



Extrait du Acrimed | Action Critique Médias

<http://www.acrimed.org/Comment-TF1-a-vendu-sa-Coupe-du-Monde-de-football>

Comment TF1 a vendu « sa » Coupe du Monde de football

- L'information - Société - Sports et loisirs -



Date de mise en ligne : lundi 12 juillet 2010

Description :

En ne plaçant sous les projecteurs que les matchs diffusés sur sa chaîne, et en incitant constamment les téléspectateurs à aller parier en ligne sur son site Internet.

Copyright © Acrimed | Action Critique Médias - Tous droits réservés

La dure loi du sport, sur TF1, se confond avec la dure loi du profit... Comment ramasser la mise d'un investissement pharaonique ? En ne plaçant sous les projecteurs que les matchs diffusés sur sa chaîne, et en incitant constamment les téléspectateurs à aller parier en ligne sur son site Internet...

« **A ne pas manquer** »... sur TF1

La première chaîne a, dans un premier temps, obtenu les droits de diffusion de tous les matchs de la Coupe du Monde en Afrique du Sud. Compte tenu des sommes astronomiques qu'ils ont dû déboursier (120 millions d'euros), les dirigeants de TF1 ont fait le choix de rétrocéder les affiches les moins alléchantes à France Télévisions et à Canal Plus pour 33 millions d'euros (25 millions d'euros pour le groupe public - « *une très bonne affaire* » selon Daniel Bilalian le directeur des Sports de France Télévisions - et 8 millions pour la chaîne cryptée) [1]. La situation est ensuite devenue complètement grotesque : les journalistes de la chaîne se sont empressés d'« oublier » d'évoquer les matchs diffusés chez leurs concurrents...

Les exemples sont nombreux. Ainsi dans le journal de 13 heures du 15 juin 2010, Jean-Pierre Pernaut insiste plusieurs fois sur les matchs du groupe G diffusés le jour-même sur TF1 : « *A 16h Côte d'Ivoire - Portugal, c'est un match superbe. A 20h Laurence Ferrari et à 20h20 le Brésil.* » Mais il n'évoque à aucun moment l'autre match de la journée (Slovaquie - Nouvelle Zélande) diffusé sur France 2 à 13h30...

Autre séquence burlesque dans « Le Mag » du même jour sur TF1 lorsque Denis Brogniart annonce le programme du lendemain : « *Avant de se séparer le programme de demain avec un match à ne surtout pas manquer, regardez [un panneau avec l'horaire des 3 matches de la journée du mercredi 16 juin s'affiche] Espagne-Suisse sur TF1, prise d'antenne 15h50, coup d'envoi 16h (...). Le Champion d'Europe [l'Espagne], l'un des favoris de cette compétition, entre en lice. Il y aura deux autres matches également demain.* » Les deux autres matchs (Afrique du Sud - Uruguay et Chili - Honduras) sont-ils, eux, « à manquer » ?

Et lorsque le match du soir (à 20h30) n'est pas diffusé sur TF1, il n'est jamais question pour Laurence Ferrari de l'annoncer...

De la Coupe du Monde, TF1 attend un retour sur investissement. Si l'Équipe de France était arrivée en finale, la publicité aurait été facturée 300 000 euros pour trente secondes, en définitive, elle n'a été « que » de 260 000 euros. Il y a donc un manque à gagner réel avec l'élimination des Bleus. Comment le compenser ? En ne parlant que de leur élimination !

Raymond Domenech, Nicolas Anelka et Jean-Pierre Escalettes (président de la Fédération Française de Football) ont bon dos, et leur casser du sucre dessus ne relèverait que du commentaire sportif. À moins que... En effet, il est plutôt consternant de constater que l'émission dominicale « Télé Foot » a consacré l'essentiel de ses programmes à ne parler que des mésaventures de l'Équipe de France, oubliant de diffuser les résumés des matchs du Mondial et omettant même parfois de signaler quelles étaient les nations qualifiées pour les huitièmes de finale... Est-ce vraiment innocent ? [2]

Il faut dire que l'animateur de « Téléfoot », et du magazine quotidien de la Coupe du Monde « Le Mag » n'était autre que Denis Brogniart, le présentateur de « Koh Lanta » [3] : un spécialiste quand il s'agit d'agiter des polémiques

subalternes et d'attiser les conflits. « *En pleine Coupe du monde, souligne le site des Cahiers du football, une infime partie de « Téléfoot » a été consacrée au jeu. À croire que le Mondial est fini... ou que les télés aiment de moins en moins le football.* » En effet, sur une émission qui dure trois quarts d'heure (celle du 4 juillet, par exemple), on ne compte seulement que deux minutes et trente cinq secondes d'images de football... Le reste étant consacré au « *foot français dans la tourmente* », aux interviews, aux commentaires d'experts et anciens footballeurs... [4]

Les paris de TF1

C'est un leitmotiv sur TF1 : à chaque match, sa cote. Avec la nouvelle loi autorisant les jeux d'argent en ligne (et a fortiori les paris sportifs en ligne), la première chaîne s'est engouffrée dans la brèche.

Pendant le match Côte d'Ivoire - Portugal (15 juin), après 5min 15s de jeu, David Astorga « commente » : « *Alors le Portugal qui est logiquement favori de cette rencontre avec une cote de 2 et c'est logique puisque les Portugais sont sur une série de 14 matchs sans défaite et sont invincibles contre les équipes africaines depuis 24 ans. Plus d'analyses et de statistiques sur tf1.fr* ». En faisant un saut sur le site, on constate que la page Coupe du Monde s'ouvre sur des publicités pour FDJ.fr (le site de la Française des jeux) ainsi que pour Eurosportbet.fr, une société créée par TF1 avec sa filiale Eurosport [5].

Le soir même, lors du match Brésil - Corée du Nord, après 3min 39s de jeu, Christian Jeanpierre « informe » : « *Alors que le Brésil évidemment est favori pour cette rencontre. La cote est de 1,05. C'est pas vraiment étonnant car ces joueurs n'ont jamais perdu lors d'une phase finale contre une équipe asiatique. Retrouvez toutes les infos, toutes les stats sur tf1.fr.* » Plus tard, il relance le « suspense » après 40min 20s : « *Et pour l'instant on assiste à une vraie surprise : le Brésil tenu en échec par la Corée du Nord. La cote du Brésil au début du match laissait supposer qu'ils allaient faire qu'une bouchée de ces asiatiques eh bien que nenni.* »

Le même journaliste sportif (journaliste ou croupier ? [6]), lors du match Italie - Paraguay (14 juin) attend 5min 14s de jeu pour vendre la cote : « *Alors qu'évidemment pour ce match l'Italie est favorite avec une cote de 1,8 c'est normal puisqu'ils sont champions du monde en titre. Pour info, si vous voulez plus de statistiques, vous pouvez aller sur tf1.fr* ». Et de redonner cette information éminemment sportive après la mi-temps (52min 52s de jeu) : « *la cote s'est inversée, elle est maintenant de 1,9 en faveur du Paraguay. Et vous pouvez bien sûr retrouver toutes les statistiques sur tf1.fr* ».

Surprenants commentaires ? La surprise ne pouvait pas être totale pour ceux qui s'étaient tenus informés, notamment auprès du site Boursier.com qui, le 2 février 2010 annonçait un [« partenariat entre TF1 et la Française des jeux »](#), que LCI (la cousine de TF1) [détaillait ainsi](#) : « *L'accord, d'une durée de 3 ans, permettra de mettre à disposition des internautes un espace dédié aux jeux sur le site tf1.fr. Cet espace sera opéré par La Française des Jeux et reprendra l'offre de jeux de cette dernière (jeux de loterie, paris sportifs, poker). Il intégrera également des contenus exclusifs TF1 ainsi que des pronostics des "figures" de la chaîne, a précisé TF1. Ce partenariat global prévoit également le sponsoring de programmes courts sur l'antenne de TF1 en lien avec l'actualité sportive et la Coupe du monde de football. Il prévoit aussi la possibilité d'exploiter des licences de marque TF1 pour des jeux de grattage dans le réseau de la Française des Jeux. Le site de TF1 enregistre chaque mois 15 millions de visiteurs uniques.* »

* * *

C'est ce que l'on appelle les « valeurs du sport » dont on fit grand cas sur TF1, la chaîne de la conscience morale la plus affûtée, quand l'équipe de France de football fut gagnée par le syndrome de la défaite...

Mathias Reymond
(avec Laurent L. et Henri Maler)

[1] TF1 a également donné le droit à Canal Plus de diffuser les matchs de la première chaîne en différé.

[2] Les journalistes de TF1 ne sont pas les seuls à se passionner pour les aléas des Bleus... La plupart des commentateurs « vedettes » de l'actualité footballistique ont profité de la situation pour publier des ouvrages à la pelle. Voir une recension sur le site football.fr [Lien périmé, février 2015].

[3] Et non de « La Ferme Célébrités, spéciale Afrique », comme nous l'avions écrit par erreur précédemment. (ajout du 15 juillet 2010)

[4] Voir l'article [6% Foot](#) sur le site des Cahiers du Football.

[5] Voir l'article sur ce sujet sur le site de nouvelobs.com.

[6] Voir à ce sujet l'article publié sur le site LePost.fr.