

Comme des... *traders* !

Quand on a pas d'argent, il faut des idées ! Loïc Féry, jeune businessman français basé à Londres, a transformé la gestion du FC Lorient, en payant notamment les joueurs en fonction de leurs résultats ! Enquête sur le club breton, exemple à suivre pour les clubs belges

Enquête JACQUES BESNARD

En pleine crise financière en août 2009, les supporters du club de foot français de Lorient étaient plutôt sceptiques à l'idée d'avoir à la tête de leur club familial, un *businessman* de la City. Moins de deux ans plus tard, une 7^e place au classement de la Ligue 1 en 2010 et, sans doute, un meilleur résultat cette saison (les Bretons sont actuellement 6^e), Loïc Féry les a rassurés. Outre les bons résultats sportifs de l'équipe, l'évolution des infrastructures du club est assez surprenante. Une tribune de 4.500 places a ainsi été construite, une pelouse synthétique a remplacé le *bourbier* du stade du Moustoir. Enfin un *Espace FCL*, de 12 millions €, qui réunira sur 15 ha les sièges social et administratif et les centres d'entraînement et de formation, va être construit. Malgré toutes ces dépenses, les finances du club sont au beau fixe. Le FC Lorient est en effet l'un des rares clubs français à ne pas avoir perdu d'argent en 2010 !

Spécialiste de la finance et patron d'une société de gestion à Londres, Loïc Féry a décidé très vite de calquer la rémunération de ses joueurs sur celle de ses *traders*.

"Les trois quarts de nos revenus proviennent des droits télévisés. Or ce montant varie en fonction des résultats. Nos coûts, eux, sont constitués à 70 % de la masse salariale des joueurs qui, en majorité, est fixe. Quand les résultats ne sont plus au rendez-vous on peut donc se retrouver avec 10 à 15 millions € de trou dans le budget..." explique-t-il.

Pour plus de stabilité, le salaire fixe des nouvelles recrues a donc été revu à la baisse, mais si les résultats sont au rendez-vous, *"leurs salaires sont bien supérieurs à ce qu'ils avaient avant"*, précise le plus jeune président de Ligue 1.

Places bon marché

Le nouveau trublion du football français ne pense pas uniquement à l'avenir de son club mais à celui de tous ceux de l'Hexagone. Lors des États Généraux du football français, il avait ainsi proposé une nouvelle gestion financière des clubs pour en finir avec l'inflation et ainsi les protéger de la faillite : *"J'ai proposé à cette occasion que l'on fixe chaque année un salaire fixe maximum par club à ne pas dépasser pour que les finances ne finissent pas dans le rouge. Bordeaux a, par exemple, prolongé tout le monde les deux dernières années quand tout allait bien. Maintenant que leurs résultats sont moins bons, les Girondins (Ndlr : 8^{es}) ont du mal à s'en sortir..."*

Féry s'est aussi attaqué à son public...

"Plus de monde au stade crée une am-

bianche, une dynamique qui influence, selon moi, les résultats à domicile et donc indirectement les droits télévisés", argue le président qui a donc décidé, pour cette saison, de casser les prix des abonnements et des places. Les tarifs de 2010-2011 allaient de 5 (la place la moins chère de *Ligue 1*) à 36 €. Et le FC Lorient multiplie aussi les offres promotionnelles. Depuis le début de l'année, avec 16.000 supporters en moyenne par match, le Moustoir en a gagnés près de 4.000.

"Cette année on a plus que doublé le nombre d'abonnés (Ndlr : 8.000). Nous avons à l'heure actuelle le troisième taux de remplissage de France avec

84 %. Hasard ou pas ? nous n'avons perdu que deux matches cette année à domicile."

Cette hausse de la fréquentation permet en plus au club d'augmenter les recettes au stade (buvette, boutique...). Alors que dans le même temps l'affluence moyenne en Ligue 1 baisse, avec cette stratégie rondement menée, les *Merlus* s'y retrouvent donc.

Recrutement intelligent

C'est bien connu quand on n'a pas de gros moyens, le maître mot c'est la débrouille. Le club français a toujours axé sa politique de recrutement sur les joueurs dévalués ou jouant en division inférieure. Acheter à petit prix pour revendre à des gros, ces dernières années Lorient sait faire. En 2009, trois joueurs recrutés pour

des *cacahuètes* ont été revendus à trois cadors du championnat : Fabrice Abriel, acheté à Guingamp et vendu à Marseille (2,5 millions €), Christophe Jallet recruté à Niort en troisième division et vendu au Paris Saint-Germain (3 millions d'euros), et enfin l'international Michaël Ciani : l'ancien *Carolo* ciraît le banc à Auxerre, il s'est relancé à Lorient et a ensuite pris la direction de Bordeaux (4 millions €).

Mais depuis l'arrivée de Féry à la tête du club, les rapports de force ont changé. Aujourd'hui, si un grand club veut enrôler un Lorientais, il doit désormais y mettre le prix. En juillet dernier, Arsène Wenger souhaitait ainsi recruter Laurent Koscielny. Son président a alors dû déboursier 12 millions d'euros pour s'offrir les services du défenseur central ! Pas mal pour un joueur acheté 1,5 million à un club de Ligue 2 (Tours) seulement un an plus tôt...

Et les bonnes affaires devraient reprendre d'ici peu.

L'attaquant international de l'équipe, Kévin Gameiro (23 ans, acheté à Strasbourg 3 millions d'euros en 2008), actuel deuxième meilleur buteur de L1 (20 buts, à une *rose* du Lillois Sow), est sur les tablettes de nombreux clubs, dont le PSG, Valence, Séville ou Tottenham. Malgré plusieurs offres, Loïc Féry n'en démord pas, les clubs intéressés devront mettre 15 millions d'euros sur la table pour acheter celui qui fut le dauphin de Niang en 2010.

Les comptes lorientais ne sont décidément pas près de se vider...



Loïc Féry et son entraîneur, Christian Gourcuff, en poste depuis 2003, sur les bords du Blavet. (PASCAL ALLEE / PHOTO NEWS)



Cherche sponsor très Net

www.sponsorise.me, la première plateforme de parrainage sportif en ligne, a été lancée

Texte SAM CASEY

Deux ans après la course démodée du perchiste français Romain Mesnil dans les rues de Paris destinée à attirer des sponsors potentiels, les concepteurs de son *show* ont inauguré la première plateforme de parrainage en ligne visant à mettre en contact sportifs et entreprises. Loïc Yviquel et Gilles Dumas, les deux trublions qui avaient conseillé au vice-champion du monde d'exhiber ainsi son anatomie et de se mettre aux enchères sur e-Bay, ont créé le site www.sponsorise.me destiné à faciliter les échanges sur le plan relationnel mais aussi juridique et financier.

"Lors de l'opération avec Romain, le sponsor qu'il a finalement trouvé (Ndlr : OVH) nous avait dit : C'est génial ! On avait toujours rêvé de prendre un sportif sous contrat, mais on ne pensait pas avoir les moyens et on ne savait pas comment entrer en contact", raconte Loïc Yviquel.

Un tour d'horizon l'a convaincu, lui et Gilles Dumas, responsables alors d'une agence de marketing sportif, de l'ampleur du marché : *"Environ 200.000 entreprises sont intéressées, pour une somme moyenne de 10.000 euros"*, dit-il. Sur sponsorise.me, le moteur de recherche fait le reste : *"Vous*

entrez votre budget, votre région, vos desiderata et vous accédez aux profils correspondants."

Pas encore de sportif belge... pour le moment

Ce profil, ce peut être celui de Christophe Lemaitre, double champion d'Europe d'athlétisme, de l'escrimeur Erik Boisse ou du footballeur Patrick Vieira, tous pré-inscrits comme quelque 120 autres sportifs dans la banque de données du site. La belle sprinteuse Christine Arron offre par exemple divers services : *dispo* pour la pub, elle peut aussi dispensé une séance de préparation physique pour les cadres de l'entreprise, ou partager un dîner afin d'évoquer son itinéraire...

"Pas encore de sportif belge pour le moment. Toutefois, il est prévu dans les prochains mois une ouverture à l'international, puis pays pas pays..." reprend Loïc Yviquel qui a pour objectif d'avoir favorisé 80 contrats avant la fin de l'année et de compter alors 300 sportifs dans sa base de données. *"Et dans l'idéal, on aimerait au bout du compte qu'un tiers de la délégation olympique française qui ira à Londres ait trouvé un sponsor grâce à sponsorise.me"*.