



Jolanda Neff



Belinda Bencic



Sarah Atcho



Tanja Hüberli



Edimilson Fernandes



Timea Bacsinszky



Dario Cologna



Justin Murisier



Giulia Steingruber



Gelson Fernandes

Si les visites sont réservées à la famille, tout le monde peut entrer dans l'intimité des athlètes. Instagram

Opérations de com

Si les sportifs sont toujours plus nombreux à publier une photo d'eux quelques minutes après une intervention médicale, c'est parce qu'ils ont tout à y gagner.

JULIEN CALOZ
julien.caloz@lematindimanche.ch

Il arrive fréquemment qu'un athlète hospitalisé enchaîne deux opérations successives, la seconde face à l'objectif, sans anesthésiant ou presque, le corps en pièces détachées et la tête par-dessus les épaules, seul dans sa chambre. Cette opération-là, dite de communication, consiste pour le sportif à publier sur les réseaux sociaux une photo de lui sitôt sorti du bloc, avec un esprit généralement positif et revanchard, de type «ce qui ne tue pas rend plus fort» - affirmation qui ne saute pas aux yeux des lecteurs sur le moment.

Il n'y a pas de temps à perdre pour ces champions hyperconnectés, qui prennent leur portable avant leur première pilule dès leur retour en chambre. «Ma photo, je l'ai diffusée trois minutes après avoir regagné mon lit. Je ne sentais pas encore mes jambes (ndlr: elle a été opérée du ménisque), j'étais euphorique», révèle la sprinteuse vaudoise Sarah Atcho, qui a toujours été une rapide - elle vaut 11''20 sur 100 m. Le skieur valaisan Justin Murisier, «encore shooté par la narcose», s'est carrément filmé sur son lit d'hôpital. «Je l'ai fait pour transmettre les infos, moins bonnes que prévu puisque mon genou était mort et que je devais mettre un terme à ma saison.» Pourquoi communiquer si vite? Et pourquoi de cette manière, sans filtre et

sans pudeur, l'esprit à l'envers? «Il n'y avait rien de calculé, assure ce Bagnard de 28 ans du genre taiseux. J'ai simplement fait mon job. J'étais dans mon rôle de skieur. C'est notre devoir de transmettre ce type d'informations au public. On n'a presque pas le choix.»

«Les gens qui nous suivent ont envie de savoir», abonde Sarah Atcho. Renée Bäni, responsable des médias sociaux chez Présence Suisse, souligne elle aussi que la publication de ce type de contenus «fait partie de la stratégie de communication qu'un athlète doit avoir sur les réseaux sociaux».

Le sang suscite des commentaires

Les sportifs ne sacrifient pas pour autant leur intimité dans le seul intérêt de leur public. Ils bénéficient eux aussi de cette exposition presque spontanée. Les gagnants sont de part et d'autre, chez celui qui donne à voir comme chez ceux qui regardent.

Ce qui frappe, d'abord, c'est le taux de visibilité de ces publications chirurgico-médiatiques. La photo de la vététiste Jolanda Neff entourée de son petit ami et de son sapin de Noël à l'hôpital a suscité presque 83 000 interactions. À titre de comparaison, l'image la montrant triomphante au dernier championnat d'Europe, les bras levés vers le ciel, n'a intéressé «que» 34 000 suiveurs. «On constate que les messages diffusés depuis l'hôpital par les athlètes



«Ma photo, je l'ai publiée trois minutes après mon entrée en chambre. Je ne sentais pas encore mes jambes, j'étais euphorique»

Sarah Atcho, sprinteuse

sont les plus vus et commentés», révèle Renée Bäni. Grâce à ce partage, au don virtuel de leur corps endolori, Neff et les autres utilisent exactement ce pour quoi sont faits les réseaux sociaux: tisser du lien avec le public. Exposer leurs faiblesses ne les dessert pas. «Cette stratégie leur permet d'être proches des gens, estime Bäni. En dévoilant leur faille, ils soulignent leur côté humain, montrent qu'ils sont finalement comme ceux qui les encouragent.»

Il y a encore autre chose: l'intérêt que suscitent les images en position horizontale, quand elles n'enfreignent pas le règlement du site qui les héberge, permet aux athlètes d'élargir leur communauté de suiveurs, ce qui est doublement avantageux. D'abord parce qu'en gagnant des followers, ils gagnent en visibilité pour leurs sponsors, donc peuvent négocier de meilleurs contrats. Ensuite parce qu'une plus grande base de fans donne forcément un peu plus de forces à ceux que la lumière des projecteurs n'éclaire plus.

Jolanda Neff a lu près de 8000 messages d'encouragements après son hospitalisation consécutive à une chute à l'entraînement. «J'ai reçu tellement de soutien et d'amour de tout le monde, c'était vraiment impressionnant», s'est émue la championne du monde 2017 et triple vainqueur de la Coupe du monde, tandis que sa responsable médias, Janine Geigele, a salué une «communication claire» qui a

aussi profité aux journalistes. «Comment auriez-vous pu illustrer un article de son séjour à l'hôpital si Jolanda n'avait pas partagé sa photo?»

Ces publications qui arrangent tout le monde posent cependant la question de la vie privée des célébrités: où commence la frontière, si ce n'est plus derrière la porte d'une chambre d'hôpital. Après la photo du blessé, pourquoi pas celle des résultats médicaux, histoire de se faire une idée plus précise de la nature des lésions? Où est la limite? Et comment la fixer? «Tout dépend de ce que tu veux montrer, avance Geigele, qui gère aussi la com de Daniela Ryf, Nicola Spirig, ou encore Alan Roura. Moi, je dis toujours: «Mettez assez de vêtements sur les images que vous diffusez!» Mais chacun est libre de publier ce qu'il veut.»

Une opération à la télévision

«Les sportifs sont propriétaires de leur image. C'est leur choix», rappelle le chirurgien Olivier Siegrist, qui a fait (re)monter un paquet de champions suisses sur les podiums. On lui demande, pour rire: à quand une opération filmée? Il répond que c'est déjà arrivé en 2018, avec Camille Rast. La skieuse avait ouvert les portes du bloc et son genou aux caméras de la RTS pour un reportage sur les ruptures des ligaments. Le public avait pénétré l'intimité de la Valaisanne au sens propre, grâce aux images de la caméra mobile introduite dans son genou par l'équipe médicale.

«Pour moi, cela faisait partie du job, commente Rast. Nous vivons grâce à la représentation médiatique, que ce soit à la télévision ou sur les réseaux sociaux. C'est pour cela que certains sportifs très suivis sont obligés de partager leur vécu postopératoire sur le Net.» Ils montrent le plus souvent l'image que l'on attend d'eux, un pouce levé ou un sourire rassurant, dans une attitude qui suggère un certain degré de préparation, sinon d'habitude. On ne trouve jamais plus d'une photo de l'hospitalisation, d'ailleurs, ce qui permet au sportif de ne pas passer pour une victime qu'on n'aurait pas forcément envie de plaindre, et donc de réussir sa deuxième opération.