

Pourquoi personne ne s'intéresse au basket français ?

Alors que la NBA reprend ses droits ce mardi, 12 joueurs français seront sur les parquets américains cette saison, une première dans l'histoire du basketball tricolore. Cependant, si le basket français semble être au sommet de son art sportivement, sa visibilité au niveau national est au point mort, et se caractérise par l'absence de diffuseur télé du championnat. Pourquoi n'arrive-t-on pas à mettre en valeur au grand public un sport pratiqué par 700 000 personnes en France ?

Si l'Équipe de France est allée chercher une médaille d'argent cet été à Tokyo, avec une courte défaite contre les Américains en finale, la situation de la Betcliv Élite, première division française, interroge. Sans diffuseur de premier plan cette saison, le championnat français de basket ne semble pas intéresser et pourrait même sombrer si la LNB (Ligue Nationale de Basketball) ne fait rien. Peu de personnes regardent et s'intéressent au basket français comme le confirme Faïssal Berkani, commentateur de la Betcliv Élite : *« Que ce soit la chaîne L'Équipe l'an passé entre 2020 et 2021 ou RMC Sport de 2015 à 2020, les audiences n'ont pas été au rendez-vous. Ça a été des audiences catastrophiques »*. La saison dernière la LNB TV qui diffusait tous les matchs sur son site et son application faisait en moyenne 8000 à 9000 téléspectateurs pour un match, comme l'a récemment révélé Michel Mimran, directeur général de la LNB. En raison de ce manque d'audience, les chaînes importantes et habituées à diffuser le sport français ont fait une croix sur le basketball. *« Les chaînes se disent qu'elles ne vont pas gagner d'argent en prenant les droits du basket français aujourd'hui car les audiences ne sont pas au rendez-vous ces dernières années. »*, ajoute Faïssal Berkani.

Pourquoi l'engouement sportif du basket français n'a pas d'impact sur ses audiences et sa visibilité ?

Le principal frein au développement de la Betcliv Élite reste bien évidemment la concurrence impitoyable de la NBA. La France est le plus gros consommateur de basket américain en Europe, et la NBA est même venu faire un match en janvier 2020 dans la capitale française pour confirmer cette tendance. Des opérations commerciales bien plus importantes que celles de la LNB et qui vont donc attirer beaucoup plus de nouveaux fans comme Noah, 22 ans : *« J'ai découvert la NBA il y a 4 ans grâce à un ami, et depuis je suis régulièrement les matchs. J'avoue ne pas trop regarder de basket européen et français, voire jamais si ce n'est pas l'Équipe de France. Je trouve la NBA bien plus intéressante au niveau du spectacle sur le terrain et de l'interaction sur les réseaux sociaux où on ne rate jamais rien des highlights de matchs. »*.

La LNB pourrait donc essayer de rattraper son retard en offrant un contenu de qualité et interactif à ses fidèles abonnés. Seulement, ce n'est pas le cas pour l'instant comme l'explique Faïssal Berkani : *« Il faut absolument que la Ligue arrive à rendre plus qualitatives ses diffusions sur son application. On a trop de problèmes techniques que ce soit en tant que commentateurs ou téléspectateurs. Même si c'est gratuit les gens vont commencer à se désintéresser car la qualité n'est pas au rendez-vous. »*. Dans cette situation, la LNB pourrait perdre un bon nombre de fans comme Mathis 20 ans : *« Je suis passionné de basket depuis petit et supporter du club de ma ville Cholet. Malheureusement, cette saison je n'ai pas d'autre moyen que de me rendre à la salle pour voir les matchs du club car les matchs sur la LNB TV sont de bonne qualité 1 fois sur 3 »*. Une situation complexe pour le basket français et qui semble encore loin d'être résolue.