



DOSSIER DE PRESSE

SAISON 2007-2008

LES INNOVATIONS, UNE MARQUE DE FABRIQUE

Tous les ans, la Coupe de la Ligue offre une place directe pour la Coupe UEFA et fait preuve de nouveautés pour proposer une compétition dynamique et moderne.

LE PROGRAMME DES 16^{ES} DE FINALE

Mardi 25 septembre

19h00	Nancy - Boulogne	
20h00	Brest - Montpellier	
20h00	Niort - Le Havre	
21h00	Auxerre - Saint Etienne	France 3

Mercredi 26 septembre

17h00	Lens - Lille	France 2
20h00	Clermont - Rennes	
21h00	Lorient - Paris SG	France 3 région ⁽¹⁾
21h00	Valenciennes - Sochaux	France 3 région ⁽²⁾
21h00	Laval - Le Mans	France 3 région ⁽³⁾
21h00	Bordeaux - Metz	France 3 région ⁽⁴⁾
21h00	Toulouse - Caen	France 3 région ⁽⁵⁾
21h00	Troyes - Nice	France 3 région ⁽⁶⁾
21h00	Strasbourg - Amiens	France 3 région ⁽⁷⁾

Jeudi 27 septembre

20h50	Nantes - Monaco	France 4
-------	-----------------	----------

En raison de la Coupe du monde de rugby, certaines rencontres ont été délocalisées : Bordeaux à Libourne (stade Jean-Antoine Moueix), Lens à Angers (stade Jean Bouin), Nantes à Amiens (stade de La Licorne) et Toulouse à Toulouse (stade Ernest Wallon).

⁽¹⁾ France 3 Bretagne, France 3 Paris Ile de France Centre, France 3 Rhône-Alpes Auvergne, France 3 Limousin Poitou-Charentes

⁽²⁾ France 3 Nord Pas de Calais, France 3 Bourgogne Franche-Comté

⁽³⁾ France 3 Pays de Loire

⁽⁴⁾ France 3 Aquitaine, France 3 Lorraine

⁽⁵⁾ France 3 Sud, France 3 Normandie

⁽⁶⁾ France 3 Champagne-Ardennes, France 3 Méditerranée, France 3 Corse

⁽⁷⁾ France 3 Alsace, France 3 Picardie



Le 31 mars 2007, Bordeaux remporte la Coupe de la Ligue

A CHAQUE TOUR SON TIRAGE

Depuis l'an dernier, la Coupe de la Ligue présente une nouvelle formule à partir des 8^{es} de finale, avec l'entrée en vigueur d'un tableau unique, à la manière d'une Coupe du monde, doté de quatre têtes de série (Lyon et Marseille, qualifiés en Ligue des Champions et exempts des 16^{es} de finale, et les deux autres clubs les mieux classés en Ligue 1 Orange lors de la saison passée). Pour la saison 2007/2008, un ajustement a été apporté. Pour cette nouvelle édition, en lieu et place d'un tirage au sort unique établissant le tableau final de la compétition à partir des 8^{es} de finale, un tirage au sort animerait désormais l'épreuve à chaque tour, pour les huitièmes, les quarts et les demi-finales, afin de déterminer le club recevant de chaque rencontre.

LA HD ENTRE EN JEU

Après le lancement des soirées "à chaque région son match" en 2004, la LFP et France Télévisions ont poursuivi sur la voie de l'innovation. L'an dernier, France Télévisions a inscrit le match Saint-Etienne-Marseille, comptant pour les 8^{es} de finale, au programme de ses diffusions en Haute Définition. La rencontre a été diffusée par France 2 en HD sur le réseau TNT à Paris, Lyon et Marseille, ainsi que chez les principaux opérateurs ADSL et câblo-opérateurs. Un succès ! Depuis cette première, d'autres événements sportifs ont fait l'objet d'une captation en HD, comme le Tour de France 2007. A l'avenir, "la Haute Définition sera un standard", a annoncé Daniel Bilalian, directeur des sports de France Télévisions.

8

Comme le nombre de vainqueurs différents de la Coupe de la Ligue sur les dix dernières éditions. Une compétition de plus en plus ouverte !



AU CŒUR DU TERRAIN

Depuis 2004, l'arbitre de la finale est muni d'un micro HF permettant aux téléspectateurs de France Télévisions d'entendre, en direct, les paroles adressées par l'homme en noir aux joueurs pendant le match.

LES RÉSULTATS

Premier tour (14 août) :

Istres (Nat) – Laval (Nat)	0-4
Libourne Saint-Seurin (Ligue 2) – Sète (Nat)	1-2
Créteil (Nat) – Clermont (Ligue 2)	0-3
Tours (Nat) – Niort (Ligue 2)	1-2
Boulogne (Ligue 2) – Angers (Ligue 2)	0-0 (4-3 tab)

Deuxième tour (28 août) :

Ajaccio (Ligue 2) – Clermont (Ligue 2)	1-2
Le Havre (Ligue 2) – Châteauroux (Ligue 2)	2-0
Montpellier (Ligue 2) – Dijon (Ligue 2)	1-1 (4-2 tab)
Boulogne (Ligue 2) – Reims (Ligue 2)	2-0
Niort (Ligue 2) – Grenoble (Ligue 2)	1-0
Sète (Nat) – Brest (Ligue 2)	2-2 (5-6 tab)
Troyes (Ligue 2) – Gueugnon (Ligue 2)	2-0
Laval (Nat) – Bastia (Ligue 2)	3-1
Nantes (Ligue 2) – Sedan (Ligue 2)	1-0
Amiens (Ligue 2) – Guingamp (Ligue 2)	1-1 (3-2 tab)

LE VISAGE DE LA MODERNITÉ



UN TROPHÉE :

En 2003, la Coupe de la Ligue s'est dotée d'un nouveau trophée, conçu par l'artiste franco-argentin Pablo Reinoso, également créateur de l'Hexagoal, Trophée de la Ligue 1 Orange depuis la saison 2006/2007.



UN BALLON :

En 2004, la compétition a poursuivi sa quête d'innovation en lançant à l'occasion du 10e anniversaire de la Coupe de la Ligue un ballon spécialement conçu pour l'événement, "le TenOr". Une initiative unique en France pour une compétition sportive.

UNE MUSIQUE :

Autre innovation, la musique 100% LFP, "Maximum de bruit", interprété par le collectif "BBB" à l'entrée des joueurs. La Coupe de la Ligue possède aussi sa musique : le remix de "White is white" de Michel Delpech.



UN FLOCAGE DORÉ :

Les nouveautés ne s'arrêtent pas là. A l'occasion des deux dernières finales, les deux finalistes ont revêtu un maillot spécialement dédié à l'événement avec des marquages dorés (nom et numéro) rappelant les couleurs de la Coupe de la Ligue.



En tant que capitaine, j'étais excité à l'idée de monter sur les marches pour aller chercher la coupe. Je ne voulais pas rater un tel moment."

Ludovic Giuly (vainqueur avec Monaco en 2003)

“LA NOUVELLE FORMULE ? QUE DU POSITIF”

Depuis une décennie, France Télévisions est fidèle à la Coupe de la Ligue et propose chaque année un suivi plus étoffé de la compétition. Daniel Bilalian, directeur des sports du groupe audiovisuel, est conquis par la nouvelle formule et séduit par l'esprit festif de cet événement.

Daniel Bilalian, quel bilan faites-vous de la nouvelle formule de la Coupe de la Ligue lancée la saison dernière ?

Pour moi, c'est une bonne mesure. Le problème du football est la multitude des compétitions. Exempter des clubs engagés sur de nombreux tableaux permet de ne pas les obliger dès l'automne à choisir entre plusieurs épreuves. De plus, il ne faut pas croire qu'être exempté d'un tour rend le parcours plus facile. L'an passé, l'OL est tombé sur le PSG dès sa première rencontre. Ce qui est important, c'est de ne pas fausser l'esprit de la coupe. Une coupe, c'est des surprises. Je pense d'ailleurs que cette formule ne trahit pas cela. Au contraire, l'intérêt sportif est sauvegardé puisque les clubs engagés sur plusieurs fronts ne sont plus amenés à effectuer des choix qui pouvaient se faire au détriment de la Coupe de la Ligue. Pour France Télévisions, ce changement de formule n'a eu que des répercussions positives, les audiences ont été très bonnes.

Quel événement vous a le plus marqué lors de la dernière édition de la Coupe de la Ligue ?

Sans hésiter, la finale ! Elle a été organisée comme une véritable fête. A ce sujet, je tire mon chapeau à la LFP. Nos avons assisté à un vrai événement. La fête était véritablement réussie. Tout était réuni : l'ambiance était bon enfant et les supporters étaient heureux d'être au Stade de France.

Qu'est-ce qui a conduit France Télévisions à s'investir dans la Coupe de la Ligue ?

Une grande chaîne de télévision de service public possède une obligation morale de suivre tous les sports. Et le football est le sport le plus populaire. Il n'y a donc aucune raison pour nous de ne pas nous y intéresser. De plus, stratégiquement, le football est un fort produit d'appel. Pour nous, la Coupe de la Ligue, au même titre que la Coupe de France, est un moyen de proposer des compétitions de clubs que l'on suit tout au long de la saison. Nous sommes pleinement satisfaits de la Coupe de la Ligue.



Daniel Bilalian, directeur des sports de France Télévisions

45,1 millions

Comme le nombre de téléspectateurs qui ont regardé les rencontres de l'édition 2007 sur France Télévisions. Un chiffre en hausse de 17% par rapport à 2006.



visions

Une coupe de plus en plus Net

La saison dernière, pour la première fois de l'histoire, deux matches de Coupe de la Ligue (Sochaux-Dijon sur www.france3.fr et Auxerre-Bordeaux sur www.france2.fr en 8^{es} de finale) ont été télédiffusés gratuitement et en direct sur les sites Internet de France 2 et France 3, en plus des trois diffusions TV prévues sur ce tour. Le premier match a été suivi par 50.000 foyers et le second par 45.000. Fort de cette réussite, France Télévisions a réédité l'expérience pour les quarts de finale en diffusant gratuitement les rencontres Sochaux-Le Mans et Rennes-Reims en simultané sur Internet.

France 4 pour renforcer l'équipe

Grande nouveauté. La saison passée, France 4, chaîne du groupe France Télévisions diffusée sur la TNT gratuite, le câble et le satellite, est venue renforcer la couverture de la compétition avec la diffusion en direct des rencontres Troyes-Le Mans, en 16^e de finale, Lille-Rennes, en huitièmes et Rennes-Reims en quarts. *“Ces matches font parties des meilleures audiences de la chaîne. Ils nous ont confirmé qu'il existait un véritable public pour ce type de produit sur France 4. Pour les quarts de finale, cela nous a permis de retransmettre l'ensemble des affiches”*, confie Sven Lescuyer, directeur délégué aux sports de France Télévisions.

De quels moyens disposerez-vous cette saison pour suivre la Coupe de la Ligue ?

Nous possédons trois supports pour parler de football et de la Coupe de la Ligue. A savoir, le magazine dominical France 2 Foot, dont la seconde partie sera consacrée à la Coupe de la Ligue le week-end suivant la compétition, Stade 2 et Tout le sport. Sur cette émission quotidienne, nous proposerons des sujets tous les soirs la semaine précédant la finale. Par ailleurs, nous maintiendrons l'émission diffusée le soir des matches montrant l'ensemble des buts, de même que le décrochage régional avec le dispositif “à chaque région son match”.

Entre l'Internet et France 4, vous avez la possibilité de proposer un suivi encore plus large aux téléspectateurs.

Absolument. Nous essayons d'exploiter au maximum nos droits. France 4 est un support complémentaire que nous utilisons le plus souvent possible au gré des circonstances. Cela nous permet d'optimiser notre diffusion. Grâce à cette chaîne, nous pouvons ne plus nous priver de diffuser une affiche. Et les audiences sont bonnes. Elles passent même du simple ou double sur France 4 lorsqu'il y a un match. Idem pour la télédiffusion qui a été une réussite l'an dernier et qui est reconduite pour cette saison. Preuve de notre volonté de montrer des matches, nous avons même diffusé une affiche du 2^e tour cette année : Nantes-Sedan, un match aux airs de Ligue 1, a été diffusé à 17h. Plus de rencontres à la télévision, c'est intéressant pour nous et pour les amateurs de football. Même les clubs y trouvent un intérêt puisque la Coupe de la Ligue est retransmise en clair, ce qui n'est pas le cas de toutes les compétitions. Cela leur offre une exposition supplémentaire.



Claudio Caçapa a marqué un but en finale (2001), il en garde un excellent souvenir, l'un des meilleurs de sa carrière”

Juninho (vainqueur de la Coupe de la Ligue en 2001 avec l'OL)

“LA COUPE DE LA LIGUE A AUSSI SA TRADITION”

Ricardo, l'entraîneur de l'AS Monaco, ne tarit pas d'éloges sur la Coupe de la Ligue. Il l'a remportée trois fois, en tant que joueur d'abord, en 1995 avec le PSG, puis en tant qu'entraîneur, en 1998 avec le PSG et en 2006 avec Bordeaux.



Ricardo, entraîneur de l'AS MONACO

Ricardo, cette compétition semble particulièrement vous réussir...

Oui, c'est vrai. Je n'ai pas d'explication particulière pour analyser cela. C'est une coïncidence sans doute. Je suis un compétiteur et j'appréhende toutes les compétitions officielles avec la même envie, la même motivation et l'enthousiasme nécessaire pour aller au bout.

Pensez-vous que la Coupe de la Ligue a trouvé sa place dans le paysage du football français ?

J'en suis convaincu ! Au départ, c'était quelque chose de nouveau auquel on n'accordait pas forcément trop d'importance. Au fur et à mesure des saisons, cette compétition est devenue aussi importante que les autres. La Coupe de France a sa tradition historique mais la Coupe de la Ligue aussi. Et je suis sûr que, dans quelques années, celle-ci sera encore plus prestigieuse.

Le fait que cette épreuve se termine en apothéose au Stade de France est-il important ?

C'est primordial de jouer la finale là-bas. Il y a une ambiance spéciale avec les chants et les encouragements des spectateurs. C'est quelque chose d'impressionnant. Les spectateurs participent pleinement au fait que la Coupe de la Ligue soit devenue une épreuve si importante en France ! Quand un stade est plein, comme le jour de la finale, cela signifie quelque chose car chacun sait bien que les gens ne se déplacent pas pour rien...

Avec votre nouveau club, l'A.S. Monaco, la Coupe de la Ligue est-elle une priorité cette saison ?

Je pense que notre premier objectif est de bien figurer en championnat. Mais si nous n'avons pas les moyens d'accrocher la qualification en Ligue des Champions, les coupes deviendront encore plus importantes pour nous que d'ordinaire. Et notamment la Coupe de la Ligue !

2,9 millions

Soit le nombre de téléspectateurs qui ont regardé la rencontre ASSE-OM, le 25 octobre 2006 à 17h (avec un pic à 3,6 millions). Un record pour un match diffusé en semaine et en journée sur France 2.

“PLUS DE NOTORIÉTÉ ET DE CRÉDIBILITÉ GRÂCE À CE TROPHÉE”

Une victoire en Coupe de la Ligue et c'est tout un club qui grandit plus vite que prévu. Jacques Rousselot, président de l'A.S. Nancy-Lorraine, en témoigne.



Jacques Rousselot, président de L'AS NANCY-LORRAINE

DOTATIONS (en euros)

1er tour	100.000
2e tour	120.000
16es de finale	200.000
8es de finale	300.000
Quarts de finale	450.000
Demi-finale	700.000
Finaliste	1.300.000
Vainqueur	2.000.000

Président, la victoire de l'A.S. Nancy-Lorraine face à Nice (2-1), lors de la Coupe de la Ligue 2005-2006, a-t-elle eu des conséquences sur l'évolution du club ?

Oui, cela a été un véritable déclencheur et nous a permis d'être plus ambitieux ! Nous avons ainsi franchi un palier dès notre première saison en Ligue 1. En matière de notoriété et de crédibilité vis-à-vis du monde footballistique, la conquête de ce trophée a véritablement été un plus. L'image de l'A.S. Nancy-Lorraine a été grandement améliorée d'un coup, d'un seul.

Dans le sillage de cette compétition, y a-t-il eu un engouement des supporters pour vos couleurs ?

C'est effectivement un véritable engouement qu'a fait naître cette victoire. Il existait déjà un courant de sympathie, né lors de notre remontée en Ligue 1. Mais la finale a accéléré et amplifié le mouvement. Cette campagne victorieuse a sans aucun doute représenté un coefficient multiplicateur puisque nous comptons depuis quasiment 13.000 abonnés.

D'un point de vue purement sportif, en quoi cette épreuve vous a-t-elle fait progresser ?

Nous avons franchi un cap en participant directement à la Coupe de

l'UEFA, compétition dans laquelle nous avons plutôt bien réussi. Cette victoire nous a donné l'opportunité de jouer plus vite dans la cour des grands même si nous avons déjà commencé à améliorer nos infrastructures et nos différents outils comme le centre de formation. Grâce à ce trophée, nous sommes plus ambitieux.

Les relations avec les partenaires économiques ont-elles évolué dans le même sens ?

C'est plus difficile à mesurer. Nous en comptons actuellement plus de 300. Au niveau du nombre, cela n'a pas forcément changé, mais nous sentons bien que nos partenaires sont derrière nous et ont adhéré à notre réussite. Cette Coupe de la Ligue a représenté une opportunité de conserver et pérenniser les accords que nous avons avec eux.

Et au niveau budgétaire ?

Ce n'est pas l'aspect financier qui me passionne le plus même si c'est intéressant dans un budget qui tourne autour des 32-33 millions d'euros. Le plus remarquable reste que nous avons écrit une page très importante de notre histoire. Depuis la finale de la Coupe de France 1978 disputée avec Michel Platini, nous n'avions pas remporté de titre aussi important.



Cette victoire nous a offert une place en Coupe d'Europe, une chose pas si courante à Metz.”

Sylvain Kastendeuch (capitaine grenat lors du succès en Coupe de la Ligue en 1996)

“LA PRÉSENCE DES GROS CLUBS EST IMPORTANTE”

Depuis sa création, il y a treize ans, la Coupe de la Ligue a évolué positivement selon Jean-Claude Plessis, président du F.C. Sochaux-Montbéliard et de la Commission Marketing de la Ligue de Football Professionnel.



Jean-Claude Plessis, président du FC SOCHAUX-MONTBELIARD

Président, la victoire du FC Sochaux lors de Coupe de la Ligue 2003/2004 a-t-elle été un tournant décisif dans l'histoire de votre club ?

C'est une compétition importante qui peut mettre le pied à l'étrier pour les clubs qui en ont besoin et leur donner une notoriété importante. Cela a été le cas pour nous avec une finale perdue en 2003 et une victoire l'année suivante (contre Nantes, 1-1, 5 tab à 4). Ces résultats nous ont, sans aucun doute, permis de progresser également en Ligue 1 et peut-être de remporter la Coupe de France en 2007. C'est un peu vrai aussi pour l'Olympique Lyonnais qui a inauguré son cycle victorieux avec la Coupe de la Ligue 2000/2001...

La mise en place d'une identité propre à cette épreuve a-t-elle participé à son développement, depuis la première édition en 1994-95 ?

Oui, je le pense. Il y a eu une évolution positive, c'est certain ! La Coupe de la Ligue représente une grande motivation pour les joueurs car c'est un trophée à part entière. Les supporters l'ont d'ailleurs bien compris... Personnellement, je considère que c'est une compétition formidable. Je suis un incondicional. Aller

au Stade de France, c'est un moment extraordinaire. Toutes les occasions de s'y rendre sont bonnes à prendre !

Quelles sont les autres réussites de la Coupe de la Ligue ?

Outre l'aspect financier non négligeable, il ne faut pas oublier que ce trophée permet d'accéder directement à la Coupe de l'UEFA ! C'est un rattrapage formidable : regardez par exemple du côté de Bordeaux qui, sans le gain de cette Coupe l'an dernier, aurait eu une saison moins intéressante.

Que vous inspire la nouvelle formule mise en place lors de la précédente édition ?

Rien n'est jamais simple, mais ce système protège ceux qui participent à la Ligue des Champions. Un choix a été fait. La présence des gros clubs est importante car, sans eux, la Coupe de la Ligue aurait moins d'intérêt, c'est évident.

Pensez-vous que l'image de la Coupe de la Ligue soit celle d'une compétition dynamique et moderne ?

Absolument ! Certains font la fine bouche et ne jurent que par le football anglais mais quand on voit qu'il y a 80.000 personnes au Stade de France pour la finale, c'est bien la preuve que cette compétition est importante, non ?

135.171

Il s'agit du record d'affluence cumulée pour des 8^{es} de finale de Coupe de la Ligue. Une performance réalisée en 2006/2007.

“JE SUIS ATTACHÉ À CETTE COUPE”

Co-recordman de victoires en Coupe de la Ligue avec trois succès, Alain Roche, directeur du recrutement au PSG, porte un regard forcément affectueux sur une compétition qu'il a vu grandir et qui lui a fait vivre de grands moments.



PALMARES

- 1995 : Paris SG – Bastia 2-0
- 1996 : Metz – Lyon 0-0 (5-4 tab)
- 1997 : Strasbourg – Bordeaux 0-0 (6-5 tab)
- 1998 : Paris SG – Bordeaux 2-2 (4-2 tab)
- 1999 : Lens – Metz 1-0
- 2000 : Gueugnon – Paris SG 2-0
- 2001 : Lyon – Monaco 2-1
- 2002 : Bordeaux – Lorient 3-0
- 2003 : Monaco – Sochaux 4-1
- 2004 : Sochaux – Nantes 1-1 (5-4 tab)
- 2005 : Strasbourg – Caen 2-1
- 2006 : Nancy – Nice 2-1
- 2007 : Bordeaux – Lyon 1-0

Alain Roche, directeur du recrutement du PSG

Alain Roche, vainqueur de la Coupe des Coupes (1996), champion de France, vainqueur de la Coupe de la Ligue (1995, 1998 et 2002), voilà un petit aperçu de vos exploits... Quelle place occupe une victoire en Coupe de la Ligue dans votre palmarès ?

Soyons franc, à l'époque, la passion emportait tout. Je crois bien que je me disais *“une de plus !”* avec la fougue qui caractérise la jeunesse. Reste que mes victoires en Coupe de la Ligue figurent parmi mes plus beaux souvenirs.

Ce nouveau trophée a-t-il contribué à développer votre esprit de compétiteur ?

C'est vrai qu'il existait un parfum novateur apte à nous motiver. C'est toujours agréable d'être au début d'une aventure. Ensuite venaient des considérations de différentes natures. J'y voyais

une opportunité supplémentaire de jouer une Coupe d'Europe. Pour les joueurs, le plus important était d'obtenir une place dans une compétition européenne. Nous étions tous focalisés sur cette échéance. Je savais par ailleurs que d'un point de vue financier, il s'agissait d'une chance.

Désormais dirigeant au sein du PSG, quel regard portez-vous sur la Coupe de la Ligue aujourd'hui ?

Je dois dire en préambule que je suis fier d'y avoir participé. En très peu de temps, cette compétition a trouvé son rythme, grandissant de belle manière, s'imposant comme incontournable, admirablement préparée et orchestrée. Aujourd'hui, nous sommes nombreux à y être très attachés. J'éprouve une vraie reconnaissance pour la passion et les joies récoltées au fil des années.



Toutes les équipes veulent inscrire leur nom au palmarès !”

Jacky Duguépéroux (entraîneur vainqueur de la Coupe de la Ligue avec Strasbourg en 1997 et 2005)

“30.000 DEMANDES POUR 9.000 PLACES”

Jean-Pierre Caillot, président du Stade de Reims, revient sur l'exceptionnel parcours de son équipe, demi-finaliste de la dernière Coupe de la Ligue. Toute une région, sevrée de grandes affiches, s'était mobilisée pour suivre les “rouge et blanc”.



Jean-Pierre Caillot, président du STADE DE REIMS

Président, quel bilan tirez-vous de votre parcours en Coupe de la Ligue la saison dernière ?

Cela a été une très belle compétition qui nous a apporté beaucoup de bonheur, des moments intenses où nous avons pleuré de joie. De telles affiches, dans notre stade à guichets fermés et avec une si belle ambiance créée par nos supporters, nous donnent vraiment envie de revenir au plus haut niveau.

Vos exploits répétés lors de cette compétition ont-ils mobilisé les supporters ?

Pour les matches à domicile face à Monaco et Bordeaux, nous avons eu entre 20.000 et 30.000 demandes de places en dépit du fait que le stade était en travaux et ne pouvait accueillir que 9.000 personnes. Conséquence directe ou pas de cet engouement, nous avons d'ailleurs battu notre record d'abonnés, désormais au nombre de 3.000, pour cette saison qui démarre !

Ces brillants résultats en Coupe de la Ligue ont-ils eu un impact sur le budget de Reims ?

Il est vrai que cette compétition est assez rémunératrice. Financièrement, le parcours effectué l'année dernière nous a permis de gagner 400.000 euros bruts soit environ 5% du budget de cette année. Cela met du beurre dans les épinars, mais le vrai gain se situe surtout en termes d'image.

Qu'entendez-vous par là ?

À Reims, nous vivons une histoire particulière. Après avoir été l'un des monuments du football français, il nous a fallu repartir de très loin. Aujourd'hui, nous sommes en Ligue 2 et ce parcours en Coupe de la Ligue a été un formidable coup de projecteur sur le travail effectué depuis des années au sein du club. Nous avons montré à nos partenaires que leur investissement ne se faisait pas à fonds perdus, notamment pour la Ville qui nous construit un nouveau stade (Le Stade Auguste Delaune comptera 22.000 places à la fin de la saison 2007-2008). La ferveur populaire et les nombreuses marques de sympathie accompagnant notre équipe ont été remarquables. Au plan médiatique, cela a été exceptionnel quand on sait que plus de quatre millions de personnes ont regardé notre demi-finale face à Bordeaux sur France 2.

En quoi l'accession à la demi-finale participe-t-elle au développement de votre club ?

Notre objectif est de retrouver l'élite, sans pour autant brûler les étapes. La Coupe de la Ligue nous a bien aidés en nous permettant de ramener des clubs de Ligue 1 sur notre pelouse, pour un public jusque-là sevré de telles affiches. Ces matches nous ont permis de grandir un peu plus vite même si nous gardons les pieds sur terre, conscients du travail qu'il reste à effectuer !

482.141

Comme le nombre de spectateurs qui ont assisté aux rencontres de l'édition 2007. Il s'agit de la 2^e plus grosse affluence de l'histoire.

“JAMAIS AUTANT DE BORDELAIS EN DÉPLACEMENT”

Stéphane Deschamps, journaliste à 20 Minutes Bordeaux, est plongé tout au long de la saison au cœur des Girondins. Il a été le témoin des aventures bordelaises en Coupe de la Ligue lors de l'édition 2006/2007.



AFFLUENCES par saison

2006-2007 :	482 141
2005-2006 :	479 652
2004-2005 :	478 754
2003-2004 :	521 520
2002-2003 :	490 155
2001-2002 :	445 134
2000-2001 :	459 529
1999-2000 :	472 394
1998-1999 :	450 382
1997-1998 :	395 189
1996-1997 :	317 528
1995-1996 :	262 596

Stéphane Deschamps, journaliste sportif à 20 Minutes Bordeaux

Stéphane Deschamps, quelle importance a revêtu la finale de la Coupe de la Ligue pour les supporters ?

C'est simple, il n'y a jamais eu autant de supporters bordelais lors d'un déplacement. Le club a affrété cinq TGV pour acheminer tout ce monde dans la capitale. Pour le retour, des trains ont été mis à disposition tout au long de la nuit de dimanche. Les supporters étaient ensuite présents pour fêter le retour des vainqueurs à l'aéroport. La réception à l'Hôtel de ville a également été suivie par une foule importante. Un exemple illustre assez bien l'impact de cette victoire : Henrique, le buteur de la finale, n'était pas vraiment en odeur de sainteté avant le match. Mais après, il n'avait plus que des amis dans la ville.

Le suivi de l'événement par votre quotidien a-t-il été fait en conséquence ?

Il faut savoir que pendant toute la saison, nous suivons l'actualité

des Girondins. Donc pour l'occasion, il y a évidemment eu une présentation de l'événement tous les jours la semaine précédant la finale. La veille, il y a eu une page spéciale entièrement dédiée au match. Avec les éditions de Lyon, nous avons aussi travaillé en collaboration pour réaliser des interviews croisées de joueurs. Après la victoire, nous avons suivi la ferveur régionale ainsi que les joueurs, reçus à la mairie par Alain Juppé.

Comment expliquez-vous la réussite historique des Girondins en Coupe de la Ligue ?

A la différence d'autres clubs, depuis que je les suis, les Girondins font de cette compétition un véritable objectif de leur saison. En début de saison, les joueurs, le staff et les dirigeants disent tous qu'ils jouent la Coupe de la Ligue pour la gagner. A chaque tour, la meilleure équipe est ainsi alignée. Une politique qui, on peut en juger, s'est avérée payante.



Gagner la Coupe de la Ligue, c'était vraiment extraordinaire, un truc où l'on se sentait tous solidaires”

Daniel Moreira (attaquant, vainqueur de la Coupe de la Ligue avec le RC Lens en 1999)

“UN SOUVENIR IMPÉRISSABLE !”

Pour le défenseur bordelais Marc Planus, la victoire en Coupe de la Ligue de l’an dernier face à l’Olympique Lyonnais reste l’un des plus beaux moments de sa carrière. Souvenirs, souvenirs...



Marc Planus, défenseur des GIRONDINS DE BORDEAUX

Marc Planus, il y a quelques mois vous brandissiez la Coupe de la Ligue remportée avec Bordeaux...

C’est un souvenir fabuleux ! Et qui plus est, mon premier titre avec les Girondins ! L’année d’avant, on s’était qualifiés pour la Ligue des Champions et il y avait déjà eu une belle fête. Mais là, avec le trophée dans les mains, c’était quelque chose de matériel et de concret beaucoup plus fort. Ce fut un match parfait, avec une victoire face à la meilleure équipe française de ces dernières années et un dénouement particulier. C’était magnifique !

En plus, vous jouiez au Stade de France pour la première fois de votre carrière...

Oui, je peux vous assurer que c’était quelque chose de vraiment impressionnant avec 40.000 Lyonnais et 40.000 Bordelais présents dans les tribunes. L’ambiance était superbe. Je ne sais pas si c’est pareil lorsque l’équipe de France joue là-bas mais, une chose est certaine, j’en garderai un souvenir impérissable.

Avez-vous pu voir les animations d’avant-match ?

Nous étions déjà concentrés sur la finale, mais j’ai vu qu’il y avait une samba brésilienne et un groupe du pays basque

notamment. J’avais de la famille dans les tribunes qui m’a confirmé que tout était très bien fait et très bien organisé. Chacun y a pris du plaisir. Auparavant, j’ai suivi le résultat du match des jeunes opposant Bordeaux à Lyon. Nous avons essayé de les venger.

Quel a été le poids des supporters lors de cette finale ?

Dès le match terminé, nous sommes allés les voir. Grâce à eux, nous avons joué à douze sur le terrain pour remporter ce trophée ! Le lundi suivant, nous avons été accueillis à Bordeaux par Monsieur le Maire Alain Juppé. Il y avait beaucoup de fans sur la place Pey-Berland pour nous féliciter.

Quels sont les atouts de la Coupe la Ligue, selon vous ?

Cette compétition est presque plus importante que la Coupe de France car elle est relativement courte pour les clubs de Ligue 1 et permet ainsi d’accéder rapidement à une qualification en Coupe de l’UEFA. En plus, la finale se déroule tôt dans la saison, ce qui permet d’atteindre des objectifs sportifs au plus vite. Le fait que l’on joue sur de bonnes pelouses est également important, tout comme la dotation financière distribuée aux clubs. En bref, c’est une compétition idéale !

30,8%

La finale 2007 entre Bordeaux et Lyon a obtenu la meilleure part d’audience de l’histoire de la compétition pour un match diffusé en prime time.

“LA COUPE DE LA LIGUE A UNE SAVEUR PARTICULIÈRE”

Romain Mancini, fidèle supporter des Girondins de Bordeaux depuis sept ans et adhérent aux Ultramarines, était de la fête au Stade de France lors de la victoire bordelaise contre l'OL (1-0). Il nous raconte sa finale 2007.



AFFLUENCE FINALE

Nombre de spectateurs

2006-2007 :	79 072
2005-2006 :	76 735
2004-2005 :	78 604
2003-2004 :	78 409
2002-2003 :	75 379
2001-2002 :	75 413
2000-2001 :	78 010
1999-2000 :	75 317
1998-1999 :	78 180
1997-1998 :	77 707
1996-1997 :	39 878

Romain Mancini, supporter des ULTRAMARINES

Romain, comment s'est passée l'organisation de la finale pour votre groupe de supporters ?

La préparation de la finale a débuté dès le soir de la qualification contre Reims lors des demi-finales. Nous avons alors imaginé les tifos, puis de façon générale, nous avons organisé le déplacement entre les trains et les bus. Pour cette finale, nous avons mis en place le déplacement de 3.000 supporters girondins, notamment ceux qui ne sont pas issus de Gironde. C'était le rassemblement de tous nos supporters.

Quelle place occupe une victoire en Coupe de la Ligue pour un supporter ?

Déjà, cette compétition nous réussit plutôt pas mal à Bordeaux, avec deux victoires et deux finales. Ensuite, l'avantage de la Coupe de la Ligue est que l'on atteint la finale après quatre ou cinq matches. Et puis cela peut permettre au club d'obtenir une

place européenne deux mois avant la fin de la saison. Ça doit permettre au vainqueur d'aborder la suite de la saison plus sereinement.

Qu'avez-vous pensé de l'animation pour la finale ?

J'ai trouvé que les bandas étaient une très bonne idée. Tout le monde connaissait les airs joués, du coup cela a contribué à la bonne ambiance de la finale.

Que représente pour vous le fait de venir au Stade de France ?

Le Stade de France est un endroit magnifique, plein de bons souvenirs entre l'équipe de France et nos victoires en Coupe de la Ligue. Ces victoires ont une saveur particulière, ce sont des moments riches. Sur cette finale, nous avons joué le 12e homme avec nos chants, de façon à ce que les joueurs sentent bien que tout le peuple girondin les soutenait. Notre tifo le soir de la finale - "Ce soir vous n'êtes pas 11, mais 30.000" - l'a bien montré.



La Coupe de la Ligue est complètement entrée dans les mœurs des supporters”

Gervais Martel (président du RC Lens, vainqueur de la Coupe de la Ligue en 1999)

“LE SPECTACLE AU RENDEZ-VOUS”

Accompagné de son beau-fils (8 ans), Guy Carlier a assisté à sa première finale de Coupe de la Ligue lors du sacre des Bordelais en mars dernier. L'ambiance festive de l'événement a surpris l'auteur et chroniqueur qui promet d'y revenir.



Guy Carlier, auteur et chroniqueur

Guy Carlier, quelles ont été vos impressions lors de la finale 2007 de la Coupe de la Ligue ?

J'ai trouvé cette soirée vraiment très agréable avec une ambiance bonne enfant. L'esprit des supporters était exemplaire. Je n'ai pas ressenti du tout d'agressivité. En plus, l'accueil a été celui d'une grande fête. C'était convivial ! Cela m'a fait penser au Stade Bollaert à Lens. J'ai été frappé par cette envie des gens de passer un bon moment. Car à la manière de ce qui peut se faire pour les matches de rugby du Stade Français, le spectacle était au rendez-vous. A travers cette rencontre, le football a montré qu'il était capable de rattraper son retard dans le domaine de l'animation.

Pour ce grand spectacle, vous étiez accompagné de votre beau-fils âgé de 8 ans. A-t-il aimé le spectacle ?

Beaucoup, oui. Nous étions bien placés, près des marches qui

permettaient aux joueurs d'accéder à la tribune. Il faisait partie de ces enfants qui tendaient les mains pour pouvoir toucher tous les joueurs. L'ambiance générale faisait que nous avions envie de rester jusqu'à la remise de la Coupe, au tour d'honneur et à la pluie de confettis. Cela m'a donné envie de revenir avec ma femme.

Après cette rencontre, quel regard portez-vous sur la Coupe de la Ligue ?

Lors des premières années d'existence de la coupe, j'étais assez réticent en voyant les compositions des équipes. Certains clubs alignaient une équipe bis, ce qui donnait l'image d'une coupe mineure. Mais au fur et à mesure que la compétition a grandi, mon regard a changé. On sent que les clubs ont une autre approche de la compétition. La Coupe de la Ligue a gagné en prestige.

79.072

Comme le nombre de spectateurs qui ont assisté à la finale de l'édition 2007. Un record d'affluence !



UNE FINALE MISE EN SCÈNE

L'édition 2007 de la finale de la Coupe de la Ligue a été le théâtre d'animations uniques pour les spectateurs : chants, danses et musique ont enveloppé le stade avant le coup d'envoi. Tout a été imaginé pour que la fête soit belle !

De 17h à 23h30, les spectateurs de la finale de la Coupe de la Ligue 2007 en ont eu plein les yeux ! En préambule de la finale au Stade de France, les spectateurs ont profité d'une foultitude d'animations pour se mettre en jambe avant la grande affiche.

Dès 17h, tirs de précision, tirs radar, concours de jongles ont permis aux premiers arrivés de faire admirer leur technique sur le parvis. Sur la pelouse, les 16 ans nationaux de l'Olympique Lyonnais et des Girondins de Bordeaux ont ensuite offert une belle mise en bouche à l'occasion du lever de rideau. Le niveau sonore est monté d'un cran peu après 19h avec l'arrivée dans le stade d'une Banda côté girondin et d'une batucada dans le virage lyonnais

Au rythme des cuivres aquitains et des percussions brésiliennes, les supporters ont participé à un quiz géant récompensé par de nombreux cadeaux lancés dans les tribunes. Sans temps-mort, la soirée a ensuite pris de la hauteur avec l'arrivée des "Géants" sur la pelouse à 20h15. Mêlant humour et adresse, deux équipes montées sur des échasses ont achevé leur spectacle par la présentation du trophée. A l'entrée des équipes entourées par les pom-pom girls de la Coupe de la Ligue, le collectif "BBB" s'est chargé de faire monter encore un peu plus la température avec leur incontournable hymne officiel des compétitions de la LFP "Maximum de Bruit".

Au coup d'envoi à 20h50, le spectacle était aussi dans les tribunes, où les spectateurs ont dévoilé deux larges tifos et agité des milliers de drapeaux. Après une rencontre à suspense et pour conclure cette belle soirée sur les coups de 23h, la fête s'est achevée par la remise de la Coupe aux Bordelais sous une pluie de "papelitos" dorés et par le traditionnel tour d'honneur. Pour les spectateurs désireux de prolonger encore ce bon moment, des succès musicaux ont accompagné leur communion avec les joueurs girondins, jusqu'à la fermeture du rideau...

Le Stade de France tout en couleurs et en musique



“ Aller au Stade de France, devant 80.000 spectateurs, c'est vraiment magnifique.”

Guy Lacombe (entraîneur de Sochaux, vainqueur de la Coupe de la Ligue 2004)



Olivier Hervio, directeur général marketing et développement de Speedy

“FÊTER NOS 30 ANS AVEC LA COUPE DE LA LIGUE”

Pour Olivier Hervio, directeur marketing de Speedy, le partenariat noué avec la Coupe de la Ligue est une belle manière de fêter les 30 ans de l'entreprise.

Olivier Hervio, qu'attendez-vous de ce nouveau partenariat avec la Coupe de la Ligue ?

D'abord, il s'agit pour nous de profiter de la popularité et de la large couverture d'un sport, le football, et d'une compétition, la Coupe de la Ligue, pour booster la présence à l'esprit de notre enseigne sur une cible plus large. A ce titre, la couverture audiovisuelle de la Coupe de la Ligue a constitué un élément central dans notre décision. Notre deuxième objectif est de nous appuyer sur cette compétition pour célébrer un événement exceptionnel pour notre enseigne : en effet, en 2008, Speedy fêtera ses 30 ans. La Coupe de la Ligue, c'est le cadeau que nous faisons au public, à nos clients, à tous les

collaborateurs de notre réseau pour fêter 30 ans de développement et de succès.

Quel est votre regard sur la Coupe de la Ligue ?

C'est une compétition mature et admirablement gérée, qui a trouvé sa place dans le paysage sportif et qui fait l'objet d'un très bon niveau de couverture médiatique, notamment en télévision avec les diffusions des matches sur France Télévisions. La qualité du plateau et la gestion intelligente du tableau sont naturellement des éléments très positifs pour nous. Nos 500 points de service et notre cible de clientèle très large nous poussent naturellement vers un partenariat avec une compétition de ce type.



Jean Merafina, président de TRIANGLE Intérim

“LA COUPE DE LA LIGUE NOUS RESSEMBLE”

Jean Merafina, président de TRIANGLE Intérim, voit en la Coupe de la Ligue une compétition à l'image de son entreprise. Humaine et ambitieuse.

Jean Merafina, quelles ont été les motivations de TRIANGLE Intérim pour devenir partenaire de la compétition ?

Quoi de mieux, pour faire connaître mon groupe que d'entrer dans le monde du football ? A ce jour, nous possédons 70 agences et comptons atteindre rapidement le cap des 100 pour couvrir le territoire national. Nous partageons les valeurs du football : dans notre entreprise, l'équipe et le côté humain sont primordiaux. Nous voulions faire partie d'une compétition importante et reconnue. En Coupe de la Ligue, tout le monde a sa chance. Comme chez nous, peu importent les origines et les formations. Seuls comptent le courage et la performance ! Cette compétition nous ressemble.

Allez-vous mener des actions précises lors des différents tours de la Coupe de la Ligue ?

Nous avons beaucoup d'idées. Je souhaiterais mettre en place une campagne de recrutement avec des hôtesse qui se rendraient dans les stades pour distribuer et récupérer des CV et faire connaître notre entreprise. L'objectif serait aussi de présenter notre investissement de l'année, "le bus de l'emploi", et proposer des offres d'emplois aux candidats demandeurs. Notre message : "vous cherchez un emploi, TRIANGLE vous l'apporte à domicile". Enfin, pourquoi ne pas imaginer proposer nos services aux clubs dans divers domaines tels que l'accueil ou encore l'entretien des locaux grâce à notre entreprise de propreté ?

106

Comme le nombre de buts inscrits au cours de l'édition 2007 de la Coupe de la Ligue, soit une moyenne de 2,52 buts par match.

Eric Klipfel, directeur marketing de Numericable



“PLUS DE PROXIMITÉ AVEC LES CLUBS ET LEURS ABONNÉS”

Pour Eric Klipfel, directeur marketing de Numericable, déjà diffuseur de la Ligue 2, ce partenariat avec la Coupe de la Ligue est l'occasion d'étendre le réseau du cablo-opérateur.

Eric Klipfel, quelles ont été les motivations de Numericable pour devenir partenaire de la Coupe de la Ligue ?

C'est une belle compétition où l'on va retrouver l'ensemble des clubs de Ligue 2 que nous suivons chaque semaine sur nos réseaux et qui réalisent toujours de belles surprises dans cette épreuve. Par ailleurs, elle intègre tous les clubs professionnels, ce qui augmente la proximité avec les villes couvertes par Numericable et va nous permettre de mieux communiquer au niveau national.

Quelles vont être les actions que vous allez mener lors de la compétition ?

Nos boutiques sont présentes dans toutes les villes. Nous allons

relayer chaque match auprès de nos clients qui auront la possibilité de gagner des places pour les matches. Nos partenaires seront également conviés aux présentations de nos dernières évolutions techniques telles que la Fibre optique et la HD, car nous avons entrepris des discussions avec les stades de Ligue 2 afin de les raccorder à notre puissant réseau en fibre optique.

Quel type de retombées espérez-vous retirer de ce partenariat ?

Encore plus de proximité avec les clubs, leurs abonnés et les nôtres. Pour ceux qui ne sont pas encore abonnés, nous souhaitons leur faire découvrir notre offre 100 Mega, la HD, la fibre optique et, bien sûr, montrer la nouvelle marque du câble consolidé et unifié : Numericable.

Tassadit Ait Si Mohamed, responsable marketing de Gorenje



“UN CONTE DE FÉE”

Tassadit Ait Si Mohamed, responsable marketing de Gorenje électroménager, raconte la naissance du partenariat entre l'entreprise slovène et la Coupe de la Ligue.

Tassadit Ait Si Mohamed, pourquoi une entreprise slovène s'est-elle lancée dans un partenariat avec la Coupe de la Ligue ?

Notre entreprise est à l'image de notre pays, dynamique et sportive. Nous n'avons pas choisi le football par hasard. Notre marque est présente dans 60 pays et connaît ses meilleurs résultats en Allemagne. Il était naturel de communiquer sur le sport auquel nous sommes attachés depuis toujours, et notamment sur celui qui s'affiche comme le plus populaire et rassembleur d'énergies.

Qu'est-ce qui vous a séduit dans la Coupe de la Ligue ?

Il s'agit d'une compétition jeune, innovante et de proximité puis-

qu'elle touche toutes les régions de France avec ses 42 matches par an. Pendant la saison 2003/2004, nous avons eu l'opportunité de nous associer à Nice, ce qui était une belle entrée en matière. Le reste a suivi à la manière d'un conte de fée quand, en 2006, Nice est arrivé en finale. Il ne nous restait plus qu'à sauter le pas et devenir partenaire officiel de cette compétition qui se déroule dans un endroit que j'appelle la Tour Eiffel du périphérique. Le Stade de France habillé de nos couleurs, une présence sur les shorts de toutes les équipes, un dispositif panneautique exceptionnel et plus de 76.000 spectateurs, c'est beaucoup pour la mariée ! Sans compter les relais France 2 et France 3 qui nous assurent une belle visibilité.



Pour la première fois, on jouait une finale au Stade de France. Tout de suite, on s'est retrouvés dans une ambiance extraordinaire.”

Marco Simone (attaquant vainqueur avec le PSG de la première finale de Coupe de la Ligue au Stade de France, en 1998)



Katia Euzen, directrice marketing et communication de Group Digital

“BOOSTER NOTRE IMAGE”

Group Digital dispute sa 3^e Coupe de la Ligue. Pour Katia Euzen, directrice du marketing et de la communication, il s'agit d'un partenariat idéal pour développer l'image de la marque.

Katia Euzen, quelles sont les raisons qui ont mené “Group Digital” à devenir partenaire de la Coupe de la Ligue ?

Nous souhaitions “booster notre image” en ayant une visibilité nationale tout en appuyant une démarche locale. En plus de la mise en avant de notre enseigne sur France Télévisions, il est très important pour nous d'avoir un relais-terrain. A travers ce partenariat, nous avons distribué 1.400 billets l'an dernier (1.800 cette année), qui nous ont permis par exemple de monter des opérations promotionnelles dans nos magasins et de remercier ainsi la fidélité de nos clients au cours de soirées sympathiques. Et puis la Coupe de la Ligue est une compétition footballistique qui monte en puissance, tout comme nos enseignes ! Il était donc naturel pour nous de nous orienter vers ce partenariat.

Dans le cadre de votre partenariat, le fait que la Coupe de la Ligue se termine en apothéose au Stade de France est-il important ?

La finale d'il y a deux ans (Nancy-Nice) a eu un fort impact pour nous. Quoi qu'il en soit, une finale au Stade de France est toujours magique pour les gens que nous recevons, à savoir 250 consommateurs tirés au sort. Le match a son importance, bien sûr, pour les plus passionnés, mais être accueilli dans cette enceinte est toujours un événement pour nos clients.

Des nouveautés cette saison ?

Oui. Nous monterons en puissance sur certains matches avec un accueil plus haut de gamme en VIP. Et nous offrirons notamment un relais actif de la compétition sur notre site Internet.



Franck Lanoux, directeur général de RMC

“LA COUPE DE LA LIGUE POUR AFFICHER NOS AMBITIONS”

Pour la radio RMC et son directeur général Franck Lanoux, la Coupe de la Ligue est un bon moyen de conforter son statut de radio n°1 sur le sport.

Franck Lanoux, en quoi consiste le partenariat de RMC avec la LFP dans le cadre de la Coupe de la Ligue ?

C'est une nouvelle occasion de prouver et d'afficher notre engagement par l'apport de notre label sur cette compétition, notre présence au bord des stades, la couverture que nous sommes les seuls à faire de l'événement, mais aussi la promotion que nous faisons de la Coupe de la Ligue pour remplir les gradins.

Pourquoi RMC s'est-elle investie dans cette compétition ?

RMC s'est imposée comme la radio n°1 sur le sport. Il n'y a pas de radio comparable à la nôtre sur ce secteur. Le partenariat

avec le sport est donc naturel pour nous. Tout est mis en œuvre pour que le sport soit un service efficace et riche offert aux Français, mais aussi un état d'esprit. Nous souhaitons servir le sport. Dans cette optique, accompagner la Ligue nous paraissait logique. Nous avons donc été volontaires et offensifs afin de construire notre partenariat. La radio n°1 sur le sport a choisi cette compétition pour afficher son ambition.

Comment percevez-vous la compétition ?

La Coupe de la Ligue est devenue un rendez-vous incontournable, un des événements les mieux maîtrisés. Nous sommes fiers d'y être associés.

6.166.600

C'est le nombre de téléspectateurs qui ont regardé le 8^e de finale entre l'OL et le PSG (2-1) à l'automne 2006, signant la meilleure audience d'un match sur France 2 hors finales.

Franck Buel, président du groupe Point P



“CE PARTENARIAT PARTICIPE À NOTRE CROISSANCE”

Doyen des partenaires de la Coupe de la Ligue, le Groupe POINT.P et son président Franck Buel ont misé sur la durée avec la Coupe de la Ligue. Une belle réussite.

Franck Buel, POINT.P est le plus ancien partenaire de la Coupe de la Ligue. Qu'est-ce qui motive votre engagement ?

Depuis neuf ans maintenant, nous sommes engagés dans cet événement car nous sommes en parfaite adéquation avec les valeurs sportives et humaines de cette compétition : l'esprit d'équipe, le dépassement de soi, la solidarité entre coéquipiers... Et puis, c'est dans la culture de POINT.P de s'engager sur la durée. Il existe, au sein de notre entreprise, l'idée que rien ne se fait sans pérennité ni persévérance. Et l'an prochain, pour les 10 ans de ce partenariat, nous comptons bien faire une très belle fête de cet événement ! En termes de gain de notoriété auprès du grand public la Coupe de la Ligue nous a également beaucoup aidé. Ces dernières années, nous avons en effet bondi de

20% en termes de notoriété. Ce partenariat a participé à cette croissance.

Allez-vous mettre en place cette saison des opérations spéciales dans le cadre de ce partenariat ?

Nous avons entamé une démarche sociale avec les différentes familles de la Ligue pour offrir des cursus de reconversion dans le Groupe POINT.P aux jeunes qui ne signent pas pro ou aux joueurs en fin de carrière qui souhaitent se reconvertir. Il faut savoir que POINT.P recrute 3000 personnes chaque année. Ce projet, voulu depuis de nombreuses années par l'ancien président de POINT.P, Claude Moysan, devrait se concrétiser cette année. J'ai tenu à m'inscrire dans la lignée de l'action qu'il avait menée.

Laurent Gaya, directeur commercial et sponsoring de Uhlsport



“LE PARTENARIAT LE PLUS RÉJOUISSANT”

Laurent Gaya, directeur commercial et sponsoring de Uhlsport, partenaire officiel de la compétition, revient sur une aventure qui a tout d'une success story.

Laurent Gaya, que représente ce partenariat pour Uhlsport ?

Il s'agit pour nous d'une aventure exceptionnelle car nous sommes présents depuis la création de la compétition. Dès les premiers instants, nous avons pu apprécier les qualités d'organisation et de rigueur de la Ligue de Football Professionnel. À vrai dire, la concurrence nous inquiétait. Stéphane Dor (directeur Marketing et Médias de la LFP) a pris l'affaire en main, transformant l'essai en une formidable réussite. C'est lui qui a eu l'idée du ballon officiel Uhlsport. Quelle idée formidable ! Nous avons déposé le brevet du ballon « Ténor » en 2002. Il exigeait un réel investissement car il devait conjuguer de

véritables qualités techniques tout en supportant sans rien lui enlever de son éclat le logo de la Ligue.

Quels sont les effets de cet engagement auprès de la Coupe de la Ligue ?

Lorsque j'invite nos clients, la présence de Uhlsport sur le stade est une véritable fierté. C'est royal ! Pour nous, ce partenariat est le plus constructif, le plus performant et le plus réjouissant tout simplement ! Une petite entreprise comme la nôtre peut vite être écrasée par les gros poissons. Grâce à la Ligue, nous nous portons remarquablement bien. Le résultat est largement à la hauteur de nos espérances.



Quand je regarde la cassette de la finale, cela reste toujours d'aussi bons souvenirs. C'est un moment magique !”

Richard Trivino (gardien du FC Gueugnon, vainqueur de la Coupe de la Ligue en 2000)



Contact presse :

Charles-Hervé PETIT

01 53 65 38 76

charles-herve.petit@lfp.fr

PARTENAIRES OFFICIELS



DIFFUSION OFFICIEL



PARTENAIRE MEDIA



FOURNISSEUR OFFICIEL

