

TGVT 2014 , le conflit et les dessous d'un boycott

ÉCRIT PAR LECOURRIERDEGUADELOUPE.COM / LA RÉDACTION

18 juillet 2014

Pour la deuxième année consécutive, Claude Thellier s'impose et remporte le TGV. Jean Forbin, lui, rate le podium de peu et se classe à la quatrième place.

Avec 61 points, Claude Thellier remporte son deuxième TGV en deux ans. Cela n'aura pas été dans batailler ferme face à un Francis Rosey et un Jonas Astorga déterminer à le détrôner. Leurs efforts ne suffiront pas, Thellier arrive à Sainte-Anne victorieux. Ce 13 TGV est résolument celui de la jeunesse. Jonas Astorga en plus de la troisième place raffie aussi le maillot Meilleur Jeune. Juste derrière Jean Forbin, le pétulant équipage de Nou La Osi Unité 111 rassemblant des jeunes de Baie-Mahault et de Morne-à-l'eau prennent la cinquième place et bouclent ainsi une excellente compétition. L'équipage de Céline Odier sur Ti-Bijou remporte le Maillot de la meilleure équipe féminine et se classe à la 21 place du général, avec seulement deux places de plus qu'en 2012.



TGV 2014

Des Grenadiens au TGV



Membre d'équipage

Le moins que l'on puisse dire de cet équipage de six hommes, c'est que la mer ne leur fait pas peur. La preuve, pas d'avion pour eux, ils sont venus – et sont repartis – à bord de leur goélette de quatre mètres depuis Saint-Georges capitale de Grenade. Cela leur aura pris quatre jours et deux escales. D'abord à Sainte-Lucie, puis à la Dominique pour enfin arriver en Guadeloupe. " Nous avons reçu l'invitation il y a deux mois par Francis Rozet et nous étions ravis, d'en savoir plus sur d'autres pratiques maritimes caribéennes. Avoir la chance de partager cela nous a paru génial " explique le patron de la goélette. Ce périple, l'équipage composé essentiellement de jeunes l'a vécu comme une véritable aventure dont le TGV constituait le pinacle. " *Les jeunes n'avaient jamais fait de voyage d'île en île et ils ont été tout de suite enchantés. Quant à la course, on ne s'imaginait pas qu'elle était aussi relevée. " Malgré beaucoup de bonne volonté, les Grenadiens n'auront pas réussi à s'imposer dans le classement général. Ils finissent 33ème sur 35 équipages. Plusieurs facteurs leur auront fait défaut. " J'avoue que nous ne sommes pas venus complètement préparés à cette course. D'abord, notre embarcation est très différente de la saintoise. Nous avons aussi eu du mal à appréhender les conditions de*

navigations ainsi que vos eaux qui peuvent être trompeuses. Ensuite, à Grenade, les courses s'étalent sur une journée. Il y a du temps pour s'adapter aux conditions. Ici, les courses durent quatre heures au maximum. Il faut être réactif. Il y a beaucoup de régates à Grenade et nous les faisons pratiquement toutes. C'est un sport extrêmement populaire, chaque ville côtière à sa propre compétition, nous vivons vraiment connectés à la mer ". D'ailleurs, le repos sera de courte durée pour le voyage de retour puisque dès la première semaine d'août, ils s'aligneront pour plusieurs compétitions successives où ils essaieront d'appliquer les enseignements tirés du TGV. " *Nous n'oublierons pas ce que nous avons vu ici, cela va nous servir à nous préparer pour revenir mieux équipés pour l'édition 2015.* " Pour eux, pas question se contenter d'une course. Autant le niveau sportif que l'accueil à terre semble avoir marqué l'équipage grenadien qui tient à revenir s'exprimer aux côtés des patrons guadeloupéens.



Goélette

Les coulisses d'un boycott

Le TGV n'a pas eu le vent en poupe. À l'arrivée de la course, Georges Santalican, président du comité guadeloupéen de voile traditionnelle (CGVT), en convenait. La faute à l'actualité, selon lui. À la Coupe du Monde. Et même au chikungunya. Les Guadeloupéens s'y seraient moins intéressés. Comme ça, simplement. Peut-être, que la raison est ailleurs : la polémique sous-jacente à la couverture médiatique de l'événement n'est pas tout à fait étrangère à ce succès mitigé. Alors que les années précédentes, le tour jouissait d'une importante couverture médiatique, cette année, certains médias ont boycotté la course. En 2013, la chaîne de télévision Guadeloupe 1ère a consacré un sujet quotidien au tour, diffusant au minimum 30 secondes d'images, et un article par étapes sur le site internet de la chaîne. Cette année, le TGV semble être passé à la trappe, puisqu'aucun sujet télévisé ne lui a été consacré au JT. De la même manière, l'an passé, France Antilles a publié un minimum d'un article par jour sur le TGV. Cette année, la course a été traitée à travers un article sous la forme d'un billet d'humeur où vengeresse la rédaction explique les

raisons de ce silence : " Ce n'est pas un choix éditorial mais un choix imposé par les organisateurs qui nous demandent de signer une convention inique par laquelle ils instituent un ordre de journalistes de première et deuxième zones et dictent aux médias des obligations inacceptables qui ne sont pas conformes à l'exercice de notre profession [...] " À travers cette phrase, le quotidien fait référence à l'usage instauré par l'organisation du tour, qui accorde des " accréditations de catégorie 1 ou 2 ". Ce qui est différent de " journalistes de première ou deuxième zone ", comme l'écrit le quotidien.

Espace publicitaire contre couverture totale

En réalité, les médias boudeurs ont refusé la convention qui prévoyait en retour d'une possibilité de couverture totale et de moyens mis à disposition par l'organisateur (bateau et hélicoptère) d'accorder des espaces publicitaires au TGV. Les médias disposant d'une accréditation de seconde catégorie ont eu la possibilité de couvrir le tour, mais devaient mettre en œuvre leurs propres moyens pour ce faire et de surcroît, dans l'espace réservé à la presse ils devaient laisser la priorité aux médias qui ont signé ladite convention. En d'autres termes, l'organisation a proposé aux médias des facilités de couverture, en contrepartie de publicités dans leurs journaux. Un échange de bon procédé habituel lors d'événements sportifs, où les droits d'images se monnaient parfois à prix d'or.



Illustration

Droits de retransmission des événements sportifs : un véritable business

Pour tirer le maximum de profit de leurs événements, les organisateurs vendent aux médias des droits d'auteur et droits connexes, relatifs aux organismes de radiodiffusion. Aujourd'hui, la vente de ces droits constitue la majeure source de recette des organisations sportives. Pour obtenir l'exclusivité d'un match de football, d'un tournoi de tennis ou d'une course cycliste, les médias sont prêts à y mettre le prix. Pour posséder les droits du Championnat de France de Ligue 1, le groupe Canal + verse chaque année 600 000 000 € à la Ligue de Football Professionnelle. De la même

manière, la chaîne cryptée a obtenu les droits de diffusion du top 14 de rugby pour les cinq prochaines saisons pour un montant de 355 000 000 €. Chaque année, France Télévisions s'offre les droits du Tour de France pour la somme de 24 000 000 €, et participe ainsi à 60 % des recettes du Tour, radiodiffusé dans plus de 180 pays. Chaque radiodiffuseur ayant obtenu une exclusivité est ensuite en mesure de vendre des images à d'autres médias, et ainsi de percevoir des redevances importantes. Les événements sportifs sont donc aujourd'hui une véritable source de revenu pour les chaînes de télévision, radio et journaux, qui sont parvenus à transformer ces informations en un business particulièrement rentable.



Équipage

| Droit à l'information ou gros sous ?

Plus l'événement attire du public et plus le magot est substantiel. Il en va ainsi du football professionnel dont le summum est atteint tous les quatre ans avec l'organisation de la Coupe du monde de la FIFA. Le Tour de France, les Jeux olympiques, les tournois de tennis, le championnat de basket-ball aux États-Unis, sont les autres disciplines sportives qui génèrent des revenus substantiels. À l'échelle de la Guadeloupe, il n'y a pas d'équivalent. Toutefois, deux événements sportifs majeurs drainent du monde et connaissent un succès conséquent. C'est le Tour cycliste de Guadeloupe et la Route du rhum. Aucun média ne veut rater ces deux grandes manifestations. La promesse d'audience est trop forte pour se le permettre. Dans ce cas de figure, l'organisateur a quelques atouts en main pour négocier. Il ne peut signer d'exclusivité avec un média. Cela ferait un tollé comme ce fut le cas une fois où un membre de l'organisation du Tour cycliste avait signé un contrat d'exclusivité avec la chaîne publique de télévision. Ce contrat avait été dénoncé par le président du comité cycliste de l'époque Victor Vénutolo, qui n'entendait pas respecter cette exclusivité. La télévision publique avait boycotté les premières étapes du tour montrant par là même qu'elle tenait à son exclusivité. Par la suite, un accord avait été trouvé et les choses étaient rentrées dans l'ordre. Un autre conflit avait opposé France Antilles et le comité cycliste. Le quotidien avait pris l'habitude à la période du Tour de sortir un

supplément Tour de Guadeloupe dans lequel il vendait de la publicité. Plusieurs marques achetaient ces espaces y compris les marques concurrentes aux sponsors du Tour. Le comité a estimé que France Antilles utilisait sa marque indûment et entamé un procès. Les rapports furent un temps tendus entre le comité cycliste et les dirigeants de France Antilles. Finalement un accord amiable fut trouvé, le procès abandonné. France Antilles en association avec la Française des jeux avait accepté de sponsoriser, donc de payer, sur plusieurs années des étapes du tour.

| Tout est rapport de force

Ces deux exemples indiquent plusieurs choses. D'abord, l'organisateur d'un événement en demeure le propriétaire. À ce titre, il peut passer des conventions avec les médias qu'il choisit. Les organisateurs des grands événements font d'ailleurs payer les exclusivités, les droits de retransmission en direct etc. Ensuite peu codifiées en Guadeloupe, toutes ces règles sont souvent battues en brèche. On fonctionne à l'usage. Enfin, indéniablement, les médias tirent profit des événements forts. L'audience, cela aide à la vente des espaces publicitaires. En cette occasion, pour le TGVT 2014 France Antilles, Guadeloupe 1ère et RCI ont estimé que l'organisateur devait payer son espace publicitaire. C'est leur droit. L'organisateur a estimé à son tour qu'il réduisait le droit à l'information à sa plus simple expression. C'est aussi son droit. Et il n'y a pas à pousser des cris d'orfraie. Toutefois, il est clair que les relations qui s'établissent entre l'organisateur et les médias dépendent du rapport de force qui peut s'établir entre eux. Rapport de force qui dépend à son tour de la notoriété et de l'impact de la manifestation mais aussi du poids du média. France Antilles Guadeloupe 1ère ont estimé que le TGVT était encore trop tendre pour exiger quoique ce soit. Mais qui sait ? Petit poisson peut devenir grand.

Un formidable vecteur de lien social

C'est en 2012 que le premier projet de réinsertion par la voile voit le jour, sous l'impulsion de Franck Phazian. Pour sortir les jeunes de leur condition, le président de l'association a l'idée de les faire participer au TGVT. Ils sont alors sept, âgés de 18 à 27 ans. Ils n'ont ni travail, ni formation ; parfois même, pas de toit. La plupart n'ont aucune base de

nautisme, n'ont jamais navigué. Qu'importe, ils apprendront. Pendant un mois et demi, les jeunes sont envoyés aux Saintes, avec pour projet la remise en état d'un bateau traditionnel. Ils sont logés par l'union nationale des centres sportifs en plein air (UCPA) entourés de Français de l'Hexagone. " Le but était de les arracher de leur milieu, de les plonger dans un univers qu'ils ne connaissaient pas " explique Franck Phazian. Très rapidement, les hommes s'intègrent et créent d'importants liens avec l'équipe encadrante, mais également entre eux. " Ils ont vite compris qu'ensemble, tout était possible. Et que le groupe était plus fort que l'individu unique. En mer, tu n'as d'autre choix que de compter sur les autres. " Après quelques semaines, le bateau reprend vie. Les jeunes participent aux épreuves de sélection du TGVT, puis à la course. L'expérience est une réussite, puisqu'elle permet à l'ensemble des participants de retrouver travail ou formation. " Certains ont été embauchés par l'UCPA, puis envoyés à Lyon pour travailler. D'autres ont continué dans le nautisme, dans la voile. Grâce au TGVT, les jeunes ont réappris le goût de l'effort et de la réussite. "



Franck Phazian

De vrais matelots L'année suivante, même lieu, même objectif, mêmes protagonistes. Et des petits nouveaux. En 2013 ils ne sont plus 7, mais 11. De nouveau, les jeunes construisent un canot, puis participent à la course. Et de nouveau, au sortir de l'étape, l'expérience se solde d'un franc succès. Six d'entre eux sont embauchés par la collectivité, trois par l'association de Franck Phazian, les deux derniers se plongent dans leurs projets personnels. " *Un des jeunes hésitait à s'engager dans l'armée avant de participer. Il en avait envie mais manquait de motivation. Le projet lui a redonné confiance en lui, il est désormais militaire de carrière.* " Cette année, les jeunes de l'association constituaient les équipages Nou la osi 1 et Nou la osi 2. Grâce à une détermination sans faille, ils sont arrivés dans le top 10 de la compétition. En 2015, Franck Phazian espère bien renouveler l'expérience, et intégrer une équipe féminine. " *Grâce au TGVT, ces jeunes ne sont plus perçus comme des délinquants, des parias, des repris de justice. Ils sont vus autrement, on reconnaît en eux de vrais matelots.* "

