

Les abonnés répondent présent

OM La nouvelle direction a lancé sa première campagne d'abonnements, partie sur les chapeaux de roues

En moins d'une année, c'est déjà le jour et la nuit. La saison dernière, après un exercice catastrophique et un niveau de défiance rarement atteint, l'état-major olympien avait lancé sa campagne d'abonnements dès le 17 mai. Un mois et demi plus tard, le 5 juillet, seulement 5908 fidèles avaient souscrit.

Avec l'OM de Frank McCourt, la période a débuté le 22 mai dernier par les résouscriptions en tribunes latérales, et elle se poursuit depuis lundi (jusqu'au 1^{er} juillet inclus) pour les abonnés en virages. La troisième phase, réservée aux futurs "nouveaux abonnés" en Ganay et Jean-Bouin, débute mardi. Mais hier, soit douze petits jours après le coup d'envoi, le service billetterie du club olympien dénombreait déjà plus de 16000 abonnés.

Les bases et le contexte ne sont plus les mêmes, le désespoir ayant laissé place à l'enthousiasme. Le fonctionnement aussi puisque l'OM a mis en place un site internet dédié (omabonne.fr) pour que tous les supporters puissent s'abonner de manière plus simple, tout en prévoyant quelques changements (période raccourcie au mois de juin, plus de place au match en virages...).

Si les Ultras ont exprimé leur désaccord (voir encadré), les groupes de supporters ont vu la différence dans l'approche de la nouvelle direction, plus professionnelle et cross-canales selon leurs dires. Souligné d'un côté, ils n'en restent pas moins prudents de l'autre, comme sur la question de l'augmentation des tarifs. En attendant, les abonnés répondent présent.



La campagne d'abonnements en virages est ouverte depuis lundi. Dans cette partie du vélodrome, le club olympien vise un remplissage à 85%. (PHOTO FREDERIC SPICHI)

LE CU 84 EN COLÈRE

Le CU 84 n'est pas content et l'a fait savoir. Via un communiqué publié samedi dernier, le groupe marseillais, fondé en 1958 et situé dans le bas du virage Sud, a manifesté sa désapprobation au sujet de la campagne d'abonnements lancée par l'OM. Plaignant du mouvement en France, le Commando Ultra regrette tout d'abord de ne pas avoir eu d'échanges avec Jacques-Henri Eyraud, le président, sur ce sujet. Un des points "contestables" concerne l'augmentation du prix des abonnements en virages (de 155 à 160€ pour 19 matches de championnat). "Anecdotique", mais symbolique pour le groupe alors que les dirigeants louent le côté populaire du football et de Marseille. D'autant plus au moment où l'OM a décidé de récompenser ceux qui se sont abonnés en tribunes Ganay et Jean-Bouin l'été dernier en leur offrant une fibrouse. Un autre grief, que ne partage pas les autres groupes, se rapporte à la durée de la période, raccourcie au mois de juin, et le fait de ne plus vendre de place au match en virages durant la saison. "Nous resterons vigilants sur la gestion de notre nouvelle direction pendant la saison qui s'annonce et ne manquerons pas de lui rappeler qu'elle n'est pas arrivée dans un club comme les autres", conclut le communiqué. J.-C.L.

DIRECTEUR GÉNÉRAL ADJOINT DE L'OM CHARGÉ DU MARKETING ET DES VENTES, JEAN-FRANÇOIS RICHARD REVIENT SUR LA CAMPAGNE

"Plus de 5000 abonnés, c'est le meilleur démarrage depuis dix ans"

Comment se passe la campagne d'abonnements ?
Bonne à présent, c'a très bien démarré. On a des bases fiables sur une dizaine d'années et, aujourd'hui, je "touche du bois" car on est sur le meilleur démarrage depuis dix ans. Au moment où je vous parle, on a déjà plus de 5000 abonnés. C'est beaucoup par rapport aux précédentes campagnes, mais la route est encore longue.

Moins longue que les années précédentes puisque vous revenez à l'ancienne formule en raccourcissant la période au seul mois de juin...
On n'a rien inventé, on revient simplement à un système qui marchait mieux. C'est aussi bête que ça. En ayant beaucoup discuté avec les responsables des groupes de supporters et en ayant tenu compte de leurs remarques, on s'est dit qu'il fallait revenir à ce système. C'est mieux pour eux, car leur contrat dure trois mois et n'est pas simple, et pour nous aussi, car cela mobilise beaucoup de ressources et de gens. Être sur une période fermée est plus efficace.

Quels sont les autres changements pour le supporter de l'OM ?
Pour l'instant, et ce à l'heure de fonctionnement, on a voulu écouter les groupes de supporters. L'abonné devait se déplacer deux fois, une fois au local, puis à la billetterie du stade, pour avoir son

abonnement. On a voulu simplifier le système pour l'abonné, afin de lui faciliter la vie et qu'il puisse faire les démarches plus simplement, de chez lui ou de son bureau, sur internet. On a ainsi réduit le nombre de tarifs différents: on était sur une base de 27 prix alors qu'il reste 8 ou 8 tarifs aujourd'hui. Il y a aussi une volonté de notre part de se mettre en conformité avec la réglementation (*l'interdiction de flux financiers entre le club et les associations de supporters, ndr*). C'est la raison pour laquelle on a fait appel à Digitick, un "tiers de confiance". Ce système a pour objet d'être transparent et plus simple pour le supporter. Son rôle est d'être une plateforme qui permet d'affilier au groupe tout en s'abonnant au club en un seul paiement. Ensuite, Digitick reverse les montants dus aux groupes (correspondant au montant de l'adhésion) de façon hebdomadaire. À l'heure où je vous parle, hormis quelques bugs lors du lancement, le site omabonne.fr fonctionne très bien.

Pourquoi avoir mis en place des tarifs préférentiels pour les "courageux" en tribunes Ganay et Jean-Bouin qui ont pris leur abonnement l'été dernier ?
Il y a deux choses: d'abord, c'est un salut aux "courageux", comme vous les appelez, même s'il y avait aussi beaucoup de courageux dans les virages; ensuite, l'idée est d'être pragmatique

et efficace. Quand on a une zone de siège on est à moins de 20% de remplissage, il faut en tirer des conclusions. Ça veut dire qu'il y a un sentiment de prix trop élevé, et on le révisé. L'an dernier, la fourchette allait de 154 à 1090€. Cette année, elle va de 160 à 1250€. Des prix ont légèrement augmenté, donc, en fait, on a voulu "favoriser" l'abonnement en virages en augmentant les premiers prix en Ganay et en Jean-Bouin. L'autre point, comme on l'a fait en fin de saison sur des matches un peu moins attractifs, avec un remplissage de l'ordre de 45000, est de fermer les parties hautes de Ganay et Jean-Bouin. C'est plus convivial pour tout le monde. Mais on n'a pas fait que baisser les prix en Ganay et Jean-Bouin, on a volontairement augmenté l'écart entre les deux tribunes et les virages.

Des virages dont l'abonnement a augmenté de 5€. Une hausse "anecdotique mais symbolique", disent les responsables de groupes... Y aura-t-il des augmentations chaque année ?
Ça fait parler, mais ce n'est que 26 centimes de plus par match (8,42€ au match). Pour les années suivantes, j'aurais tendance à dire probablement. Mais il est encore trop tôt pour en parler. Je dirais plutôt qu'aujourd'hui, on est un des derniers clubs où l'abonnement ne comprend pas les matches de coupes. C'est très lourd en

suite pour les supporters et les abonnés. On a déjà beaucoup échangé avec les groupes, mais on aura davantage de temps pour préparer la saison suivante et on commencera les discussions beaucoup plus tôt dans l'année. On essaiera probablement d'insérer des matches de coupes, y compris de coupes d'Europe, dans un abonnement. On n'a pas voulu le faire cette année car on aurait donné l'impression d'augmenter simultanément le tarif. Donc oui, pour revenir à la question, c'est quand même symbolique, mais à 160€, on reste dans une moyenne volontairement faible par rapport à d'autres clubs du standing de l'OM. Le caractère populaire des virages, on ne le perd pas jamais de vue.

L'augmentation est due à la somme marginale que cela rapporte au club... Vous dites "anecdotique mais symbolique" ? J'aurais tendance à reprendre la formule pour vous aussi !
Non. On veut s'inspirer des bonnes vieilles recettes: avant, tout le monde était abonné en virages et il n'y avait pas de place au match. Il faut réviser l'idée que la formule la plus sûre pour voir un match est de s'abonner. Étant donné le démarrage sur les chapeaux de roues, je dirais même qu'il y a une certaine urgence à le faire...

Avez-vous vu le mécontentement du Commando Ultra 84 (ci-dessus) ?
Oui, dans le communiqué écrit moi-même! On n'est pas d'accord sur tout, mais on a beaucoup échangé, avec eux comme les autres. La complétude de l'OM, c'est aussi de faire l'unité. Avec sept groupes différents en virages, qui n'ont pas la même approche ni la même philosophie, tout le monde ne partage pas le même avis. Le système mis en place ne comporte pas l'adhésion de tous, soit, mais l'objectif dès la saison suivante sera de l'adapter à l'organisation de chaque association.

Y a-t-il un objectif chiffré ?
On espère faire bien mieux que l'an dernier et un peu mieux bien que l'an prochain! Après, pour les chiffres, je ne suis pas certain qu'on aille au-dessus des 40000 abonnés cette saison.

Ça dépendra du mercato... Tout ce dont on parle dépend du mercato! (sourire) Tout le monde attend un bon mercato, on est tous d'accord sur ce point. Et je ne fais que relayer le discours de Jacques-Henri Eyraud qui, il faut le dire, a été extraordinairement présent dans la relation générale avec les groupes de supporters. C'est lui qui a lancé les discussions sur les abonnements et il a été présent tout au long du processus.
Recueilli par Jean-Claude LEBLOIS
@jeanclaudeleblos

TOURNOI MAURICE REVELLO
Depuis 1967 - PROVENCE - Since 1967

BOUCHES DU RHÔNE

DU 29 MAI AU 10 JUIN 2017

www.festival-foot-espoirs.com

DIMANCHE 4 JUIN 2017
15h : JAPON / ANGLETERRE
17h30 : ANGOLA / CUBA

AUBAGNE - STADE DE LATTRE

La Provence