de promouvoir un événement qu'ils diffusent et dont ils sont par conséquent l'auteur sous-jacent.

Cette technique permet en amont de communiquer sur le spectacle sportif à venir par l'intermédiaire de têtes d'affiches populaires et largement suivies avant, pendant et après la compétition elle-même.

Une fois cette rivalité ancrée dans l'esprit des protagonistes, les médias n'ont plus qu'à l'entretenir régulièrement en relayant par exemple les déclarations des différents protagonistes pour engendrer un climat d'hostilité autour de cet événement dont les médias seront bien sur le relai privilégié.

Une des illustrations éclairantes de ce mécanisme peut être la rivalité entre l'OM et le PSG en football.

SECTION 1 : LA RIVALITE OM/PSG

Les matchs OM/PSG ou PSG/OM selon l'équipe qui reçoit sont des rencontres de football opposant l'Olympique de Marseille au Paris Saint-Germain. De cette opposition est née le terme journalistique de « classico » en référence au match opposant en Espagne le Réal Madrid au FC Barcelone.

Ces matchs revêtent un enjeu davantage de fierté locale que sportif et il faut donc s'interroger sur les raisons de cela en remontant l'origine de ce qui est devenu un rendez-vous capital du sport français⁴³.

⁴³ OLIVE (K.), « *PSG /OM, on remet ça* », éd. Hugo et Cie, 2003, 10 p.

Paragraphe 1 : La genèse de la rivalité

L'initiative de cette rivalité est à mettre au crédit des dirigeants des deux clubs respectifs de l'époque à savoir Bernard Tapie⁴⁴ pour les marseillais et Michel Denisot pour les parisiens.

Du côté marseillais, suite au déclin de l'équipe de foot de Bordeaux et à la domination de l'OM, Bernard Tapie cherche un rival à son équipe pour pimenter le championnat et avoir un adversaire de premier ordre⁴⁵.

Cette volonté trouve un écho favorable dans le clan parisien grâce à un événement majeur, qui est celui de la prise de contrôle du Paris Saint-Germain par Canal plus en 1991. Cela allait permettre au football de renouer avec une popularité perdue depuis les exploits de la bande de Platini. La chaîne va ainsi jouer sur deux tableaux en souhaitant d'une part apaiser les relations entre les dirigeants, tout en mettant en avant et en exploitant commercialement cette rivalité nouvelle. Le but non avoué, mais très limpide, était de faire de ces matchs des incontournables du football français.

La conséquence de cette politique sera que pendant trois saisons, les matchs entre les deux équipes seront de véritables pugilats avec des gestes violents et des cartons jaunes et rouges distribués à la pelle.

Néanmoins, pour passionner les foules, les médias ont du trouver des motifs de conflits ou d'antagonismes qui n'avaient jamais été évoqués auparavant.

Ils y sont parvenus en intellectualisant ce match de foot qui tout à coup s'est vu doté d'oppositions sociologiques et politiques sur lesquelles se basent encore de nombreux spécialistes, afin d'entretenir au mieux la flamme et l'odeur de poudre qui se dégagent de ce match.

Ainsi a été mis en avant le fait que Marseille représentait la Province, était une ville populaire, que le public de l'OM était antiraciste et cosmopolite et que le club lui même se trouvait apparenté au niveau politique comme de gauche.

Paris, quant à elle, représenterait la capitale, serait hautaine, avec un public xénophobe et permettant ainsi d'assimiler le club politiquement à la droite.

⁴⁴ Bernard Tapie est un homme d'affaires français, ancien Président de l'OM avec qui il remporta la Coupe d'Europe en 1993

⁴⁵ Michel Denisot est un homme de médias français ayant participé au lancement de la chaîne Canal Plus.

Dans les faits, cela n'était que pures spéculations quand on sait que Joseph-Antoine Bell, gardien Camerounais de l'OM recevait régulièrement des bananes de la part de ses supporters ou que les tribunes du virage d'Auteuil à Paris sont assidûment fréquentées par des groupes issus de l'immigration.

Toutefois, l'élément qui figea cette rivalité en la rendant inamovible se manifesta lorsque le Paris Saint-Germain s'autoproclama leader du football français suite à la relégation administrative de l'OM en seconde division à cause de l'affaire VA-OM.

Nous venons d'aborder les causes de cette rivalité, mais pour la cerner au mieux et dans un souci de clarté, nous ne pouvons faire l'impasse sur les conséquences de cette dernière.

Paragraphe 2 : Les conséquences de cette dernière

Cette rivalité ne peut s'analyser sans faire référence à l'ensemble des répercussions qu'elle peut drainer, que ce soit au niveau financier, sportif, populaire ou encore sociologique. Ce sont tous ces facteurs cumulés les uns aux autres qui ont contribué à faire de cette rencontre sportive un véritable débat de société dépassant très largement la sphère footballistique.

A/ Un intérêt commercial et mercantile pour tous les types de médias

L'intérêt primordial de tout ce tapage médiatique est évident et peut se résumer aux désirs des médias de vendre du papier ainsi que du temps d'antenne.

Le diffuseur en ayant préparé bien en amont la rencontre en en faisant monter l'enjeu et en radicalisant le contexte ne peut qu'espérer des retombées positives pour lui.

Tout le monde sera gagnant, Canal plus aura réalisé une audience record, on peut pour étayer nos propos nous baser sur l'audimat du dernier OM/PSG d'octobre 2012 qui a comptabilisé plus de 2,8 millions d'abonnés et conférant à la chaîne le statut de leader sur les cinq dernières minutes du match avec un pic à plus de 3,2 millions d'abonnés. Le pari est donc largement réussi, les commentaires d'après match pouvant s'enchaîner en plateau afin de commencer sans perdre de temps la préparation du match retour.

Concernant la presse écrite, l'ambition est la même et les journaux en particulier sportifs, mais aussi les autres en profitent à plein régime.

Les journalistes créent un événement monté par leurs soins de toutes pièces afin de rassembler le public le plus large possible. Ces derniers, peu importe la qualité du match

ressortiront gagnants, car en cas de piètre spectacle, ils profiteront de ce dernier pour l'explicitier et vendre encore plus de papiers et « L'Equipe » pourra titrer comme elle l'a déjà fait « la montagne accouche d'une souris » alors que ce sont eux-mêmes qui ont inventé cette montagne.

Dans tous les cas de figure, ils ressortent intacts quand avant le match, ils nous peignent en termes prestigieux une rencontre quelconque, mais aussi après, quand ils s'aperçoivent pour s'en offusquer que cela n'était qu'une vaste fumisterie.

B/ Un classico à la française

Cette rivalité d'opportunité ne peut par exemple se comparer à la magie d'un Derby comme par exemple avec la rencontre Lyon/ Saint-Étienne pour lequel la rivalité entre les deux villes est bien réelle.

Il en va de même si l'on se réfère au choc espagnol Barcelone/Real Madrid qui revêt une connotation historique remontant à la guerre d'Espagne, entre un Madrid sous le joug du franquisme contre un Barça républicain.

Le contexte politique n'explique pas tout, car même au niveau de la ferveur qui entoure les autres derbys mondiaux, notre choc national ne tient pas la distance.

Nous pouvons ainsi évoquer un Porto-Benfica au Portugal, ou encore plus intense un Celtic-Rangers (le choc écossais étant considéré comme le plus beau en Europe).

Toutefois, la différence principale réside dans le fait que les médias hexagonaux appréhendent toujours les matchs d'envergure à travers le prisme de la sécurité (vocabulaire policier, cars de CRS omniprésents, interpellations de supporters) ce qui a tendance davantage à échauffer les esprits en conférant à un spectacle sportif un caractère délétère.

L'ensemble de ces explications tend à démontrer que ce classico revêt clairement un caractère artificiel, découle de la volonté conjointe du diffuseur et des organes de presse de conférer à ce match un enjeu conséquent afin de gagner de l'argent de par son exploitation médiatique.

Ce point de vue a été corroboré par des professionnels du monde des médias qui ont eu l'honnêteté de dévoiler la supercherie tels que Dominique Grimault, « la rivalité entre ces deux clubs est sportivement factice et a été inventée par Canal plus, Pierre Lescure, Michel Denisot et fortement relayée par Bernard Tapie »⁴⁶.

⁴⁶ Propos tenus par Dominique Grimault dans l'ouvrage « PSG/OM, on remet ça », 81 p.

Ces propos trouvent un écho favorable dans la bouche de Pape Diouf⁴⁷ : « C'est un match couru par toute la France et ces rencontres puisent leur source dans la rivalité entre Bernard Tapie et les dirigeants du PSG de l'époque ».

Nous constatons donc incontestablement que ce duel n'est que factice et ne comporte d'ailleurs pas les mêmes motivations que l'on peut retrouver dans les « classiques » d'autres pays dont l'animosité est fondée sur des critères sociologiques, ethniques ou encore religieux.

Toutefois, si les médias peuvent créer des rivalités entre équipes, ils sont aussi capables de le faire entre des hommes et dans le cadre d'un sport individuel et à haut risques.

L'illustration parfaite peut trouver sa source dans la Formule 1 qui a vu émerger un duel aussi bien sportif que médiatique entre le français Alain Prost et le brésilien Ayrton Senna dont l'issue s'avérera prendre la forme d'une tragédie.

C / Une rivalité génératrice de violences

Cette rivalité qui, au fil du temps n'a fait que s'accroître est devenue par conséquent synonyme de violence qui s'exprime entre les deux camps de supporters.

En effet, les rencontres entre les deux équipes sont signalées par la ligue comme à hauts risques et entraînent la mise en place de mesures drastiques.

À cette occasion, le déploiement de CRS est impressionnant et à pour but de prévenir les éventuels débordements. Dans les tribunes, les dispositifs de sécurité sont eux aussi renforcés et le nombre de stadiers quasiment doublé. Le bus des joueurs, lors de son trajet entre l'hôtel et le stade fait l'objet d'une escorte par la Gendarmerie afin qu'il ne soit pas attaqué sur la route.

Dernièrement, les politiques ont pris les choses en mains en interdisant les déplacements individuels de supporters des deux équipes lors des rencontres.

Le ministère met en avant pour justifier ces interdictions, « la rivalité historique, profonde et violente qui s'est traduite en particulier par des incidents nombreux, violents et récurrents de nature à troubler l'ordre public ».

Il est vrai que de nombreux affrontements ont émaillé ces matchs et ont conduit au prononcé de nombreuses interdictions de stade.

⁴⁷ Pape Diouf est un personnage du football français, ancien agent de joueur mais aussi ancien Président de l'OM.

Cette violence dans le football ne peut se réduire à la rivalité entre l'OM et le PSG, car elle existe dans d'autres championnats et de manière encore plus importante.

De nombreuses explications peuvent être données à son apparition, mais la principale réside dans la très grande médiatisation dont bénéficie le football qui peut être une lucarne pour les comportements violents.

Le phénomène du Hooliganisme et ses conséquences

L'apparition du « Hooliganisme » notion très souvent évoquée mais assez méconnue a également grandement contribué au développement de ce phénomène.

C'est donc pour cela qu'il faut quelque peu s'attarder sur ces éléments afin de mieux en comprendre les ressorts.

La médiatisation que connaît le football par rapport aux autres sports est propice de par les passions et antagonismes qu'elle entraîne aux débordements en tous genres.

Néanmoins, les commentateurs sont unanimes pour affirmer que le sport est la victime de cette violence et jamais le déclencheur, ce qui est à mon sens partiellement faux.

En effet, on peut constater aisément que les violences interviennent exclusivement à l'initiative des supporters et lors de rencontres sportives, ce qui permet de remettre quelque peu en cause l'impunité dont peut souvent bénéficier le football.

Toutefois, il est aussi vrai de dire que la médiatisation accordée au football est un vecteur très utilisé pour les personnes se livrant à ces violences, car elles savent que leurs actions auront une répercussion considérable⁴⁸.

Les Coupes du monde ou championnats d'Europe sont des occasions inespérées pour la manifestation des violences pour les groupes qui s'y livrent alors que la plupart du temps, ils n'ont plus aucun message à véhiculer à l'exception de quelques idéologies racistes et xénophobes.

Cependant la violence ne pourrait prospérer si elle n'était pas le fait de certains individus qui dans le cadre du sport l'ont en quelque sorte institutionnalisé en créant le « *hooliganisme* ».

Un hooligan est un adepte d'un sport utilisant la violence pour peser sur le sort d'une rencontre. Le terme « hooligan » est aujourd'hui lié au football.

⁴⁸ BODIN (D), « Le Hooliganisme », PUF, 2003, 4 p.

Ce terme a été inventé pour la petite histoire en référence à un alcoolique notoire irlandais du nom de Patrick Hooligan, dont l'occupation principale était la bagarre.

Si le hooliganisme débute à la fin du 19^{ème} siècle, il ne prend son envol que vers la fin des années 1960 en Angleterre, mais se répand très vite et notamment en France.

Ce phénomène a notamment pu se développer grâce à la mansuétude dont a fait preuve la presse lors de l'apparition du phénomène. Des publications spécialisées comme France Football ont ainsi longtemps soutenu les exactions commises par les hooligans.

Ces dernières trouvaient le moyen de justifier ces violences par des décisions arbitrales contestables ou par des services d'ordre trop rigoureux et visibles. Dans ce cadre, certains exemples sont édifiants.

Ainsi, lors de la Coupe du monde espagnole de 1982, de graves incidents ont lieu entre les forces de police et les supporters anglais ce qui permit à France Football de mettre l'accent sur les provocations de la police espagnole.

La presse britannique est même à l'époque encore allée plus loin en créant un championnat d'Angleterre des hooligans au cours duquel chaque incident était noté par les journalistes et donnait droit à des points.

Certaines considérations politiques vont changer la donne dans les années 80, les parties d'extrême droite auxquels s'affilient de nombreux hooligans tentent de cadrer et de limiter ce phénomène même si de nombreux sociologues considèrent qu'il n'y a pas de lien entre le hooliganisme et l'environnement social.

Ils ne sont tout de même pas parvenus à prévenir la catastrophe qui constitue l'acte fondateur de la lutte acharnée contre le hooliganisme, le drame survenu au Heysel en 1985.

Ce drame intervient en Belgique dans la ville de Bruxelles à l'occasion de la finale de la Coupe d'Europe des clubs champions opposant Liverpool à la Juventus de Turin.

Plusieurs heures avant le début de la rencontre, des affrontements avaient eu lieu en dehors du stade permettant de mettre en évidence le manque de présence policière flagrant.

Toutefois le drame eut lieu à l'intérieur de l'enceinte sportive pouvant accueillir 60 000 spectateurs, mais qui ce jour en comptait beaucoup plus, plusieurs milliers de personnes étant parvenues à entrer sans billet à cause d'un manque d'effectif au niveau du service d'ordre.

Bien entendu, les deux camps de supporters sont placés dans des tribunes différentes, mais les invectives continuent à fuser jusqu'au moment où les hooligans anglais décident de charger en direction de la tribune composée majoritairement de belges et d'italiens.

Ces derniers, peu habitués à ce déchainement de violence se recroquevillent vers le fond de la tribune provoquant ainsi une gigantesque bousculade que la police ne put réprimer car la plus grande partie de ses effectifs se trouvait à l'extérieur du stade.

Face à cet assaut, les tribunes ne purent résister, les grilles de séparation et un muret s'effondrèrent ce qui contribua au piétinement de dizaines de personnes pour un bilan final de 39 morts dont 32 italiens, 4 belges, 2 français et un irlandais.

Les conséquences de ce drame n'ont pas tardé à se faire sentir et l'UEFA a mis en place un dispositif de sécurité drastique comportant un certain nombre de places assises et a de plus interdit tous les clubs anglais de compétitions européennes pendant trois ans.

La justice belge a condamné lourdement les autorités responsables pour avoir autorisé la tenue d'un match dans une enceinte vétuste.

Du côté anglais, les choses se sont mises en place plus tardivement et il a fallu attendre tragédie de Hillsborough en 1989, qui ressemble tragiquement à celle que nous venons d'évoquer avec malheureusement un bilan bien plus lourd (96 morts), pour voir l'instauration d'une « vraie » politique globale des supporters en Angleterre, comportant la réfection des stades, bien que cette tragédie ne fût pas liée au hooliganisme. Depuis lors, le hooliganisme n'est plus un problème pesant comme ce fut longtemps le cas même si certaines franges de supporters se revendiquent encore de ce phénomène là.

Ce drame permet de mettre en lumière le rôle que la violence peut jouer dans le sport ou inversement. En effet, le sport quand il déborde de son cadre, peut conduire à des comportements graves à l'origine de véritables tragédies, même si dans cet exemple précis, la médiatisation de ce sport n'a eu que peu d'influence sur le comportement des anglais.

Toutefois, il faut tout de même souligner que bien que des vies humaines aient été prises à cette occasion, les médias se sont faits le relai en direct du déferlement de violence intervenu en le diffusant en direct.

A cette époque les commentateurs ne semblent pas saisir la gravité de ce qui est en train de se produire sous leurs yeux.

Chose encore plus surprenante, le match a quand même eu lieu après avoir demandé aux deux capitaines de lancer un appel au calme à leurs supporters respectifs, l'UEFA ayant peur de raviver les tensions en décidant du report du match.

Pour la petite histoire, ce sont les italiens qui l'emportèrent grâce à un but de Platini.

SECTION 2 : LA RIVALITE PROST/SENNA

Dans un souci de meilleure compréhension de cet affrontement, il est important de s'attacher quelque peu à la personnalité de ces champions, afin de mieux comprendre les enjeux en présence et de prendre conscience de l'ampleur de cette rivalité.

En effet, Ayrton Senna est un pilote de Formule 1 brésilien qui a remporté trois fois le titre de champion du monde en 1988, 1990 et 1991. Il est une véritable idole dans son pays natal et un véritable culte lui est voué. Ce dernier est malheureusement le dernier pilote mort en course en Formule 1 en 1994.

De son côté, Alain Prost est un pilote français, quadruple champion du monde en 1985, 1986, 1989 et 1993. Il est à juste titre considéré comme un des tous meilleurs pilotes de l'histoire et durant sa carrière était surnommé « *le professeur* » en raison de son intelligence tactique dont les autres pilotes devaient s'inspirer.

Ces deux champions qui ont dominé leur sport durant une dizaine d'années ont entretenu une réelle concurrence et animosité entre eux. Ces sentiments se sont trouvés renforcés quand ils se sont retrouvés coéquipiers au sein de la même équipe. Néanmoins, cette association n'a jamais fonctionné comme une équipe, mais n'a fait qu'accentuer une rivalité quotidienne.

C'est à partir de ce moment que débutera notre étude, permettant ainsi de mettre en évidence les tensions qui ont animé l'écurie au sein de laquelle ils évoluaient.

Toutefois, il faut mentionner le fait que les performances des deux pilotes constituaient une véritable rivalité que les médias n'ont fait qu'entretenir et ranimer en permanence.

Il faut aussi avouer que cette dualité représente l'âge d'or de la Formule 1 pour laquelle chaque grand prix était un événement dont 75% de l'attractivité résidait dans le combat perpétuel entre ces deux hommes, aussi bien sur le circuit, que par médias interposés.

Paragraphe 1 : Une rivalité sportive réelle

Si cet affrontement a déchainé autant de passions aussi bien du côté des fans de Formule 1 que des médias, c'est parce qu'il mettait en scène des protagonistes atypiques qui pendant de nombreuses années ont dominé quasiment sans partage leur discipline.

En effet, ils ont accumulé à eux deux les titres de champion du Monde et les victoires de prestige, synonymes d'exploits retentissants.

A contrario de ce qui se passe pour la rivalité footballistique entre l'OM et le PSG qui a été montée de toutes pièces sans réel enjeu sportif, la rivalité entre les deux pilotes, qu'elle soit sportive ou médiatique, n'a fait que prospérer au fil de leurs carrières respectives.

Cette évolution chronologique peut ainsi matérialiser le début de notre étude.

A/ Évolution de cette rivalité au fil des ans

C'est en 1988 que la carrière de Senna prend un nouvel essor quand il est recruté par l'écurie McLaren⁴⁹. Alain Prost devient son nouvel équipier et leur rivalité peut prendre son essor.

McLaren domine très largement le championnat en écrasant la concurrence et Senna établit un nouveau record en cumulant 13 pole positions. En fin de saison, il comptabilise 8 victoires et 3 secondes places contre 7 victoires et 4 secondes places pour Prost et devient ainsi pour la première fois champion du Monde malgré un nombre de points inférieurs, seuls les 11 meilleurs résultats étant pris en compte.

L'année 1989 matérialise la revanche de Prost et symbolise la saison de la controverse entre les deux hommes avec de nombreuses polémiques.

On peut ici faire référence à une manœuvre discutable de Senna lors du Grand Prix du Portugal au cours duquel il n'a pas hésité à envoyer Prost contre le muret des stands.

Nouvelle altercation entre les deux hommes lors du Grand Prix de Saint-Marin quand le français accuse le brésilien de ne pas avoir respecté un pacte visant à ne pas s'attaquer au premier virage pour éviter tous risques d'accrochage. Devant l'ampleur prise par la polémique, le patron de l'écurie décide de réunir les deux pilotes afin de sermonner Senna et de permettre aux deux hommes de régler leurs différends.

⁴⁹ McLaren est une écurie de Formule 1 allemande qui appartient au groupe Mercedes-Benz dont elle est une filiale

Cet épisode constitue le début d'une guerre psychologique et d'un réel malaise entre les deux champions, Prost considérant que Mc Laren avantage trop Senna, alors qu'il est moins ancien que lui au sein de l'écurie et que sa venue a été validée par Prost lui-même.

Ce favoritisme s'explique par le fait que Senna était prêt à tout pour décrocher la pole position lors des qualifications, alors que Prost préférait régler son monospace afin de l'optimiser pour le départ de la course. Ce désir conjugué à la vélocité du brésilien lui a en effet permis de s'attirer les faveurs des patrons et du staff de son écurie.

Cette différence de traitement ne va permettre que la dégradation déjà bien entamée des relations entre les deux hommes qui apparaîtra aux yeux du public une nouvelle fois lors d'un Grand Prix, cette fois au Japon. En effet, Prost dépasse Senna qui était en pole position et ce dernier tente à son tour de le dépasser provoquant à nouveau un accrochage. Il remporte la course, mais se voit disqualifié par les officiels pour avoir court-circuité la chicane, ce qui permet à Prost d'obtenir son troisième sacre mondial. De plus, le brésilien se voit sanctionner d'une amende et d'une mise à l'épreuve concernant le renouvellement de sa licence de pilote pour avoir été trop critique envers les commissaires de course.

Par la suite, les relations entre les deux hommes vont se banaliser, car Prost connaîtra quelques déconvenues comme son renvoi de l'écurie Ferrari, qui lui donnera l'occasion de prendre une année sabbatique après son départ de chez Mc Laren et ne sera plus le rival tant désiré par Senna. Cette mise en retrait du français cause beaucoup de tort à Senna qui perd une grande partie de sa motivation qui trouvait sa source dans son désir perpétuel de battre Prost. Ce dernier confiera même que son rival durant cette année de transition l'a appelé à six reprises pour le convaincre de revenir au plus vite à la compétition. Son désir va se voir satisfait lors de la saison 1993.

En effet, cette saison là marque le retour de Prost dans l'écurie Williams Renault⁵⁰. Avant de s'engager, le français fait insérer une clause dans son contrat qui stipule que Senna ne pourra pas être son nouvel équipier.

Cette année là est la dernière de notre champion national et pas la plus évidente tant il est critiqué par son employeur et victime de certaines décisions des officiels. Cela ne l'empêche pas de décrocher son quatrième et dernier titre de champion du Monde, ce qui lui permet de tirer sa révérence de la plus belles des manières qu'il soit. Ce départ à la retraite

⁵⁰ Williams Renault est une écurie de Formule 1 française qui appartient au groupe Renault dont elle est une filiale axée sur les sports automobiles

marquera par conséquent la fin de la confrontation entre les deux hommes et leur relation va prendre un nouveau tournant avec une mise en scène très touchante de leur réconciliation.

B/ De la rivalité à la réconciliation puis à l'amitié

Cette dernière interviendra à l'issue du Grand Prix d'Adélaïde remporté par Senna.

En effet, les deux frères ennemis après une poignée de main de circonstance vont livrer devant les caméras du monde entier un exemple de ce que sont les valeurs du sport matérialisées par deux immenses champions qui après s'être affrontés durant de nombreuses années scellent leur réconciliation de la plus des manières.

Concrètement, Senna invite Prost à monter à ses côtés sur la plus haute marche du podium.

La symbolique est ici importante, car voir les deux anciens rivaux posés l'un à côté de l'autre met en avant le fait que la compétition n'est jamais vraiment parvenue à démontrer la supériorité de l'un sur l'autre et que par conséquent, ils doivent être placés sur un pied d'égalité, c'est à dire tous deux au sommet du podium.

Le départ de Prost des circuits va transformer la relation entre les deux hommes qui vont à la surprise générale devenir de vrais amis. En effet, pendant l'intersaison, les deux hommes se retrouvent à trois reprises pour discuter ensemble de la nouvelle Williams en préparation.

Ils apparaissent aussi souvent ensemble pour des œuvres de charité, comme des courses de Karting, au cours desquelles ils passent la plupart du temps à bavarder sous les yeux du public pris à témoin de leur nouvelle entente cordiale.

Ce rapprochement est significatif de leur prise de conscience respective du fait que l'un sans l'autre, leur carrière respective n'aurait pas eu la même flamboyance et que cette rivalité a aussi de manière implicite suscité un respect mutuel entre champions de la même discipline.

Ils ne pouvaient simplement pas se rapprocher quand tous deux étaient en activité car leurs égos étaient trop développés et la perspective de battre son rival historique a toujours été pour chacun d'eux un supplément d'âme qui n'aurait pu exister si les deux protagonistes avaient été amis durant cette période.

L'argumentaire que nous venons de développer ci-dessus permet de mettre en lumière que cette rivalité historique trouvait sa source dans le sport et la domination que chacun des acteurs voulaient imprégner sur ce dernier.

Néanmoins, il serait naïf d'occulter le fait que cette confrontation a fait les choux gras des médias et que sa couverture a fait l'objet d'un traitement médiatique plus que conséquent.

En effet, les médias se sont servis de ce duel dans un but mercantile, ce qui a profité au développement de la Formule 1, et les pilotes eux-mêmes ont utilisé les médias comme un relai pour faire entendre leurs revendications et faire passer des messages à son rival.

Paragraphe 2 : Le traitement médiatique de cette rivalité

Cette rivalité mondiale et retentissante n'a pu exister et perdurer que par l'intermédiaire des médias qui avaient trouvé avec elle le moyen de vendre du papier et du temps d'antenne autour d'un duel d'une grande attractivité.

Pour cela, les médias ont du s'appesantir sur des éléments sujets à provoquer la controverse entre les deux hommes et par conséquent nous nous devons d'en expliciter l'origine et les conséquences.

A/ Une opposition de style orchestrée par les médias

Les médias ont à la base défini une opposition de style, censée caractériser les qualités sportives des deux champions.

D'un côté, Senna était décrit comme un génie ou surdoué de son sport et les qualificatifs élogieux à son encontre fleurissaient. Il était dit spectaculaire (le meilleur sous la pluie), téméraire (dépassements spectaculaires) et obsédé par la vitesse (beaucoup de pole positions et de records de piste).

Le pilote français passait lui pour un calculateur prévoyant et anticipatif. Il était par conséquent surnommé « *le professeur* ». Ce dernier à l'unanimité avait impressionné par sa régularité au plus haut niveau et sa science du pilotage, préférant toujours une deuxième place bien assurée plutôt qu'une victoire improbable.

Le but non avoué des médias était pourtant facilement décelable dans le sens où ils souhaitaient vendre d'un côté un artiste imprévisible et flamboyant repoussant toujours ses limites à un professeur expérimenté et réfléchi au style plus académique, mais tout aussi efficace.

Néanmoins, cette opposition de style ou de personnalité ne pouvait prendre tout son sens que par des affrontements dantesques et suscitant des réactions épidermiques de la part des deux coureurs.

Ces derniers ont été servis dans cette guerre psychologique par les médias qui ont suivi pas à pas les avancées de leur affrontement sportif en en relatant les différents épisodes.

B/ Les médias, en tant que relai de leurs querelles

Les différentes étapes de leur guerre psychologique et d'usure a réellement commencé à intéresser les médias quand les deux champions se sont retrouvés partenaires au sein de la même écurie, chez Mc Laren.

Immédiatement, les médias de tous supports se font les relai de Prost qui soupçonnent un traitement de faveur accordé à Senna, car il peut travailler avec l'aide d'ingénieurs et de mécaniciens qu'il a connu lors de son passage dans sa précédente écurie, Lotus. Le pilote français utilise alors la presse pour retranscrire son sentiment et déclare dans l'équipe que la voiture de Senna bénéficie de réglages qui ne lui ont pas été consentis et qui permettent au brésilien d'alléger considérablement son bolide sans perdre de son aérodynamisme.

Si le début de cette polémique fût vite éteinte par le directeur sportif de l'écurie, Ron Dennis, par une réunion au sommet entre les deux champions et leurs équipes respectives, il ne peut pas en être dit autant concernant les nombreux accrochages ayant eu lieu en course entre les deux rivaux, qui ont fait l'objet de controverses, pénalités et analyses dont les médias ont eu le loisir de se réjouir.

En effet, lors du grand prix de Monza, Senna doit subir un incident mécanique avec une explosion de moteur et bien sur, c'est Prost qui en profite pour remporter la course.

Le champion brésilien déclarera ainsi à la fin de la course aux micros de TV Globo que « la victoire de Prost est un péché tant j'ai dominé le grand prix jusqu'à ma casse moteur »⁵¹.

Cette sortie médiatique ne sera pas la seule et Senna en fera de nombreuses autres pour minimiser à chaque fois les victoires de son rival, en sous-entendant qu'à chaque fois que le français s'impose, c'est parce que Senna a soit connu des soucis mécaniques ou a été défavorisé par la FIA⁵². On peut ainsi se référer à ses propos suite à l'une de ses

⁵¹ TV Globo est une chaîne de télévision brésilienne qui a longtemps diffusé la Formule 1.

⁵² Organisation à but non lucratif qui regroupe plus de 200 organisations automobiles.

disqualifications par les commissaires de course, « ce que nous voyons est une vraie manipulation du championnat du monde pour satisfaire Prost ».

C'est finalement le quotidien *L'Equipe* qui par l'un de ses titres résumera assez bien la situation en écrivant, « quel désolant symbole d'une saison de course intense, mais gâchée par les conflits, les rivalités et les jalousies ». Ce titre relève tout de même du paradoxe, car on sait que les médias nourrissaient cette rivalité qui commercialement leur était profitable.

Il faut aussi, chose étonnante, mentionner le fait que l'exploitation médiatique de cette compétition, si elle a cessé lors de la retraite de Prost pour se transformer en amitié, a continué au niveau cinématographique et à titre posthume à perdurer.

C/ Une exploitation médiatique à titre posthume

Il est vrai, comme nous venons de le relater ci-dessus, que ce duel qui s'est perpétré sur de nombreuses années revêtait un aspect romanesque non négligeable.

En effet, un affrontement d'une telle intensité avec toutes les composantes qui le régissent constituait un très bon scénario pour le cinéma, car ce genre d'histoire a toujours été source de fascination pour le public.

Cet aspect là des choses n'est évidemment pas passé inaperçu et un film consacré à Senna a ainsi vu le jour en 2010.

Ce dernier a été réalisé par Asif Kapadia qui à la base, a prétendu s'atteler à un biopic de la vie et de l'œuvre de Senna à partir notamment d'images d'archive remastérisées.

L'intention explicite de l'auteur était de retracer le parcours d'un surdoué, de ses débuts au Kart jusqu'à son accident mortel en Formule1.

Néanmoins, le rendu du film diffère grandement des intentions initiales et ce pour diverses raisons.

La première étant que l'enfance et la découverte de la course automobile sont très vite passées en revue au profit de ce qui intéresse réellement le public, c'est à dire l'affrontement entre Senna et Prost.

Si cette période ne pouvait être passée sous silence, c'est la manière dont le réalisateur l'aborde qui pose certains problèmes.

Le réalisateur aborde très clairement la problématique de façon manichéenne en attribuant le bon rôle à Senna et le mauvais à Prost.

Le premier se voit présenter comme un être jovial, talentueux, adulé du public et connaissant un grand succès auprès des femmes. Le français est assimilé à un besogneux, austère, envieux du talent naturel de son rival et ne parvenant pas à s'attirer les bonnes grâces du public.

On imagine aisément qu'il jalouse son adversaire brésilien et au fon aimerait lui ressembler.

Cependant, ce prisme là ne reflète pas du tout la réalité de cette compétition et n'a été envisagé que dans un but attractif afin de conférer au film un plus grand intérêt et d'inciter les foules à se déplacer dans les salles obscurs.

En effet, l'évolution de la relation entre les deux hommes suite à la retraite sportive de Prost n'est pas dut présente dans le film, qui se focalise uniquement sur l'historique de la rivalité sportive entre deux hommes.

Bien entendu, cette conception réappropriée de l'histoire a suscité son lot de polémiques et n'a pas tardé à faire réagir le principal intéressé encore en vie de nos jours, Alain Prost.

Il faut mentionner le fait que son témoignage avait été requis en amont du film pour faire ressortir au mieux l'essence des relations entre les deux protagonistes. Dans ce cadre, le pilote français avait accordé près de neuf heures d'interviews au cours desquelles il dit s'être plus attardé sur l'aspect émotionnel et psychologique de leur relation que sur la réalité sportive elle-même.

Au moment de la sortie en salles et au vu du résultat, Prost n'a pu conserver le silence et a choisi d'exprimer son ressenti dans un long entretien avec la magazine *F1 Racing*⁵³.

Il y déclare notamment que « ce serait fantastique si vous pouviez montrer Ayrton avant qu'il ne soit arrivé en F1 ; comment il était en F1 en se battant avec ou contre moi ; puis Ayrton après ma retraite. Si vous faites cela, un mix de belles histoires et de sport, ce sera un bon film ».

Comme nous l'avons vu précédemment, les volontés de ce dernier n'ont pas été respectées, car une partie entière de l'enfance de Senna qui aurait été pertinente afin de comprendre la naissance d'un champion et une partie entière de l'évolution de leur relation ont été occultées.

⁵³ *F1 Racing* est un ancien magazine français consacré à l'actualité de la Formule 1.

Néanmoins, ce sont le rôle et la personnalité qui lui sont attribués qui affectent le plus Prost qui n'hésite pas à revenir sur le sujet. « Je trouve ça très mal, et triste. S'ils avaient voulu faire un film commercial avec un méchant et un gentil, ils n'avaient pas besoin de faire des interviews. De me demander quoi que ce soit ». On sent par l'intermédiaire de cette confession quels sont les véritables regrets du français.

Il reproche au réalisateur d'avoir tronqué l'histoire à son profit pour la faire correspondre aux enjeux cinématographiques classiques, à savoir l'affrontement entre le bon et le méchant. Cette logique, comme l'exprimait déjà le pilote peut se justifier par la recherche du « commercial ».

En effet, ce film est la parfaite synthèse des différents écueils que nous avons évoqués tout au long du mémoire. Par le biais d'une histoire vraie, le cinéma l'a transformé à son goût pour la rendre plus attractive et génératrice de profits et ce, même si les spectateurs sont trompés par une interprétation déviante de la réalité.

L'attitude du réalisateur est aussi éclairante à ce sujet, car il n'a cessé lors de la promotion mondiale du film d'alimenter la polémique dans un seul but, que le film soit sujet à controverses et dont provoquent de la curiosité amenant les gens à se déplacer pour assister à l'objet des débats.

Il faut reconnaître que cette stratégie, si elle est discutable aussi bien sur le fond que sur la forme a porté ses fruits dans la pratique⁵⁴.

Le film a reçu un accueil très favorable et a même été primé à deux reprises en 2011 en tant que Meilleur documentaire britannique au British Independent Film Awards et aussi en 2012 comme Meilleur documentaire britannique au Evening Standard British Film Awards. Il n'y a étrangement qu'en France que le film a reçu un accueil mitigé avec un peu plus de 360 000 entrées.

⁵⁴ Le neveu d'Ayrton Senna, lui aussi, pilote de Formule 1 a critiqué publiquement la présentation manichéenne de ce film

CONCLUSION

La problématique de ce mémoire relative à l'interdépendance entre les médias et les sports revient, comme nous l'avons vu tout au long de notre étude, à se pencher sur divers questionnements relatifs en réalité au phénomène contemporain de médiatisation du sport.

Notre étude a permis de mettre en lumière les principaux aspects de cette dernière par l'intermédiaire d'exemples concrets et ses conséquences éventuelles.

Ainsi, dans un souci de synthèse, il me paraît important de dresser le bilan de nombreux développements afin de faire émerger au mieux les réelles implications qui découlent de la relation de proximité entretenue entre les médias et le sport.

Peu à peu, la médiatisation initiale représentée chronologiquement par la presse écrite et la radio a laissé sa place à la télévision puis à l'internet en raison principalement des très nombreuses évolutions technologiques qui ont émaillé le vingtième siècle.

En effet, durant cette période, le nombre d'heures de diffusion du sport à la télévision n'a cessé de croître pour atteindre 33000 heures par an en 2012.

Il est clair que cette recrudescence de la médiatisation du sport est à double sens et implique donc par conséquent des effets positifs mais aussi négatifs qu'il est bon de rappeler.

De par leur diffusion quasi-quotidienne sur différents supports médiatiques, le sport en général est parvenu à toucher un public beaucoup plus large et est réellement devenu un enjeu fédérateur et de communion partout dans le monde.

En France, cette affirmation a pu se vérifier lors de la victoire de l'équipe de France de football en 1998 qui a suscité une véritable liesse nationale, des dizaines de milliers de personnes ayant défilé sur les Champs-Élysées pour faire la fête après cette victoire historique.

Le fait de pouvoir suivre les sports en continu est aussi un bon moyen de susciter des vocations, car le phénomène d'identification aux sportifs est très fort, en particulier chez les plus jeunes, qui souhaitent leur ressembler et par conséquent font la démarche de s'inscrire dans un club de sport.

Comme nous l'avons vu précédemment, le sport véhicule des valeurs humanistes universelles telles que le respect de l'adversaire, la loyauté ou encore le dépassement de soi. Par conséquent, la médiatisation des sports permet de faire transparaître ces notions sur des

supports qui trouvent un écho dans l'esprit de millions de personnes et permettent donc de transmettre un message positif et on peut affirmer que les médias dans ce cadre jouent un rôle de promotion et de publicité.

Toutefois, le tableau, scruté de plus près n'est pas aussi idyllique qu'il n'y pourrait paraître et la médiatisation parfois outrancière du sport engendre irrémédiablement son lot d'aspects négatifs.

Cette médiatisation à laquelle nous faisons référence ne touche en effet que certains sports tels que le football, le tennis, ou encore la boxe et la formule1. D'autres comme le basket ou le volley-ball bénéficient d'une exposition bien moins importante et bien plus confidentielle.

Ce phénomène peut s'expliquer par le fait que les sports médiatisés sont ceux qui s'avèrent être les plus populaires, car ils connaissent des compétitions d'envergure mondiale comme la Coupe du Monde de football, ou encore le tournoi de tennis de Roland Garros.

Par conséquent, la mise sous les projecteurs de ces sports fait accéder leurs acteurs, les sportifs, à la gloire et à la reconnaissance, ce qui ne va pas sans risque.

La pression sur leurs épaules s'en trouve décuplée, le sportif devient ainsi une vedette et tombe dans l'engrenage du mécanisme de « *starification* ». Ce dernier peut devenir un poids pour le sportif qui se trouve confronté à de nouvelles prérogatives dépassant largement son domaine de compétence telles que le fait de devoir répondre aux attentes du public, des sponsors ou encore aux nombreuses sollicitations médiatiques dont il fait l'objet.

C'est à ce moment précis que le basculement pouvant s'avérer fatal s'opère et que l'athlète devient ce que l'on appelle communément un « *people* ». La conséquence principale de cette opération réside dans le fait que la frontière entre la vie publique (qui s'exerce dans le cadre de son sport) et la vie privée devient poreuse, car cette dernière accède aussi à la médiatisation.

Les principaux concernés deviennent alors des marques à parts entières qui se détachent de l'image du sportif. Cela se matérialise par les nombreux contrats publicitaires ou de sponsoring dont bénéficient les plus populaires d'entre eux.

Cette prise en main fait peser sur les épaules du principal concerné un lourd fardeau, car son comportement sur et en dehors du terrain lui est dicté en permanence, le privant ainsi

de tout naturel et de toute spontanéité. L'illustration la plus éclairante est celle du footballeur David Beckham en contrat avec une dizaine de partenaires, devenu une marque, un mannequin, une icône de mode, mais que trop rarement considéré comme un sportif de haut niveau.

Les acteurs du sport ne sont pas les seuls concernés à devoir subir les répercussions de la médiatisation toujours plus accrue du sport car cette dernière draine dans son passage de nombreuses conséquences structurelles.

Ces conséquences se répercutent par effet de dominos sur le coût des salaires, le prix des transferts qui peut parfois sembler disproportionné ou encore impacter directement sur le budget des clubs.

C'est à cet instant précis que les dérives les plus alarmantes se font jour et qui sont liées à ce que la presse a pompeusement rebaptisé le « *sport business* ».

La notion de « *sport business* » peut se définir comme le fait que le sport est devenu un véritable marché au sein duquel les sponsors et les chaînes de télévision s'affrontent autant que les sportifs avec l'argent comme nerf de la guerre. Il a contribué à la professionnalisation des sports mais cette influence de l'argent, comme nous l'évoquions plus haut, est restée très inégale selon les sports.

De plus, cette manne financière pousse les sportifs à des pratiques prohibées telles que le dopage qui est quasiment institutionnalisé dans certains sports dont le cyclisme est l'étendard le plus emblématique.

Afin de lutter contre ces dérives, des mesures ont été prises pour endiguer ce phénomène.

On peut ici se référer au principe du « salary cap » qui représente la masse salariale maximale d'une équipe dont l'objectif est de limiter l'accumulation des gros salaires afin de garantir une certaine équité entre les clubs. Ce sont les sports nord-américains qui sont à l'origine de cette mesure reprises par d'autres pays. Sont notamment concernés la NBA, la NFL ou encore la LNH⁵⁵.

Concernant à proprement parler le football, nous devons évoquer le projet de fair-play financier porté par Michel Platini.

⁵⁵ La NBA, NFL ou LNH sont respectivement le championnat national de Basketball américain, de football américain et aussi l'association sportive des équipes de Hockey du Canada et des États-unis

Il vise en effet à « garantir la stabilité à long terme du football » par une discipline budgétaire visant à rationaliser les finances des clubs qui devront équilibrer leurs comptes sous la surveillance de l'instance européenne.

Quatre conditions devront dans ce cadre être remplies. Il faudra que le club ait la possibilité financière de poursuivre son activité, qu'il n'ait pas de fonds propres négatifs, qu'il se trouve à l'équilibre financier sans avoir de dettes envers d'autres clubs, les joueurs ou le fisc.

Si ces prescriptions venaient à ne pas être respectées, les sanctions pourraient aller du prononcé de simples amendes jusqu'à l'exclusion des compétitions dépendantes de l'UEFA⁵⁶ telles que la Champions League ou L'Europa League⁵⁷.

Toutefois, si de nombreux clubs étrangers se retrouvent avec des dettes colossales mais continuent à dépenser des sommes astronomiques en transfert (au début du mois d'août, le Réal Madrid a proposé 120 millions à Tottenham pour le transfert du gallois Gareth Bale)⁵⁸, cette situation n'est pas imaginable en France grâce à l'existence d'un organisme.

Il s'agit ici de la Direction nationale du contrôle de gestion, commission indépendante sous l'égide de la LFP en charge de contrôler les comptes des clubs de football professionnels français.

Elle peut prononcer des sanctions telles que des rétrogradations dans des divisions inférieures (c'est le cas du RC Strasbourg en 2011), l'exclusion de certaines compétitions ou également l'encadrement du recrutement ainsi que du budget.

Le but très clairement avoué est d'assurer la viabilité du modèle économique français en matière de football, afin de ne pas se retrouver dans la situation d'endettement généralisé des clubs anglais ou espagnols.

D'un point de vue plus général, une autre mesure concernant tous les sports est intervenue en 2009 et a suscité son lot de polémiques, il s'agit ici de la suppression du droit à l'image collectif (DIC) concernant les clubs professionnels.

⁵⁶ L'UEFA est une association regroupant les fédérations nationales d'Europe

⁵⁷ La Champions league et l'Europa league sont des compétitions de football organisées par l'UEFA et regroupant les meilleurs clubs européens

⁵⁸ Ce transfert, si il venait à se concrétiser serait le plus important de l'histoire du football devant celui de Cristiano Ronaldo estimé à 94 millions d'euros.

Cette dernière avait été votée en 2004 et permettait aux clubs professionnels d'être exonérés de 30% de charges sociales sur la rémunération versée aux joueurs.

Cela permet concrètement aux clubs de faire des économies conséquentes sur les salaires.

Sa suppression a été votée pour rapporter de l'argent à l'État et contenter la Cour des Comptes qui considérait cette pratique comme une niche fiscale.

Face à cela, une fronde a été organisée et menée par Frédéric Thiriez, Président de la LFP qui s'est battu pour « maintenir la seule mesure prise ces dernières années pour défendre la compétitivité du sport français » tout en ajoutant qu'il ne s'agissait pas « d'un cadeau accordé à des sportifs nantis ».

Il a été suivi dans sa démarche par de très nombreux présidents de clubs qui redoutaient que cette mesure incite les meilleurs joueurs à délaisser les championnats nationaux pour rejoindre ceux étrangers disposant d'une fiscalité plus clémente.

Toutefois, ces différentes mesures qui se justifient tout à fait ne suffisent malheureusement pas à endiguer totalement la logique financière qui avantage certains pays émergeant et qui aboutit à des situations paradoxales et contraires aux intérêts du sport.

Le dernier en date correspond à l'attribution de l'organisation de la Coupe du Monde de football 2022 au Qatar.

En effet, ce pays utilise ses ressources financières provenant du pétrole, pour faire exister son pays sur la scène mondiale et ce, par divers biais dont le sport fait partie intégrante.

Cette attribution a suscité la polémique, car elle pourrait être entachée de corruption mais surtout parce qu'elle risque de porter atteinte à l'intégrité physique des sportifs qui devront jouer sous des températures proches des 50 degrés.

Un autre grief réside dans le fait que ce pays ne compte aucune enceinte sportive d'envergure et que ces dernières ne feront l'objet que de constructions futures.

À noter également que ce pays étant régi par la loi islamique, l'homosexualité y est interdite, de même que la prostitution et la consommation d'alcool, ce qui pourrait causer quelques problèmes au vu de la foule et de la diversité des populations qui seront amenées à investir le pays à l'occasion de cette compétition.

Au vu de l'ensemble de ces éléments, nous constatons que deux logiques s'allient, celle sportive et celle du spectacle qui est génératrice de profits, pour produire des événements sportifs colossaux.

Toutefois, le seul élément de référence reste l'adhésion du public qui semble ravi par cette médiatisation qui est constitutive d'un rendez-vous collectif dans une société toujours plus individualiste.

La finalité de cette étude peut nous faire considérer à juste titre comme le plus moderne des médias, mais aussi comme un très bon outil de communication pour les marques qui s'y associent.

Le sport est à l'image des athlètes, fort et fragile et à vouloir le modifier pour susciter de l'attractivité se répercutant en audimat, on risque de l'abimer.

BIBLIOGRAPHIE

TEXTES, OUVRAGES JURIDIQUES ET JURISPRUDENCE

- CJCE, 15 décembre 1995, *Bosman*.
- BUY (F.), MARMAYOU (J.-M.), PORACCHIA (D.) et RIZZO (F.), *Droit du sport*, éd Lextenso, coll. Manuel, 2008.

OUVRAGES GENERAUX

- THOMAS (R.), *Histoire du sport*, éd PUF, 2006
- MARCILLAC (R.), *Sport et télévision*, éd Albin Michel, 1963
- LUYAT (L.), *Les coups du sport*, éd Ramsay, 2013
- MENES (P.), *Carton rouge pour les bleus*, éd du Rocher, 2010
- VERDEZ (G.), *Le roman noir des bleus*, éd Broché, 2010
- RIOLO (D.), *Racaille football club*, éd Albin Michel, 2013
- AMSON (C.), *Droit du sport*, éd Vuibert, 2010
- OLIVE (K.), *PSG/OM, on remet ça*, éd Hugo et Cie, 2003
- BODIN (D.), *Le hooliganisme*, éd PUF, 2003

SOURCES ELECTRONIQUES

- www.beINsport.fr

- www.academie-sports.com
- www.Fr.FIFA.com
- www.UEFA.com
- www.léquipe.fr
- www.Médiamétrie.fr
- www.footmercato.fr
- www.foot365.fr
- www.lemonde.fr
- www.lefigaro.fr
- www.cahierdufootball.fr

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS.....	4
LISTE DES PRINCIPALES ABREVIATIONS.....	5
SOMMAIRE.....	6
INTRODUCTION.....	8
PARTIE I : LA COUVERTURE MEDIATIQUE DU SPORT.....	14
CHAPITRE 1 : LA COUVERTURE MEDIATIQUE JUSQU’AUX ANNEES 1980.....	15
SECTION 1 : UNE COUVERTURE MEDIATIQUE CONCOMITANTE AVEC LES AVANCEES TECHNOLOGIQUES	15
§1 : La genèse de l’arrivée du sport dans les médias : la presse écrite	36
§2 : La genèse de l’arrivée du sport dans les médias : la radio.....	36
SECTION 2 : LA TELEVISION, VECTEUR ESSENTIEL DE LA MEDIATISATION	42
§1 : La télévision induit des adaptations dans les règles de certains sports	42
§2 : L’apparition de nouveaux médias	44
§3 : L’exploitation du sport par les médias.....	44
§4 : Le rôle joué par la publicité à la télévision	44
§5 : L’apport financier des contrats télévisuels au football français	44
CHAPITRE 2 : LA COUVERTURE MEDIATIQUE DEPUIS L’ARRIVEE DE CANAL PLUS.....	59
SECTION 1 : UNE PREDOMINANCE DE CANAL PLUS POUR LA DIFFUSION DU SPORT	59
§1 : La concurrence avec TPS	60
§2 : La fusion entre Canalsat et TPS	66
§3 : L’avènement et la chute d’Orange Sport	66

SECTION 2 : UNE PREDOMINANCE CONTESTEE PAR L'ARRIVEE D'AL JAZEERA	70
§1 : L'arrivée retentissante de beINsport	71
§2 : Le succès immédiat de cette nouvelle chaîne	76
PARTIE II : L'INFLUENCE DES MEDIAS SUR LE SPORT	87
CHAPITRE 1 : LES MEDIAS EN TANT QUE PEDAGOGUES DU SPORT	89
SECTION 1 : LES MEDIAS, ANALYSTES DES VALEURS SPORTIVES.....	89
§1 : Le <i>flair play</i> , principe directeur des valeurs sportives	90
§2 : Les valeurs sportives prônées par les médias.....	94
SECTION 2 : L'EXEMPLE CONCRET DE L'AFFAIRE DES BLEUS LORS DE LA COUPE DU MONDE DE 2010	99
§1 : La polémique suite à la qualification de la France	100
§2 : Le tollé suite à la grève des joueurs.....	103
§3 : Le traitement médiatique conféré à cette affaire	66
§4 : La transformation de cet évènement en enjeu de débat public	66
§5 : La chronique d'une contre-publicité pour le football et ses valeurs	66
§6 : La nécessaire application d'un droit dans le sport	66
CHAPITRE 2 : LES MEDIAS, CREATEURS DE RIVALITE.....	109
SECTION 1 : LA RIVALITE OM/PSG	110
§1 : La genèse de cette rivalité.....	110
§2 : Les conséquences de cette rivalité.....	114
A/ Un intérêt commercial et mercantile pour tous les types de médias	114
B/ Un classico à la française	117
C/ Une rivalité génératrice de violence	117
SECTION 2 : LA RIVALITE PROST/SENNA	119
§1 : Une rivalité sportive réelle	119

A/ L'évolution de cette rivalité au fil des années	119
B/ De la rivalité à la réconciliation, puis à l'amitié	123
§2 : Le traitement médiatique conféré à cette rivalité.....	125
A/ Une opposition de style orchestrée par les médias.....	125
B/ Les médias en tant que relais de leurs querelles.....	127
C/ Une exploitation médiatique à titre posthume	117
CONCLUSION.....	131

BIBLIOGRAPHIE	135
----------------------------	------------

TABLE DES MATIERES	145
---------------------------------	------------