



Le dimanche du Super Bowl:

un jour férié non officiel pour des millions de personnes

Chaque année, un dimanche de fin janvier ou début février, des dizaines de millions d'Américains déclarent leur propre journée de vacances officielle. Réunis en groupes petits et grands, près de la moitié de tous les ménages aux États-Unis participent par procuration à un spectacle télévisé qui a largement dépassé ses origines en tant qu'événement sportif.

Le Super Bowl, qui détermine le championnat de football américain, est avant tout une expérience partagée, un moment où les Américains choisissent de façon disproportionnée de passer cette journée entre amis.

Ni la très populaire Série mondiale de la ligue majeure de baseball, ni le championnat de l'Association nationale de basket-ball ne produit une emprise aussi forte sur l'attention de la nation. Peut-être est-ce parce que le Super Bowl est un seul match, un concours où le vainqueur remporte le tout. Ajoutons les spectacles qui ont surgi autour du match et le dimanche du Super Bowl devient un événement, même pour ceux qui ne sont pas fans de football.

Les origines du Super Bowl

Le football américain est sans rapport avec le sport connu sous le même nom par la majorité du reste du monde, ce que les États-Unis et quelques autres pays appellent « soccer ». Et même la version américaine du sport comprend quelques variantes, puisqu'il y a des règles légèrement différentes pour les versions jouées par les équipes universitaires, les



Le quarterback des 49ers de San Francisco, Colin Kaepernick, envoie des signaux à la ligne de l'équipe lors de la seconde moitié d'un match des séries éliminatoires. AP Images

équipes professionnelles et les équipes de la Ligue canadienne de football.

Pendant la majorité de son histoire, le football américain professionnel s'est joué au sein d'une seule ligue, la Ligue nationale de football (NFL). En 1960, une ligue rivale, la Ligue américaine de football (AFL), a commencé à rivaliser pour les talents sportifs de premier ordre. Pendant qu'ils réfléchissaient à une fusion, ils ont convenu d'un seul match chaque année entre leurs champions respectifs. Puisque beaucoup de championnats de football universitaire étaient connus sous le nom de « bols », d'après les stades en forme de bol qui les accueillent, un propriétaire AFL a qualifié le nouveau match de « super bol ». Le nom est resté.

Quatre éditions du Super Bowl ont eu lieu avant la fusion des deux ligues en 1970 en une seule Ligue nationale de

football, qui a été réorganisée en deux « conférences », la Conférence américaine et la Conférence nationale. Chaque année, les champions de conférence s'affrontent lors du Super Bowl pour déterminer le champion NFL.

Alors que la plupart des championnats de sport aux États-Unis sont décidés dans les villes d'origine des participants, un Super Bowl - comme les Jeux olympiques et la Coupe du monde - est décerné à une ville environ trois à cinq ans à l'avance, ouvrant la porte à de vastes possibilités de commercialisation et de promotion. Parce que le championnat se joue en hiver, il offre aux villes à climat chaud comme la Nouvelle-Orléans, Miami et Los Angeles un avantage considérable. De temps en temps, une ville du nord avec un stade couvert accueille le match. La Nouvelle-Orléans accueille le match de championnat 2013, le Super Bowl

Le dimanche du Super Bowl: un jour férié non officiel pour des millions de personnes

XLVII - entre les Ravens de Baltimore et les 49ers de San Francisco - le 3 février.

Pour la première fois dans l'histoire du Super Bowl, deux frères vont s'affronter en tant qu'entraîneurs-chefs – le frère aîné John Harbaugh de l'équipe des Ravens de Baltimore et Jim Harbaugh des 49ers de San Francisco.

Un Super Bowl génère une activité économique importante dans sa ville d'accueil. De nombreux détenteurs de billets, représentants des médias et autres arrivent une semaine avant le match, partant à la découverte de la région et dépensant de l'argent librement.

Les villes qui cherchent à accueillir le match doivent soumettre des plans environnementaux détaillant comment ils prévoient de rendre le Super Bowl aussi « vert » que possible.

La veille du Super Bowl XLVII, le Comité d'accueil du Super Bowl organisera une initiative communautaire intitulée Super samedi de service. Le programme sera une collaboration entre le comité, la NFL, la ville de la Nouvelle-Orléans, l'association Habitat pour l'humanité de la région de la Nouvelle-Orléans et d'autres groupes et aura pour résultat la rénovation et l'embellissement des parcs publics de la Nouvelle-Orléans.

Un événement social

De plus en plus, les Américains fêtent le Super Bowl en privé, autour de nourriture, de boissons et de football télévisé. Le match est toujours joué un dimanche, quand la plupart des Américains ne sont pas susceptibles d'être au travail. En raison de la prééminence nationale de l'événement, il arrive que même les Américains qui ne sont pas fans de football adoptent une équipe juste pour le dimanche du Super Bowl.



Ray Lewis, linebacker des Ravens de Baltimore, attend le claquement contre les Broncos de Denver au quatrième quart temps d'un match des séries éliminatoires de la NFL. AP Images

Certains des programmes de télévision les plus visionnés dans l'histoire des États-Unis ont été des Super Bowls. Le match de 2012, le Super Bowl XLVI, a battu tous les records avec 111,3 millions de téléspectateurs. Le Super Bowl XLV en 2011 a attiré une audience de 111 millions de téléspectateurs et a battu le record établi par le match 2010 comme étant le programme télévisé américain le plus visionné de tout temps.

Un autre élément clé du succès du Super Bowl repose dans les spectacles soigneusement chorégraphiés qui ont lieu autour du match même. Le « spectacle de la mi-temps », avec animations musicales et autres offertes par de grandes vedettes, se déroule sur le terrain lors de la période de repos de la mi-temps. En 2013, la tête d'affiche sera Beyoncé.

Pour de nombreux téléspectateurs, le point culminant du Super Bowl n'est

pas le match, mais les publicités. Les publicitaires font concurrence pour afficher leurs efforts les plus créatifs et présenter leurs nouveaux produits. Compte tenu de l'énorme audience, les publicitaires sont disposés à payer cher pour parader leurs marchandises lors de la diffusion du Super Bowl. En 2013, une publicité de 30 secondes coûtera un montant record de 4 millions de dollars.

Bien que les vrais fans de football ne s'accorderaient pas à le dire, le dimanche du Super Bowl, pour des millions d'Américains, concerne moins l'équipe qui l'emporte que le fait de passer un bon moment. Que ce soit au stade ou avec des amis devant la télévision, la plupart des Américains trouvent de quoi s'amuser à l'occasion de ce jour férié national non officiel.

Des informations supplémentaires sur le match sont disponibles sur le site officiel du Super Bowl XLVII.