

## JO 2012, la bataille capitale

"Quand les villes ont des idées de grandeurs, elles rêvent toutes d'organiser les Jeux"

Le 6 juillet prochain, dans les salons d'un grand hôtel de Singapour, Jacques Rogge, le seigneur des anneaux olympiques, s'approchera du micro pour annoncer au monde le nom de la ville qui aura l'honneur d'accueillir la grand-messe olympique quadriennale. Paris, Londres, Madrid, Moscou et New York sont sur les rangs. Une seule sera élue. On retiendra son souffle.

Et puis, dans le crépitement des flashes, l'équipe gagnante explosera de joie, et ses concurrents feront grise mine. C'est la dure loi du genre. Ainsi prendra fin la compétition acharnée à laquelle se livrent depuis des mois Français, Britanniques, Espagnols, Russes et Américains. Un véritable marathon sportivo-diplomatique pour convaincre et séduire le Comité international olympique.

Quand les villes ont des idées de grandeur, elles rêvent toutes d'organiser les Jeux. Rêves mégalomaniacques de métropoles cherchant à prendre la mesure de la planète, et qui, à cette occasion, peuvent enfin imposer à la turbulence immobilière et au béton conquérant, un plan directeur d'ensemble, des priorités, une même tonalité architecturale. Toutes choses impensables en temps normal.

De tous les dossiers examinés par la Commission d'évaluation du CIO, Paris, Londres et Madrid apparaissent en avance sur la feuille de route olympique. New York n'a pas de stade, Moscou ne donne pas assez de garanties. Au-delà des conclusions très consensuelles sur les trois villes européennes favorites de longue date, les questions ne manqueront pas de se multiplier ces prochaines semaines: quelle influence véritable ce rapport d'évaluation aura-t-il dans le vote final?

Et quel crédit les quelque 100 membres votants du CIO (ceux des pays qui présentent une ville ne votent pas) lui accorderont-ils? Dans une campagne aussi politisée et serrée où rien n'est trop beau pour s'attirer des sympathies, la décision finale se dessinera peut-être encore davantage que d'habitude dans les contacts directs et indirects avec les membres, dans le lobbying et dans les campagnes de publicité.

Outre le recours aux réseaux diplomatiques et à tous les contacts utiles partout dans le monde, Paris, Londres et Madrid jouent depuis plusieurs mois la carte des relations publiques intensives. Le moindre détail compte. Paris est d'ailleurs crédité d'un sans-faute - c'est à considérer - dans une campagne qui ne manquait pas de chausse-trappes. Mais on doit aussi tenir compte de ces entités politiques qui interviennent masquées dans le débat, se révélant comme des forces d'appoint parfois décisives au moment d'une prise de position ou d'un vote: Commonwealth, francophonie, communautés arabe ou hispanique.

Reste pourtant le phénomène même des Jeux. Depuis la fin de l'amateurisme et l'arrivée de sommes d'argent colossales dans le sport, le rendez-vous olympique est devenu un terrain privilégié pour le business. Le CIO est en majeure partie financé par des multinationales privées et les grands networks US qui paient toujours plus pour obtenir les droits de retransmission de l'événement. Les flots d'images et d'émotions véhiculés pendant la quinzaine olympique servent surtout des intérêts commerciaux. Certes, les marchands n'ont pas encore envahi le temple puisque tout panneau publicitaire demeure interdit dans l'enceinte des JO.

Mais sponsors et chaînes de télévision sont chez eux au château de Vidy, à Lausanne. Et pèsent malgré tout sur les décisions, directement ou indirectement. Un exemple qui donne le vertige: en 1948, les droits télévisés des JO de Londres, réglés par la BBC, s'élevaient à 3000 dollars. Aujourd'hui, on estime que ceux de Pékin, en 2008, approcheront les 1,7 milliard de dollars!

Dans ce magma de règles et d'intervenants, le CIO a toujours tenté de garder la main. Pendant les vingt années du règne Samaranch, les liens de l'olympisme avec les milieux économiques n'ont pourtant cessé de se renforcer. Au point d'ailleurs de se confondre. La volonté de son successeur, le Belge Jacques Rogge, est de limiter cette folle surenchère. Mais quelle influence aura-t-il sur le vote du 6 juillet à Singapour? Les cardinaux du sport sont-ils vraiment sur la même longueur d'onde que leur guide? La ville qui sortira du chapeau pour 2012 aura valeur de test.