

Jeux de chiffres

par Chris Gould

Dans un monde idéal, la vertu cardinale du sumo devrait être que, comme sport national japonais soutenu par l'action gouvernementale, il ne devrait pas trop s'avilir avec des artifices publicitaires et une mercantilisation excessive. Et pourtant le grand paradoxe qui entoure le sumo en 2011 est que s'il se repose trop sur ses lauriers de sport national, il finira par cesser d'être un sport national.

Qu'on s'en accommode ou pas (et quelques pontes du sumo semblent se délecter d'exercer l'art de la revanche sur ceux qui leur posent du souci), le départ forcé d'Asashoryu en 2010 aura eu un effet dévastateur sur la popularité du sumo. Fin 2009, Asashoryu était en pointe dans la poussée de vigueur nouvelle du sport, apparaissant dans les talk-shows, donnant des interviews de fond, écrasant même une larme opportune à la lecture d'une lettre de sa mère.

Deux mois s'écoulent et le grand plan de régénération du sumo éclate comme les dents d'un homme dont il est dit qu'il l'a agressé. En un clin d'œil, finies les histoires qui passionnent les foules d'opposition Bon Yokozuna / Mauvais Yokozuna, la lutte titanesque entre Hakuho et Asashoryu qui se finit perpétuellement par un apogée lors du honbasho senshuraku. Disparus aussi les téléspectateurs passifs qui allumaient leur poste pour voir si le gars qui montrait si souvent une tendance à la violence pouvait se faire aplatis sans gloire. Partis aussi les milliers de fans qui admiraient tout simplement son génie sur le dohyo.

Qu'il méritait une punition était indiscutable. Mais qu'il ait mérité de se voir fichu à la porte d'un sport qui permet aux plus anciens de marquer leur autorité en battant les plus jeunes plus souvent qu'à leur tour est plus discutable. Indépendamment de la question de l'image publique d'un lutteur, la question centrale était de savoir si l'association pouvait se passer de son atout marketing majeur : celle-ci a finalement choisi de s'en débarrasser sans plan de secours.

C'est vrai, il y a eu des tentatives de régénérer le sumo autour de Hakuho et sa bande depuis la fin 2010, avec un succès mesuré dans les publicités télévisées. Mais vint alors le scandale des combats truqués, qui fit totalement disparaître les sumotori des émissions de télévision. Un autre plan marketing mordait la poussière, et le basho de septembre révéla le sérieux de la situation. Même au senshuraku, traditionnellement l'une des journées les plus fréquentées, des billets étaient encore disponibles tout juste cinq jours avant le début du tournoi. Pour la quatorzième journée, un week-end également et donc normalement envahi par les fans, nous avons pu constater un nombre important de billets encore invendus à 16-17h.

Mais il existe un autre problème dont la Kyokai ne semble pas encore avoir pris la mesure, mais que les sites internet montrent bien trop clairement. A la lecture de l'article de Dorian pour ce numéro, on pourrait presque imaginer qu'il est un fan Japonais de l'ère Showa (1926-1989) tant est forte sa passion pour des

lutteurs même de milieu de tableau. Mais hélas les gens comme Dorian ne sont qu'une minorité. En s'affichant comme une attraction touristique, le sumo vend plus de tickets pour le Kokugikan, mais il ne génère aucun fan additionnel. Les gens y viennent tout simplement une fois, et cochent leur case de « choses à faire » et ne pensent plus au sumo qu'en dehors d'une ou deux vidéos sur youtube.

Ce que le sumo n'a pas su comprendre également est que les fans étrangers sont différents des fans nationaux. C'est juste une question de géographie. Si un Japonais tombe amoureux du sumo, l'exposition télévisuelle peut assurer qu'au moins une personne de son entourage puisse être captivée. Mais si un étranger tombe amoureux du sumo, l'affaire est pliée et la messe est dite. Il est quasi impossible de les maintenir dans cet amour, encore moins d'y intéresser leur progéniture. Et c'est pour cela que des décisions à l'emporte-pièce comme le départ d'Asashoryu sont si lourdes de conséquences.

Ce n'est pas le manque de superstars sur Eurosport qui douche l'enthousiasme des étrangers. C'est le format des tournois. Les étrangers sont en général réceptifs aux classements de type football, où les équipes sont jugées en fonction de leurs performances dans une seule ligue ou championnat, quelles qu'aient été leurs performances du passé. C'est la possibilité de voir une Juventus reléguée en deuxième division, ou un Blackpool ferrailer avec les gros qui rend le football si attractif et imprévisible à

quiconque a de l'imagination. Mais le sumo possède deux systèmes de classement : le classement des tournois, et le classement officiel des lutteurs (car au Japon rien n'existe sans un classement). Et le souci est que ces deux systèmes paraissent (en dehors du yokozuna) totalement décalés l'un l'autre. Il n'y a pas de véritable promotion surprise ou relégations parmi les deux premières divisions, tout ayant été fait dans un océan de prédictibilité depuis des lustres bien trop longues pour maintenir l'intérêt des fans. Bien entendu, ne pas faire tomber un gros trop vite appartient à la culture japonaise, comme de ne pas laisser un jeune loup aux dents longues chausser trop vite des bottes de sept lieues à son premier essai, mais l'actuel système d'organisation des tournois

pourrait bien être la cause d'un manque total de passion les environnant.

Voilà pourquoi il serait bien imprudent de la part de la Kyokai de ne pas réfléchir au changement de format des tournois. Par exemple, pourquoi ne pas corser les choses pour Hakuho, en ne l'autorisant à combattre que treize journées là où ses adversaires en disputeraient quinze ? S'il remportait un tournoi dans ces circonstances, ce serait vraiment quelque chose ! En introduisant un système de promotions/relégations plus excitant entre les divisions, avec dix lutteurs qui feraient l'ascenseur à chaque tournoi ? Dégager le système archaïque où les combats des lutteurs sont basés sur leur rang et se déroulent assez

aléatoirement. Il serait encore plus passionnant d'avoir deux lutteurs donnés qui s'affronteraient plus d'une fois dans un tournoi donné. Comment le vaincu du premier combat réagirait-il au suivant ? Quelles tactiques géniales mettrait-il en place ? Et enfin, les tournois doivent-ils véritablement s'étaler sur une quinzaine complète ? Pourquoi ne pas réduire leur action aux six jours de week-end qui s'étalent sur l'actuelle période de tournois, ce qui permettrait durant les interruptions en semaine de bâtir une frénésie médiatique ? Ce ne sont que des idées en l'air, mais il faut en tout état de cause essayer de faire quelque chose pour les fans, qu'ils soient locaux ou étrangers.