

VSD

HORS-SÉRIE J.O 2008

ADRESSE DE LA RÉDACTION :

15, rue Galvani, 75809 Paris Cedex 17.

Standard : 01 56 99 47 00.

Fax : 01 56 99 51 28.

Pour joindre votre correspondant, composez le 01 56 99 suivi du numéro de poste qui figure à la suite de son nom.

Magazine édité par VSD snc, 6, rue Daru, 75379 Paris Cedex 08.

Tél. : 01 44 15 30 00. Société en nom collectif

au capital de 15 240 000 € d'une durée de 99 ans.

COGÉRANTS : Jean-Pierre Caffin, Philippe Labi.

ÉDITEUR, DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : Philippe Labi (50 01)

PRINCIPAUX ASSOCIÉS : Prisma Presse et Gruner + Jahr -Communication GmbH.

ASSISTANTE ÉDITEUR : Laurence Mouëzy-Ramognino (50 01)

REDACTEUR EN CHEF : Léon Mazzella - imazz communication, (06 07 79 87 36)

DIRECTION ARTISTIQUE, RÉALISATION : Graph'm (01 46 73 98 08)

FABRICATION : James Barbet (51 02), Stéphane Redon (51 01)

PUBLICITÉ : 6, rue Daru, 75379 Paris Cedex 08. Tél. : 01 44 15 32 09.

Pour joindre votre correspondant, composez le 01 44 15 suivi du numéro de poste qui figure à la suite de son nom.

Directrice commerciale : Catherine Arnaize (33 46)

Directrice commerciale adjointe : Cécile Chambaudrie (35 06)

Directrice pôle cadres : Emmanuelle Mousson (33 48)

Directrice de la publicité : Dominique Bellanger-Gelès (33 30)

Responsables de clientèle : Evelyne Allain-Tholy (32 77),

Delphine Boudes (33 23), Anne-Christine Clec'h (32 89),

Sylvain Mortreuil (32 45), Chrystelle Rousseaux (32 74)

Opérations spéciales : Florence Ginestet (33 32)

Région Rhône-Alpes/Méditerranée :

Nancy Joannard : 04 74 71 64 24.

DIFFUSION : 6, rue Daru, 75379 Paris Cedex 08.

Tél. : 01 44 15 31 10.

Directrice commerciale diffusion et marketing médias :

Fabienne Schwalbe

Directeur des ventes : Bruno Recurt (31 23)

MARKETING :

Directeur d'édition et marketing : Philipp Schmidt (51 88)

Chef de groupe : Marjorie Pouzadoux (51 87)

Chef de marque : Patricia Pinto (51 88)

COMPTABILITÉ : Marie-Violette Gonzales (48 55)

VSD SUR INTERNET : www.vsd.fr

ABONNEMENTS et VENTES DES ANCIENS NUMÉROS :

Tél. : 0825 050 697 (0,15 € la min.).

Depuis l'étranger : 00 33 3 21 14 75 67.

VSD Service abonnements, 62066 Arras.

France : tarif 1 an, 59 €

DOM-TOM et étranger :

tarif sur demande.

IMPRIMÉ PAR : Imprimeries

Didier-Quebecor,

6, route de La Ferté-sous-Jouarre,

77440 Mary-sur-Marne.

M 1713988 ISSN 1278-916X.

N° commission paritaire : 0710C86867.

Dépôt légal : juillet 2008

DISTRIBUÉ PAR LES NMPP

La rédaction n'est pas responsable des articles

ou photos qui lui sont spontanément adressés.

Les manuscrits non insérés ne sont pas rendus.



Édito

ET LE SPORT DANS TOUT ÇA ?

Que reste-t-il de l'esprit olympique des origines ? Pas grand-chose. Les valeurs du sport comme lien transcendantal entre les nations appartiennent à un discours de façade. De toute manière, ce propos date et avait des relents hygiénistes nauséabonds. Mais les parfums de l'olympisme du XXI^e siècle ne sont guère plus respirables. La politique est au service du sport, surtout lors du rendez-vous quadriennal. Les gouvernants écoutent le Comité international olympique et le pays organisateur gère sa toute-puissance. Les thèmes de fraternité, de jeunesse sonnent creux. Pas les contrats des équipementiers et les grands travaux assortis de casse humaine. La menace de boycottage revêt des atours nouveaux : si boudier Moscou en 1980 fut plus facile, c'est parce que la Chine est une puissance d'avenir sur laquelle les économies lorgnent. « L'essentiel est de participer », disait le baron Pierre de Coubertin. À n'importe quel prix ? Le business du sport a occulté les valeurs de la Charte olympique. Comme l'écrit justement Olivier Villepreux, dans un pamphlet nécessaire* : « L'olympisme est condamné à singer ouvertement ce à quoi il croyait devoir son existence : l'apolitisme. » Le CIO ignore la philanthropie et évite les questions humanitaires. Après le culte du corps, « la supériorité de l'esprit sain dans un corps sain », « l'obligation d'impassibilité chez le sportif » vantés par Coubertin, cette 26^e édition tourne de nouveau autour de la publicité, de la spéculation, des marchés que

d'aucuns décrocheront en Chine. Et le sport dans tout ça ? Les athlètes feront le maximum, sans se dopier – du moins on l'espère –, afin que le spectacle soit à la hauteur de nos écrans plats. « Just do it ! », a-t-on envie de souffler à nos Manaudou, Bernard, Riner, Absalon et autres vedettes françaises, pour ne citer qu'elles. Car les Jeux sont aussi l'occasion de crispier l'esprit de corps, au-delà de l'esprit du corps. Tandis que les athlètes tenteront de compresser le temps ou de gagner des millimètres, nous penserons au Tibet et aux prisonniers des géôles chinoises ayant pris part gratuitement à la reconstruction pharaonique de Pékin. S'agissant des performances – obsession première des Jeux –, et selon une étude de l'Institut de recherche biomédicale et d'épidémiologie du sport (Irms), les limites physiologiques du corps humain vont arriver à saturation. Autrement dit, les records olympiques ne pourront plus être dépassés éternellement. Mais si les performances établies par les hommes vont commencer à stagner, celles des femmes, en revanche, sont appelées à se développer, car leur arrivée sur la scène olympique est relativement récente. La femme est l'avenir du sport.



Léon Mazzella,
rédacteur en chef.

* *Feue la flamme*, Gallimard.