

LE TEMPS

Laurent Favre - 23 mars 2018

Ce que le sport moderne doit à la presse

La Coupe d'Europe de football, le Ballon d'or, les Coupes du monde de ski et d'équitation, toutes les grandes courses cyclistes: ces grands rendez-vous sportifs ont en commun d'avoir été créés par des journaux

Pour les stars du sport spectacle, les journalistes sont au mieux un mal nécessaire, au pire une quantité désormais négligeable. Les services de presse n'y voient qu'un flux à gérer, un flot à contenir derrière une barrière de zone mixte ou un e-mail de réponse automatique malheureusement négative. Les fans, à longueur de forums, expriment leur défiance et crient à l'incompétence, au complot, à la malveillance.

Le journalisme sportif a mauvaise presse. C'est bien sûr en partie de sa faute. C'est aussi le problème de l'époque, qui n'a pas la reconnaissance du ventre. Ne parlons même pas des critères, pas toujours justifiables, qui font qu'un sport est médiatisé ou non et, partant, popularisé ou non, sponsorisé ou non, monétisé ou non. Restons-en aux faits.

Si la presse n'a pas inventé le sport moderne, imaginé par des idéologues pétris des valeurs antiques de l'esprit sain dans le corps sain, elle l'a porté sur les fonts baptismaux en créant de nombreuses compétitions qui ont très vite accru sa popularité. L'argument était certes avant tout commercial: les journaux cherchaient à recruter de nouveaux lecteurs parmi les classes moyennes et populaires et à apparaître moins politisés en s'intéressant au fait divers, au grand reportage et aux loisirs.

La couleur des maillots distinctifs

Ce volontarisme s'exprime d'abord dans le cyclisme. En 1892, la course Liège-Bastogne-Liège est lancée pour promouvoir les ventes de L'Express. En France, le journal Vélo imagine Paris-Roubaix en 1896. En 1903, L'Auto lance le Tour de France, sur proposition du journaliste Géo Lefèvre. La Gazzetta dello Sport l'imité six ans plus tard avec le Tour d'Italie, le journal espagnol Informaciones en 1935 seulement avec la Vuelta. L'année suivante, la Flèche wallonne est créée par le journal Les Sports.

Au fil des années, ces épreuves ont été rachetées par des sociétés, qui possèdent parfois également des journaux, comme le groupe Amaury en France. Il subsiste de cette origine journalistique des courses cyclistes les couleurs des grands maillots distinctifs: les pages de L'Equipe étaient imprimées sur du papier jaune, celles de la Gazzetta sur du papier rose.

S'il n'a pas attendu la presse pour se structurer, le football va connaître un nouvel essor dans les années 1950 grâce aux initiatives de deux titres frères: L'Equipe et France Football. En décembre 1954, Gabriel Hanot assiste à Londres au match Wolverhampton-

Honved Budapest (3-2) à l'issue duquel le Daily Mail proclame: «Wolver-hampton est le champion du monde des clubs.» Le 15 décembre, Hanot répond: «Attendons pour proclamer l'invincibilité de Wolverhampton qu'il soit allé à Moscou et à Budapest. Et puis il y a d'autres clubs de valeur internationale, Milan et le Real Madrid pour ne citer que ceux-là. [...] L'idée d'un Championnat du monde, ou tout au moins d'Europe, des clubs [...], plus original qu'un Championnat d'Europe des équipes nationales, mériterait d'être lancée. Nous nous y hasardons.»

Récupération des fédérations

Une phase de consultations est lancée en janvier 1955. Les clubs européens sont enthousiastes. La rubrique football de L'Equipe élabore le règlement. L'UEFA, circonspecte, laisse faire. Elle récupérera l'organisation au terme de la première saison. Le nom de L'Equipe apparaît sur le trophée jusqu'à ce que le Real Madrid le remporte définitivement. La nouvelle coupe, celle que l'on connaît actuellement, ne fait plus mention de son créateur. En revanche, une fresque au sous-sol du bâtiment de l'UEFA rend hommage à l'idée de Gabriel Hanot.

Le journal L'Equipe est encore à l'origine de la création de la Coupe du monde de ski alpin. Selon la légende, c'est à Evian, où le Tour de France faisait étape, que son directeur Jacques Goddet aurait dit au journaliste Serge Lang: «Serge, inventez-nous donc quelque chose dans le ski pour nos amis d'Evian.» Fondateur de l'Association internationale des journalistes de ski en 1961, cet Alsacien capable d'écrire en trois langues planche sur la question en compagnie de son confrère Michel Clare et présente aux Championnats du monde 1966 à Portillo (Chili) un projet adoubé par le président de la Fédération internationale de ski (FIS), le Bernois Marc Hodler. Le nom «World Cup» est copié du football, le système de points et de classement inspiré de la Formule 1. Des médias étrangers (Die Welt, Ski Magazine, Sports Illustrated) appuient d'emblée l'idée du spécialiste ski de L'Equipe mais aussi de La Suisse et de Blick.

Plus d'argent mais encore des valeurs

L'année 1970 verra notamment la création de la Course de l'Aurore, qui deviendra en 1980 La Solitaire du Figaro, et de la Coupe du monde de saut d'obstacle, imaginé par le journaliste suisse Max E. Ammann.

En 1973, l'UEFA récupérera une autre compétition, la Supercoupe d'Europe, créée un an plus tôt par Anton Witkamp, journaliste au quotidien néerlandais De Telegraaf. Alors qu'il y a deux Coupes d'Europe (des clubs champions et des vainqueurs de coupe), Witkamp imagine un match entre les deux vainqueurs, l'Ajax Amsterdam et le Celtic Glasgow. Devant la réticence de l'instance européenne (les fans du Celtic font peur), De Telegraaf prend même en charge les frais d'organisation.

La presse écrite perdra progressivement de son importance et de son influence à partir des années 1980. Le sport professionnel suit à la même période une courbe inverse. Son nouveau support devient la télévision, qui démultiplie les audiences et le propulse dans une nouvelle dimension financière. Les fédérations deviennent richissimes, comme la FIFA qui rachète en 2010 le Ballon d'or créé en 1956 par le magazine France Football. L'une avait besoin de légitimité, l'autre d'argent. En quelques mois, Sepp Blatter et ses sbires font d'une cérémonie autrefois confidentielle un clinquant show planétaire. «C'était de la

petite entreprise; aujourd'hui, c'est de la grosse industrie», semble se réjouir le directeur de «FF» Gérard Ejnès. Mais en 2016, France Football récupère son bien. La presse n'a peut-être plus d'argent mais elle a encore des valeurs. Et toujours des idées.