Aux frontières de la Ligue 1

À quelques kilomètres de la Belgique, du Luxembourg ou de l'Italie, Lille, Metz et Monaco tentent d'y élargir leur audience. Avec un succès inégal

PASCAL GLO

TROUVER DES SPONSORS
Les Belges mouillent le maillot

« Le Luxembourg est un pays dont le PIB par habitant est le plus élevé de la planète, rappelle Bernard Serin, président du FC Metz, qui avait nommé en 2009 un ambassadeur économique pour le grand-duché, *et il faut que nous nous installions durablement en L 1 pour profiter davantage de cette richesse. L'exigence de ses chefs d'entreprise rend encore plus nécessaire notre projet de rénovation du stade. Nous décentraliserons alors à Luxembourg une activité marketing. »* Et c'est dans ce sens que le club, transporté par Luxair au début des années 1960, a passé, en mai 2016, une annonce pour recruter un directeur commercial auquel il était recommandé de parler *« luxembourgeois en bonus »*. En attendant de pouvoir attirer les VIP voisins sur toute la saison, le club mène des opérations sur les matches de gala avec car depuis la ville de Luxembourg (60 km), réception à Saint-Symphorien… Ils y dégustent, en loge uniquement en raison de la loi Évin, leur bière favorite, la Bofferding, l'un des sponsors luxembourgeois, qui compte quatre cents points de vente au nord et à l'est de la France.

En revanche, pas d'investisseur luxembourgeois au capital du club lorrain, Gérard Lopes ayant choisi… le LOSC. Des Dogues, actionnaires de Mouscron de 2012 à 2015 et qui ont pour sponsor maillot le belge Vacansoleil depuis 2014. Ce spécialiste du camping haut de gamme déploie sa stratégie de communication en France avec la L 1 et la série de TF 1 *Camping Paradis. « Quand les marques belges veulent exporter vers la France, elles commencent par Lille et le Nord »*, observe Olivier Beddeleem, membre du forum de l'Eurométropole. En revanche, à Monaco, qui a des clients italiens, il n'y a pas de partenaires. *« Nous n'avons jamais cherché à les séduire,* note Bruce Bundrant, directeur commercial de 2012 à 2015, *parce que les entreprises préfèrent les clubs de Serie A. Il y a vraiment une frontière stricte, d'autant plus que la région voisine n'est pas très commerciale. »* En 2013, Campora, alors vice-président, évacuait le fantasme de voir Monaco en Serie A au plus fort d'une crise fiscale avec la LFP : *« Il n'est pas envisageable que l'ASM aille s'affilier à une autre fédération que la Fédération française. »*

ATTIRER DES SUPPORTERS
Jusqu'à 2 500 Luxembourgeois à Metz

Du beau jeu et Louis-II qui sonne creux, l'équation historique monégasque n'a jamais trouvé sa solution. On a pu croire, en 1999, qu'elle viendrait d'Italie avec l'arrivée de Marco Simone. *« Le choix de Monaco est d'abord un choix technique,* assurait alors l'attaquant, *mais le fait d'être italien est peut-être une qualité de plus pour aider à remplir le stade. »* Plus tard il assurera : *« Le président Campora me voulait pour essayer de faire venir plus de spectateurs d'origine italienne. »* En vain. L'ancien dirigeant réfute aujourd'hui le coup marketing : *« Sa nationalité n'a pas orienté son recrutement. Les Italiens sont amoureux des joueurs qui sont chez eux. Ils n'ont pas la même passion pour ceux qui jouent à l'étranger. Ils suivent leurs clubs. »*

Il y a bien eu la création d'une antenne de tifosi à Bordighera en 2014, mais rien à voir avec la centaine d'adhérents des Red Dogues de Tournai, club de supporters lillois dirigé depuis vingt ans par Miguel Coqu. *« C'est un niveau au-dessus en foot par rapport à la Belgique. En un quart d'heure on est au stade et les prix sont dérisoires par rapport à Mouscron ou Tournai ! »*, justifie-t-il. Le LOSC, qui revendique entre 800 et 1 000 supporters belges, dont la moitié d'abonnés, a en effet mené des actions de promotion sur les agglomérations frontalières, au niveau de vie supérieur aux Hauts-de-France.

À Metz, selon le président Serin, le nombre de spectateurs voisins *« varie entre 500 en L 2 et 2 500 pour un gros match de L 1 avec un Luxembourgeois dans l'équipe »*.

FORMER DES JOUEURS
Le cash des pépites belges et luxembourgeoises

Si les joueurs frontaliers contribuent parfois à garnir les tribunes, ils alimentent aussi les caisses du club quand ils y ont été formés. Les transferts du trio belge Hazard-Origi-Mirallas ont ainsi rapporté quelque 60 millions d'euros au LOSC tandis que Metz a récupéré 7,5 M€ après le départ du Bosno-Luxembourgeois Pjanic, en attendant ceux de Philipps et Thill. Les deux centres de formation bénéficient de la législation de la FIFA relative aux mineurs *(voir par ailleurs)*. Erny Decker, secrétaire général de la Fédération luxembourgeoise, confirme : *« Le centre de formation du FC Metz est le plus proche de chez nous et c'est une bonne occasion pour nos meilleurs jeunes de se montrer. Quand les parents s'adressent à nous, nous leur parlons naturellement de l'image de sérieux du club. » « Mon père a développé son affaire de transport au Luxembourg, et ça a commencé comme ça en 1967,* se souvient l'emblématique président lorrain Carlo Molinari, désormais vice-président. *Entre la fédération et nous, c'est une histoire d'hommes qui n'a jamais été formalisée. »* ’E

Strasbourg va traverser le Rhin

À Strasbourg, aux portes de la L 1, le Racing a retrouvé le monde professionnel il y a moins d'un an. 2,5 % des abonnés viennent d'Allemagne. *« L'offre Bundesliga 1 et 2 dans un périmètre de 200 km est si alléchante* (Stuttgart, Hoffenheim, Francfort…) *que nous ne sommes pas en position, en L 2, d'aller prospecter fortement »,* assure Romain Giraud, secrétaire général. *Mais l'évolution grandissante du club fait que, après avoir rétabli un maillage alsacien et national depuis trois, quatre ans, on va forcément se projeter vers l'Allemagne d'un point de vue business et commercial où le Racing compte déjà une dizaine de partenaires. Il y a un vrai marché et l'arrivée du tram strasbourgeois à Kehl* (inauguré le 28 avril) *donne un sens beaucoup plus fort aux actions qu'on pourra mener de l'autre côté du Rhin. Enfin, dans la remise en route du centre de formation, la priorité a été de remettre en place un réseau important en Alsace et d'être présent en région parisienne, mais une fois l'agrément décroché en fin de saison, nous franchirons la frontière. »* Dans l'esprit des stages franco-allemands de la Racing Academy ou du partenariat avec le club de Kehl.

P. G.

15 sponsors frontaliers

- **Strasbourg : 10 allemands** (Severin, Bet3000, Benedikt Grithmann…).
- **Metz : 4 luxembourgeois** (Car Avenue, Costantini, Munhowen (Bofferding), Tree Top).
- **Lille : 1 belge** (Vacansoleil).

50 km

Le transfert international d'un joueur mineur est autorisé si le joueur vit à moins de 50 km d'une frontière et si le club étranger se trouve à moins de 50 km de cette frontière.

1986

Devant le succès du LOSC en Belgique, le club ouvrait un bureau de location à Mouscron.