

La bonne nouvelle

Le public de Cholet Basket a fait preuve de générosité



Cette année encore, les Choletais étaient bien partis, hier soir, pour remplir la hotte du Père Noël du Secours populaire. À la Meilleraie, pour la 15^e journée de Pro A, alors que Cholet Basket recevait Antibes, l'association, en partenariat avec la Ligue nationale de basket, organisait une collecte de jouets neufs pour les enfants défavorisés.

L'année dernière, le bac avait dû être vidé trois fois. Hier soir, avant le

match, les petites voitures et autres jeux de société pleuvaient sous le sapin à l'entrée.

De son côté, le club choletais offrait des peluches de *Charalito*, la mascotte de la Meilleraie. Elles avaient été remises au Père Noël par les basketteurs, avant le coup d'envoi. Ces derniers sont d'ailleurs rentrés sur le parquet, coiffés d'un bonnet vert, la couleur du Secours populaire.

Lire également en **Sports**.

La Pro A gâtée pour Noël

Tradition désormais bien ancrée, les « Journées de Noël » boostent les recettes et la fréquentation des salles de l'élite.

YANN OHNONA

À leurs débuts, en 2011, elles ne ressemblaient pas à un cadeau. Les « Journées de Noël » de la Ligue nationale, matches inspirés du Boxing Day britannique, auraient plutôt eu tendance à agacer leurs acteurs. Joueurs, surtout les Américains, ne pouvant profiter de la trêve pour réveillonner en famille, aux États-Unis ; coaches et clubs, contraints de maintenir leurs effectifs au taquet pour des matches resserrés (jusqu'à quatre en douze jours certaines années) et décisifs en vue de la qualification en Leaders Cup.

« C'est sûr, ça ne faisait pas l'unanimité la première année, raconte dans un sourire jaune Alain Béral, président de la LNB. On nous a expliqué que ce n'était pas le moment de jouer, qu'il n'y aurait personne dans les salles. Il a fallu tenir bon. Notre idée était, comme pour la Leaders Cup à Disneyland, de positionner notre spectacle comme quelque chose de familial. Pendant les périodes de fêtes, les familles sont réunies, parents et enfants souvent en vacances en même temps, il y a l'opportunité d'aller au basket ensemble. Pour augmenter sa visibilité, notre sport se doit d'exister différemment. »

À la manière de la NBA et de son « Christmas day », la LNB profite de l'événement pour agréger à ses matches une action sociale, par le biais d'un partenariat avec le Secours populaire et son opération « Pères Noëls verts ». Objectif, collecter des jouets pour l'association. L'intérieur de Levallois et capitaine des Bleus Boris Diaw joue le jeu en posant, bonnet vert et blanc sur la tête, sur le site de la LNB, qui récolte plus de 8 000 jouets par an. Les lancers de peluches sont devenus monnaie courante dans les salles de Pro A, comme à Gravelines le week-



Le 23 décembre, avant la rencontre entre Gravelines-Dunkerque et Levallois, 1 600 peluches ont été lancées sur le parquet par le public (ci-dessus). Mardi, les joueurs de Strasbourg, opposés à Chalon-sur-Saône, portaient eux des bonnets verts avant le match (ci-dessous).



end passé, où le Sportica a ramassé 1 600 nounours. « Ce n'est que du positif, se réjouit Hervé Beddeleem, directeur exécutif du club nordiste. Notre sport doit occuper le terrain quand d'autres font relâche. Par exemple, notre concurrent, c'est le handball, à Dunkerque. Et en ce moment, on ne parle que de basket. »

« L'un des rares sujets sur lesquels on est d'accord »

FRÉDÉRIC FORTE, PRÉSIDENT DE LIMOGES
Quand le taux de remplissage habituel des salles de Pro A tourne autour des 80 %, il atteint les 90 % sur la période de Noël, et pas toujours pour des matches clinquants, à l'image, hier, d'un Cholet-Antibes ou d'un Boulazac-Le Mans. « On est complets depuis trois ans, constate Martial Bellon, président de Strasbourg. Les joueurs râlaient au début mais, aujourd'hui, ils ont intégré que ça fait partie du job. » Même Frédéric Forte, opposant quasi systématique de la LNB, se range à la conclusion. « Clairement, cela booste notre activité. Avec notre match d'Eurocoupe contre Vilnius, alors que nous sommes déjà qualifiés, et la réception de Bourg, pas deux grosses affiches, on attire 10 000 personnes en 24 heures à Beaublanc ! Les gens, plus que le match, viennent vivre un moment festif. C'est un moment clé pour faire venir dans nos salles un public qui ne connaît pas notre sport et le séduire. Les clubs devraient même aller plus loin dans l'habillement, les animations. Même si cela pose des problèmes de respect de la convention collective, par rapport au repos des joueurs, dans les équipes qui jouent en Coupes d'Europe, c'est l'un des rares sujets où on est d'accord avec la Ligue (il éclate de rire). » Alain Béral et Frédéric Forte main dans la main ? Tout est donc possible, lors de ces journées de Noël. **F**

Johan Ben Azzouzi/la Voix du Nord/FPQR

Richard Martin/L'Équipe