LE FAIT DU JOUR

le dauphiné LIBÉRÉ

LE BILLET

Ovalie, Ovalie, oh !

PAR ANTOINE CHANDELLIER

Après une primaire musclée où les protagonistes ont rivalisé de placages à retardement, l'heure était hier à la remise de la coupe au PS. Le vainqueur était intronisé challenger, réservant son haka à son ultime adversaire pour la finale 2012. Sa dauphine, amertume ravalée, se pliait aux joutes de la troisième mi-temps, dont elle avait vanté les vertus, filant la métaphore ovale. Il en va de la politique comme du rugby. Sur le terrain c'est la castagne, les rebonds sont surprenants et après le match on se tape sur le ventre. Hier, les rangs étaient serrés comme une mêlée anglaise, certains parlant d'un nouvel Épinay pour la gauche. Cet esprit de pardon et d'unité, Thierry Roland, expert es troisième mi-temps, l'avait traduit en des couplets qui resteront à la chanson ce que les pensées de Jean-Claude Van Damme furent à la philo : "Après une dizaine de canettes, on aura tout oublié". Les canettes, les "sales gosses" du XV de France, les ont-ils dégoupillées trop tôt, après la pénible victoire contre les Gallois ? Leur ticket en finale suffisait à adoucir le terne bilan de l'ère Lièvremont, menacé de pilori tel un vulgaire Domenech. À l'Eden Park, le Black sera adversaire plus insurmontable que Sarkozy pour le "normal" Hollande. Mais le Petit Poucet n'est pas forcément celui que l'on croit. Une défaite de la Nouvelle-Zélande, poumon du rugby, susciterait dans ce petit pays, seul au bout du monde, meurtri par les séismes, un drame national. Moralement, les All Blacks ne doivent pas perdre. N'en déplaise à Blondin, l'incertitude du sport n'est pas toujours glorieuse.

LE DAUPHINÉ LIBÉRÉ - VAUCLUSE MATIN

Henri-Pierre Guilbert Président Directeur Général, Directeur de la publication

S. A. LE DAUPHINÉ LIBÉRÉ
Capital : 7 969 520€
Durée 99 ans
à compter du 14 juin 1945

Siège social : Les Iles Cordées
38913 VEUREY CEDEX

Principal associé : EBRA

Direction générale
CENTRE DE PRESSE DE VEUREY
38913 VEUREY CEDEX
Tél. 04 76 88 71 00
Télécopie 04 76 85 80 20
ledauphine.com

Publicité
PUBLIPRINT DAUPHINÉ
Commission paritaire n° 0416 C 83387

Impression : LE DAUPHINÉ LIBÉRÉ, VEUREY - Tirage moyen : 392 846 exemplaires

AUDIENCE

TF1 vise ce matin 12 à 13 millions de téléspectateurs

■ La demi-finale France-Galles (9-8) a réuni 9,5 millions de téléspectateurs (73 % de part d'audience). Malgré les horaires matinaux en raison du décalage horaire avec la Nouvelle-Zélande, ils ont été en moyenne 7,6 millions devant chaque match des Bleus sur TF1. "C'est une belle surprise, et, évidemment, on est très satisfait", commente François Pellissier, le patron des Sports de TF1, tout en soulignant que la chaîne est bien aidée par "les résultats exceptionnels des Bleus". Ce matin, pour la finale, la chaîne vise les 12 ou 13 millions de téléspectateurs. À titre de comparaison, la Ligue des champions de football avec Marseille-Arsenal mercredi n'a pas franchi la barre des 5 millions de téléspectateurs (4,997 millions).

BUSINESS

L'exception Chabal

■ Les partenaires principaux de l'équipe de France (EDF, GMF, Peugeot, Visa, SNCF et la Société Générale) ont versé 5M€ pour faire apparaître leur marque à l'événement. Ils ont déjà rentabilisé leur investissement au vu des retombées médiatiques. D'autres annonceurs, dont la société grenobloise Cap Gemini, ont également soutenu les Bleus à hauteur de 2,5M€. Souvent discuté pour ses performances sur le terrain, Sébastien Chabal explose les compteurs par ses contrats publicitaires (500 000€ annuels). Là où les cachets se négocient autour de 50 000 € l'année pour un international de rugby, lui émarge à plus de 100 000 €. Un chiffre qui reste très éloigné de celui des footballeurs. Thierry Henry recevait il y a peu 18M€ pour ses campagnes de publicité.

CE MATIN À 10 HEURES, LA FRANCE AFFRONTE LA NOUVELLE-ZÉLANDE

Quand le XV de France

À la lecture des audiences télés, le XV de France ne laisse pas indifférent. Mais seul un exploit retentissant au pays du rugby pourrait gommer un déficit d'image. Explications.

Même si l'on est loin de l'engouement de 1998, la Coupe du monde de rugby cristallise beaucoup d'attente. Comme en témoignent les très bonnes audiences des matches. Photos AFP

Le rugby, un sport de voyous pratiqué par des gentlemen. Sport d'excès, de fureur et d'instants de grâce, il décline toutes les valeurs de combat, d'unité collective. Le tourbillon médiatique qui l'entoure désormais n'a rien changé. "Le rugby est un jeu où se mesurer à l'autre fait grandir", relève l'économiste Marc Thierdant, du cabinet d'audit Deloitte. Au-delà de la fierté, la solidarité et la sincérité prônées par Marc Lièvremont, "les joueurs sont au service d'une cause nationale", décrit le sociologue François Leccia, le directeur de l'Institut Sport et Management de Grenoble (école de management), qui dépasse le cadre sportif. "Ce Mondial, sans violence, autour et dans les stades, rejaillit sur le comportement du citoyen lambda. Aujourd'hui, il est surtout mitigé sur le comportement des joueurs, envers et contre tous."

Les rugbymen français, par leur attitude, pourraient donc donner raison à ceux qui les accusent de ressembler aux footballeurs. Car ce XV de France en finale de la Coupe du monde ne fait pas que des heureux. Des critiques jaillissent aussi. "Les Bleus ne font pas lever les foules, mais ils gagnent avec leurs tripes et leur passion, précise Marc Thierdand. Même s'ils ne remportent pas cette finale, le grand vainqueur s'appellera TF1".

Brogniart : "Une caméra dans le bus des joueurs"

Selon Yacast, société d'étude spécialisée, la chaîne a engrangé jusqu'ici près de 20M€ bruts de recettes publicitaires. Avec la finale, où le tarif pour un spot de 30 secondes est de 125 000€, elle peut espérer engranger 7M€ bruts supplémentaires, assure François Lienart, directeur du département "pige publicitaire" chez Yacast. "L'engouement existe, à nous de le transformer", explique l'animateur de TF1 Denis Brogniart, qui animera ce matin "Tous en finale". "Nous allons transporter les millions de téléspectateurs à l'Eden Park. Avec en prime une exclusivité : une caméra sera discrètement installée dans le bus des joueurs. Ce sera un instant poignant, voire émouvant", ajoute-t-il.

"La simple quête d'un équilibre est délicate, il faut être virtuose. Mais ce n'est pas pour autant que ça ne rapporte pas, car il n'y a pas que la composante publicitaire", rajoute Lienart. En effet, pour la chaîne leader en France, il s'agit d'une question d'image : elle est la N°1, elle se doit d'avoir les programmes les plus fédérateurs.

Populaires mais pas "bankables"

"Les dés sont déjà jetés. Le sacre ou la défaite à suivre ne seront pas imputables aux plans de carrière des Bleus", décrypte le publicitaire David Mediani (CBNews). De quoi perdre son âme en mêlée. Mais si le temps béni du rugby cassoulet est révolu, les annonceurs patinent, à l'exception de Chabal (lire par ailleurs)", dit-il. Populaires mais pas "bankables" selon la formule qui grince. "Il y a des similitudes avec les "Experts" (les handballeurs, champions du monde 2011, cumulé à l'or européen 2010 et olympique 2008). C'est une réalité cruelle, mais elle reflète le montant des droits TV (510M€/an pour le foot ; 31,7M€/an pour le rugby)", conclut Mediani.

Devenir un modèle de réussite sociologique, au cœur de la crise, s'avère un long chemin. Le romantisme du Mondial n'y changera rien.

Fabien SGARRA

REPÈRES

"LE SPORT EST LE REFLET DE LA SOCIÉTÉ"

■ "Le sport est le reflet de la société, il cristallise beaucoup d'attente. En 1998 lors de la Coupe du monde de football, on a sacralisé la génération "Black-Blanc-Beur" et son impact sur la société, mais la réalité de fond n'était pas du tout celle-ci. Il faut parfois faire attention à ne pas tromper son monde", explique François Leccia, le directeur de l'Institut Sport et Management de Grenoble.

POUR EN SAVOIR PLUS

Les Bleus mesureront réellement leur popularité à leur retour en France. La longue matinale de TF1 (7 heures à 13 heures) et la présence du public au Stade de France ce matin permettront de sonder l'engouement autour du XV de France.

■ **ABONNEMENT 7 JOURS / 7 à durée libre**

*Par prélèvement mensuel, durant les 6 premiers mois le journal vous coûtera 0,85€ au lieu de 0,90€, du lundi au samedi et 1,41€ au lieu de 1,50€ le dimanche avec TV magazine et Version Femina.

Pour vous abonner : appeler le N° Vert 0800 887 001 **

ou retourner après avoir complété le bulletin ci-dessous à :
Dauphiné Libéré, service abonnement, 38913 Veurey Cedex

**Appel gratuit à partir d'un poste fixe

Attention, remplissez et signez l'autorisation de prélèvement ci-dessous et n'oubliez pas de joindre un relevé d'identité bancaire ou postal.

Indiquez vos coordonnées

Nom ..... Prénom .....
Adresse .....
CP/Ville ..... Tél. .....

Pour payer, c'est facile :

❑ Par prélèvement mensuel je remplis le document ci-dessous et je le retourne accompagné d'un RIB.

Autorisation de prélèvements

J'autorise l'établissement teneur de mon compte à effectuer sur ce dernier les prélèvements ordonnés par Le Dauphiné Libéré pour mon abonnement Dauphiné Libéré. Je pourrai en faire suspendre l'exécution par demande à l'établissement teneur de mon compte et par lettre avec AR adressée au Dauphiné Libéré.

Date et signature obligatoires

Créditeur
LE DAUPHINÉ LIBÉRÉ
N° National d'Émetteur
421-645

1 TITULAIRE DU COMPTE À DÉBITER
Nom .....
Prénom .....
N° ..... Rue .....
Code postal ..... Ville .....

2 COMPTE À DÉBITER
Etablis. Guichet N° de compte Clé R.I.B.

3 NOM ET ADRESSE DE L'ÉTABLISSEMENT TENEUR DU COMPTE À DÉBITER
.....
.....
N° ..... Rue .....
Code postal ..... Ville .....

Informatique et liberté, le droit d'accès et de rectification des données concernant les abonnés peut s'exercer auprès du service Abonnements. Sauf opposition formulée par écrit, les données sont communiquées à des organismes extérieurs,

98ABONDL

Nouveau Touareg
Pour ceux qui veulent tout avoir

> Transmission à 4 roues motrices permanentes "4MOTION" avec répartition asymétrique de la force motrice
> Nouveau moteur 3.0 V6 TDI Tiptronic 204 ch. Consommation mixte de : 7,4 l/100 km.

Jean Lain AUTOMOBILES

Annemasse 04 50 432 432
Cluses 04 50 98 24 15
Sallanches 04 50 58 36 44
Seynod 04 50 10 06 26
Thonon 04 50 72 51 43

Jean Lain Rent LOCATION DE VÉHICULES www.jeanlainrent.com

www.jeanlain.com

200342900