

SPORT-BUSINESS

Les supporters se liguent sur la Toile pour contrer le « foot business »

Plusieurs sites communautaires lancent des souscriptions auprès de fans pour prendre le contrôle de clubs de football et les pousser vers l'élite. Une réaction à l'industrialisation du secteur.

Le film pourrait s'intituler « La Revanche des supporters » ou « Le Web 2.0 appliqué au football ». L'histoire est simple : se sentant dépossédés des clubs qu'ils soutiennent avec passion par les investisseurs du « sport business », un nombre grandissant de fans du ballon rond se regroupent autour de sites Internet communautaires. Leur but : lancer des souscriptions, prendre le contrôle d'une équipe de deuxième rang et la gérer collectivement pour l'amener peu à peu vers l'élite. Trois projets de ce type se font concurrence dans l'Hexagone : Cmonclubdefoot.fr, Wehaveadream.com et, dans une moindre mesure, celui mené par Sporever, la société de l'ancien journaliste Patrick Chêne.

« Il s'agit ni plus ni moins que d'appliquer le concept des "socios" qui existe en Espagne depuis un siècle », résume Walid Benothman, l'un des fondateurs de Cmonclubdefoot.fr. Outre-Pyrénées, le « socio » est un supporter titulaire d'une part sociale du club qu'il soutient. Ainsi, par exemple, le FC Barcelone appartient à plus de 120.000 « socios », qui, tous les quatre ans, élisent le président et son comité directeur. Un système coopératif, en somme, qui s'oppose aux montages purement libéraux en vigueur en France, mais surtout en Grande-Bretagne, où les clubs ont le statut de sociétés

commerciales et sont possédés par des actionnaires issus du monde des affaires et susceptibles à tout moment de « faire de l'argent » avec leur équipe (lire l'encadré).

Grâce au Web participatif

Très clairement, en France, cette montée des communautés de supporters est liée au développement du Web participatif, qui permet de fédérer un nombre important de personnes à moindre coût. Elle s'explique aussi par les tensions accumulées entre les supporters et les dirigeants dans de nombreux clubs. Que ce soit au PSG, à Nantes ou à Marseille, les fans, et notamment les plus fervents d'entre eux, les « ultras », ont le sentiment que le club leur appartient. Grève des applaudissements, appel à la démission de l'entraîneur ou du président, intimidations physiques dans les centres d'entraînement, comme très récemment à la Jonelière, le complexe du FC Nantes : cette appropriation sentimentale est la source de nombreux débordements. Elle traduit le malaise de passionnés, décontenancés de voir leur club passer des mains de Dassault à l'homme d'affaires d'origine polonaise Waldemar Kita, pour prendre le cas du FC Nantes, ou de celles de Canal+ au fonds d'investissement américain Colony Capital, pour parler du PSG.

Une montée en Ligue 2

Lancé à l'été 2007 par quatre jeunes trentenaires diplômés en marketing ayant fait leurs armes chez Capgemini ou Salomon, Cmonclubdefoot.fr affirme avoir réuni plus de 2.000 membres ayant chacun souscrit 50 euros. L'objectif est de s'associer à un club de CFA, l'équivalent de la quatrième division française, et de le faire monter en Ligue 2 en cinq ans. Le Red Star, le Racing Club de France 92 et l'US Moissy-Cramayel ont été « présélectionnés » par les internautes. Le choix final doit être annoncé dans les semaines qui viennent. Le site Wehaveadream.com, qui propose à ses lecteurs de réaliser tout type de rêve, suit la même démarche : prendre le contrôle d'un club de CFA et l'emmener, cette fois en Ligue 1. Quelque 1.662 « dreamers » ont déjà déboursé 20 euros pour accomplir ce rêve. Il en faudrait 20.000, indique le site. Mais, si les initiateurs de l'opération ne semblent pas avoir tiré profit d'une campagne de pub importante au regard du projet (campagne d'affichage 4 x 3 dans le métro parisien, spot sur Canal+ avec l'animateur Pierre Ménés et le gardien de but Jérôme Alonzo, pour un budget estimé à 200.000 euros), ils bénéficient de soutiens de poids. D'ores et déjà, l'Union de la jeunesse arménienne (UJA) d'Alfortville a accepté d'être la « proie » de ce

raid d'un nouveau genre. Son président, Gilles Baudu, fondateur du gratuit « Paris Paname », s'est associé à Michel Moulin, autre spécialiste des journaux d'annonces, directeur général du Groupe Hersant, pour « créer un deuxième grand club à Paris ».

Un rôle actif

« Nous structurons le club et recrutons des partenaires comme Duarig, Partouche ou la Grande Arche de la Défense », explique celui qui vient d'annoncer le lancement d'un nouveau quotidien sportif. « Avec Gilles Baudu, nous envisageons d'adopter le statut de SASP [société anonyme sportive professionnelle, NDLR] et de nous partager le capital. Si nous montons en National, il faudra doubler le budget, à 1,5 million, et jouer au stade de Charléty, poursuit-il. Mais, pour autant, pas question de progresser en achetant des joueurs, nous voulons rester fidèles à la tradition de formation de l'UJA. »

En Angleterre, le site Myfootballclub.co.uk a réuni 30.000 internautes (moyennant une quarantaine d'euros de cotisation annuelle) pour prendre le contrôle d'un club de cinquième division. « Nous ne parlons plus de rachat, cela effraie les dirigeants », tempèrent de ce côté de la Manche les fondateurs de la version française Cmonclubdefoot.fr. « Ce que nous souhaitons avant tout, c'est jouer un rôle actif avec des propositions sur le plan tant social, économique que

emom clubdefoot

Red Star FC 93

Accueil | S'abonner | Offrir un abonnement | Nous contacter | Réponses à vos questions

Devenez dirigeant

- décider de la politique sportive, économique et sociale d'un club

Devenez membre d'une communauté

- commenter et évaluer les joueurs
- partager vos analyses avec les autres dirigeants du club

s'abonner

En parler à un ami

Charte éthique

Sondages

Liste des clubs ayant un potentiel fort d'évolution

- Paris football club
- Stade de reims
- AS cannes

Derniers abonnés

- CLEMENCEAU adrien**
saint jean le blanc
- BELGACEM SAINT DENIS**
- Supapanda Paris**

Cmonclubdefoot.fr affirme avoir réuni plus de 2.000 membres ayant chacun souscrit 50 euros.

sportif. Mais nous pensons que la gestion opérationnelle doit rester le domaine de l'entraîneur et du président », précise

Walid Benothman. Pas question, non plus, pour ces derniers, d'utiliser leur site comme le « joystick » d'un jeu vidéo. A Issy-les-Moulineaux, dans les Hauts-de-Seine, les

joueurs de l'AS Ararat sont notés à chaque match par la communauté d'internautes constituée par Football365.fr, le site de Sporever. Les meilleurs peuvent voir leur

prime de match doublée. Entre cette interactivité extrême (bien que tempérée par un jeu de jokers) et la constitution ex nihilo d'un ténor du foot français, les suppor-

ters-internautes français semblent avoir choisi une voie moyenne. La voix de la raison compte tenu de leur faible surface financière.

PHILIPPE BERTRAND