

# Le Monde

## Dimanche 30 avril – Mardi 2 mai 2006

### pour les sponsors et les sites Internet

Zinédine Zidane racroche-ta définitivement les crampons après la Coupe du monde. L'information, de la bouche même de l'intéressé, est tombée mardi 25 avril à 19 h 30, en exclusivité sur Canal+. Quelques minutes plus tard, Orange World, le portail de l'opérateur mobile Orange annonçait une interview « exclusive » de Zizou pour ses abonnés dès 20 h 45.

Le résultat de négociations serrées entre les deux sponsors du joueur et son agent. En fait, Orange a obtenu le droit de diffuser l'interview de Canal+ avec une heure de décalage. Les déclarations de Zidane feront ensuite l'ouverture des journaux de 20 heures de TF1 et de France 2, puis l'objet d'une interview, elle aussi exclusive, dans *L'Équipe* du lendemain. Des photos sont diffusées gratuitement aux agences. Sur tous ces documents le logo Canal+ apposé sur le micro apparaît bien en évidence.

Orange précise avoir totalisé pour sa part 5 000 connexions sur son portail Orange World, destiné aux abonnés à la téléphonie 3G. Les journalistes espagnols, eux, ne pourront poser leurs questions que le lendemain. Seule consolation : Zidane s'est exprimé dans leur langue. Quant au site Internet du joueur, Zidane.fr, il n'a, cet-

te fois, bénéficié d'aucune priorité : son rédacteur, Olivier de Los Bueis, a eu beau appeler Zidane, dont il a la ligne directe, ce dernier n'a pas voulu lui dévoiler l'information.

Une fois encore, la parole de la star du football français a fait l'objet d'une opération de communication dominée par les intérêts des sponsors. Stéphane Guy, journaliste de Canal+ et intervieweur du champion, raconte qu'il a appris « incidemment », en appelant son agent le mercredi 19 avril, que Zidane allait donner une interview à Madrid le mercredi suivant. « Il n'avait pas fait de conférence de presse depuis octobre », dit M. Guy, qui flairait le scoop. Immédiatement, Canal+ négocie avec l'agent de Zidane une interview avant la conférence de presse.

La chaîne cryptée a quelques arguments de poids à faire valoir. Elle a signé un accord de sponsoring avec le numéro 10 des Bleus en 1999, pour qu'il devienne le porte-parole de CanalSatellite. Même si, dans le contrat, il n'est pas écrit noir sur blanc qu'il doit parler prioritairement devant les caméras de cette chaîne, les liens financiers créent quelques obligations. D'autant que de son côté,

Canal+ diffuse les matches du Keal. Finalement, la chaîne obtient un rendez-vous avec Zidane pour le 25 avril en fin d'après-midi. Une fuite va bousculer le planning médiatique. La radio privée espagnole Caneda Ser annonce, vendredi 21 avril, que Zidane va probablement annoncer sa retraite footballistique. Branle-bas de combat à Canal+, où l'on souhaite du coup avancer la date de l'interview. Refus de l'agent du joueur. Finalement, mardi matin, Stéphane Guy part vers Madrid avec un photographe. Chez Orange, c'est aussi l'effervescence.

L'opérateur a en mémoire le coup médiatique dont il a hérité presque par hasard à l'été 2005 et qui a contribué à faire connaître son portail Internet.

En août 2004, Zidane avait annoncé, déjà devant les caméras de Canal+, qu'il n'endosserait plus le maillot des Bleus.

Un an plus tard, coup de théâtre : il décide de réintégrer l'équipe de France. En pleine torpeur estivale, il divulgue l'information sur son site Zidane.fr. Les équipes d'Orange apprennent la nouvelle et obtiennent de reprendre le scoop sur le site Internet et le portail mobile. Dans l'urgence, la

nuît, l'opérateur de téléphonie conçoit même une pub pour communiquer autour de cette vraie-fausse exclusivité. Résultat, ce jour-là, le nombre de connexions sur le site Orange explose et atteint 33 000.

L'usage du site Internet est devenu le principal vecteur de communication pour nombre de sportifs de haut niveau.

Initialement simple vitrine pour les sponsors et lieu de dialogue avec les fans, le site Web est un moyen pour les athlètes de se décharger du poids des interviews. Ou des questions gênantes ou récurrentes.

Le coureur cycliste italien Ivan Basso, un des favoris du prochain Tour de France, interrogé par *Le Monde*, le 25 mars, lors du Critérium international à Charleville-Mézières, a ainsi refusé de répondre à certaines questions. « C'est sur mon site ! » a-t-il lancé. Depuis le début des « play-off » de la NBA, le 22 avril, le basketteur Tony Parker a décidé de se concentrer sur son jeu. Il n'accorde donc des interviews qu'à son site tonyparker.net.

« Le site ne sert pas seulement pour de grandes exclusivités », souligne Laurie Delhostal, la journaliste en charge du portail de la nageuse Laure Manaudou. Il peut aussi tout simplement annoncer des résultats ou indiquer si le sportif va

participer ou non à une compétition. » Transfert, blessure, annonce de contrat avec un sponsor, petites ou grandes confessions, les sites Internet obtiennent leurs informations grâce aux relations privilégiées avec les sportifs. Le contenu de la plupart d'entre eux est rédigé par des journalistes titulaires de la carte de presse. Fin connaisseurs d'un sport, ils ont souvent développé des affinités avec l'athlète au fil de leur carrière et combinent ce travail avec leur emploi traditionnel.

« Je suis tous les jours en contact avec Laure et je me déplace sur les grandes compétitions », raconte Laurie Delhostal, également collaboratrice du site d'information sportive Sporever, hébergeur du portail de Laure Manaudou. « Du coup, même si elle perd, je peux obtenir des déclarations », ajoute-t-elle. Et avant tout le monde...

Les sites Internet des sportifs fonctionnent du coup comme de vraies petites agences de presse. « C'est encore mieux que la télévision », s'enthousiasme Ludovic Languet, le journaliste en charge du site du basketteur Tony Parker. « En 2001, Tony était sur les rangs pour partir jouer en NBA, le championnat américain, raconte-t-il. A quelques heures de la fermeture officielle du marché des transferts, on n'avait toujours pas de nouvelles. Finalement, la répon-

se positive est tombée tard dans la soirée. Tony m'a appelé pour me prévenir, j'ai immédiatement réalisé une interview avec lui, et en trente minutes, elle était en ligne. J'ai envoyé dans la foulée un communiqué à l'AFP et à l'agence Reuters. » Aujourd'hui, M. Languet est également attaché de presse du basketteur.

Les sites officiels, financés en grande partie par les sponsors des athlètes, se défendent cependant de tout contrat d'exclusivité avec leur sportif respectif. « Il y a des exclusivités pour les images mises en ligne car nous avons des accords avec certaines agences photo, mais la parole est libre », souligne Didier Poulmaire, l'avocat de plusieurs grands noms du sport français, dont Laure Manaudou et Amélie Mauresmo.

Pour les journalistes sportifs, à défaut de contacts directs avec les athlètes, tous ces sites Internet font désormais office de véritable source officielle d'information. Agences de presse, quotidiens nationaux, télévisions, en mal de déclarations, viennent régulièrement piocher des informations sur ces portails. « Sauf qu'ils obtiennent régulièrement de nous citer comme source », déplorent en chœur Laurie Delhostal et Ludovic Languet. ■

LAURENCE GIRARD  
ET ELISE VINCENT

Seule  
consolation pour  
les journalistes  
espagnols :  
Zizou s'est  
exprimé dans  
leur langue