

Le "web participatif" fait son entrée dans le foot français (MAGAZINE)

Par Stéphanie LEROUGE

PARIS, 10 jan 2008 (AFP) - Trois trentenaires, passionnés de football et de nouvelles technologies, ont lancé il y a deux mois un site internet destiné à permettre à 60.000 supporters internautes de prendre le contrôle d'un club de football, pour que "les passionnés puissent se réapproprier leur club".

Depuis sa mise en ligne, cmonclubdefoot.fr est parvenu à fédérer plus de 1500 adhérents, ayant versé chacun 50 euros, affirment les fondateurs Romaric Lacôte, Clément Meunier et Walid Benothman, trois copains d'enfance de la région de Fontainebleau (Seine-et-Marne).

D'ici un an, les trois compères espèrent avoir réuni suffisamment d'argent pour acheter un club de CFA ou de 2e division. A défaut de quoi, "soit nous rembourserons les membres, soit nous proposerons aux internautes de prolonger l'action".

"L'objectif est que les passionnés du football puissent se réapproprier leur club, qui, à l'heure du foot-business, leur échappe. Il faut retrouver des valeurs, l'amour du maillot, de sa ville", s'enflamme Walid Benothman, 31 ans, "directeur général pour la France d'un éditeur de logiciels canadien", qui a "joué au football au plus haut niveau jusqu'à 17 ans".

L'exemple britannique

Les membres de [cmonclubdefoot](http://cmonclubdefoot.fr), réunis en association loi 1901, pourront "entrer dans une vraie proximité avec le club, grâce au chat, aux visio-conférences, à l'e-voting", précise Romaric Lacôte, 32 ans.

"Ils pourront élire un président, un entraîneur, vendre ou acheter des joueurs", complète Clément Meunier, 31 ans, diplômé de marketing, qui a monté naguère "sur Fontainebleau un club de base-ball qui est allé jusqu'en 2e division".

Pas question en revanche de permettre aux membres de diriger en direct leur équipe, sur le modèle du site web2sport.com, acheteur d'une équipe israélienne de 6e division.

L'idée du projet revient à Clément Meunier, qui dit s'être inspiré d'autres expériences de web participatif, c'est-à-dire mettant à contribution la communauté des internautes en vue d'une réalisation: mesvignes.com ("l'idée est que tu loues une part de cépage, à la fin tu as les bouteilles") mais surtout myfootballclub.co.uk.

Les 20.000 membres de ce site britannique ont conclu en novembre dernier un accord avec un club de cinquième niveau, Ebbsfleet United, pour en prendre le contrôle en rachetant 51% de ses parts.

"On connaît nos limites"

Clément Meunier met aussi en avant "l'expérience des socios" en Espagne, où des clubs historiques comme le Real Madrid ou le FC Barcelone sont la propriété de milliers de membres supporters, les socios, qui élisent notamment le président du club.

"L'implication des supporters dans la gestion du club peut être un moyen d'endiguer la violence dans les stades", espère-t-il.

Alors que le football français laisse historiquement peu de place aux supporters, le projet cmonclubdefoot est "plutôt bien reçu" dans le milieu, assure Romaric Lacôte. "La question que les gens se posent c'est: +Est-ce qu'on ne va pas se faire arnaquer ?+".

Curriculum vitae et discours bien rôdé à l'appui, les trois hommes veulent convaincre de leur crédibilité.

"Clément est très fort sur le marketing, Walid sur les partenariats, moi je viens de la relation client", explique Romaric Lacôte, cofondateur du label Missive et de la marque Artoyz.

"On a mis dans ce projet du temps et de l'argent, plusieurs dizaines de milliers d'euros. On a tous participé au développement d'entreprises. On sait choisir des cabinets d'avocat, compiler les bonnes compétences, on connaît nos limites... Je ne serai pas entraîneur du club, ni directeur !", conclut-il.

sl/pp/bdx