Russie, foot et coca-cola

lundi 11 juin 2018, par Jean-Paul DAMAGGIO

A la fin de ce mois de mai nous étions à Saint-Pétersbourg sans savoir que c'était le 315 ème anniversaire de la création de la ville. En arrivant, sur la place devant le Palais d'Hiver beaucoup de travailleurs s'affairaient pour installer l'infrastructure d'une fête géante. On ne savait trop si s'était en lien avec le forum économique annuel dont le logo était partout ou avec la fête de la ville.

Le samedi soir, en repassant sur la place on découvre beaucoup de gens installés sur des chaises soit devant la scène, soit devant des écrans géants. Après le passage des portiques de sécurité il suffisait de s'installer pour participer. La fête devait commencer à 21 h et à 21 h pile la parole a été donnée, sans doute à des personnalités politiques puis à un moment une dame s'est avancée qui parlait anglais (avec un traducteur en russe). C'était la représentante de Coca-Cola Russie et elle avait une surprise pour le public, une surprise cachée par un drap. C'était la fameuse coupe du monde. Comme une surprise ne va jamais seule, un autre personnage s'est avancé, un sportif j'imagine, qui a brandi la dite coupe.

Vodka face à Coca ?

Rien de nouveau même sous le soleil russe : Coca et la FIFA c'est un mariage à la vie à la mort. La société Coca-Cola compte parmi les plus anciens partenaires de la FIFA, avec laquelle elle coopère depuis 1974.

C'est Patric Nally qui a crée ce monstre.

Comme chacun sait, la boisson c'est la vie sauf que dans les temps reculés l'eau n'était pas consommable facilement. Si l'eau courante pouvait étancher la soif, l'eau stagnante était un piège à bactéries et autres microbes néfastes. L'invention de l'alcool fut le sauveur de l'humanité d'où son statut universel.

Avec les USA et sa prohibition, il était temps d'inventer un soda universel. Le soda était antérieur au coca-cola mais il gagna alors ses lettres de "noblesse".

En Russie aussi

L'espérance de vie des hommes est de 59 ans en Russie et la Vodka, la petite eau, n'y serait pas étrangère. Un marché génial pour Coca Cola ? Sous ses multiples formes la Compagnie est partout et son association avec le foot est "naturelle". Elle a ouvert la voie à cette folie qui fait de tout sport une marchandise. C'est un cheval de Troie. Un joueur marque un but, il se précipité vers le public pour dire sa joie, en fait de public il se dirige parfois vers le panneau publicitaire qui le rémunère s'il le met en valeur.

La Russie si différente ne va en rien échapper aux travers de cette situation où plus que jamais les géants de la com vont s'imposer. Si le stade va rester la pièce maitresse de l'édifice (dans onze villes), les retransmissions sur écrans géants vont déplacer le marché publicitaire vers les foules de téléspectateurs. Au stade chacun regarde ce qu'il veut. Devant l'écran le caméraman commande. Et dans beaucoup de pays des pubs s'incrustent sur l'écran pendant le match. Pour le foot ordinaire les droits de retransmission télé sont devenus une des affaires financières les plus folles de la planète.

Le Barça (vu sa fonction politique) est l'entreprise qui a résisté jusqu'en 2006 à la "souillure du maillot" comme disait le célèbre Johan Cruyff. Le maillot, le short, les chaussettes, les chaussures, tout est devenu support pour les grandes marques, et la FIFA, l'entreprise la moins transparente de la planète. L'année 2018 va être la suite inévitable du passé. Jusqu'à quand et jusqu'où ? La Révolution de demain doit-elle

commencer par une révolution dans le fonctionnement du sport et plus particulièrement du foot ? Quel pouvoir politique va oser légiférer en la matière ?