

Olympien

Pape Diouf, président de l'OM

Quelles sont les ambitions sportives de l'Olympique de Marseille pour la saison 2006-2007 ?

La vocation naturelle de l'Olympique de Marseille est de jouer le haut du tableau. Nous allons nous y atteler en sachant pertinemment que la concurrence sera rude et difficile, dans une compétition aussi disputée que le championnat de France. Puisqu'à l'équipe de Lyon, il faut ajouter aussi d'autres rivaux qui se sont renforcés, parfois de manière significative. Je parle de clubs comme Bordeaux, Monaco ou le Paris Saint-Germain, voire d'autres clubs comme Lille, Auxerre ou même Lens. Ce sont des clubs dont l'ambition est bien réelle, à défaut d'être clairement affichée, avec lesquels nous devrions rivaliser.

Êtes-vous satisfait du recrutement de l'OM lors de l'intersaison ?

Il faudra attendre la fin de saison pour exprimer véritablement notre satisfaction. Disons que nous avons le sentiment du devoir bien accompli. Nous avons fait ce que nous voulions faire aussi bien concernant les arrivées que les départs.

Que vous inspire le classement de l'Olympique de Marseille au 6^e rang mondial, ? (Classement mondial des clubs établi par la Fédération internationale d'histoire et de statistiques du football : L'OM est le 6^e et 1^{er} club français derrière le FC Barcelone, FC Séville, Porto Alegre, Inter et Milan AC ; L'OL est 11^e)

Je ne connais pas exactement les critères de ce classement, mais il semble en ressortir clairement une dominance des clubs latins et médi-

terraneens, ce qui n'est pas pour me déplaire. L'Olympique de Marseille représente en France plus qu'un simple club de football, c'est un véritable modèle de football, populaire et passionné. Et ce sont ces valeurs de passion, de chaleur et de générosité que nous véhiculons, tout comme les clubs en tête de ce classement.



OM Entreprendre a pour ambition de faire découvrir le club aux décideurs nationaux. Qu'aimeriez-vous dire aux entreprises qui ne connaissent pas encore le club pour leur donner envie de le connaître ?

J'aimerais leur offrir la chance de découvrir le club le plus populaire de France et l'opportunité de venir vivre un match au Stade Vélodrome. Ce club est magique, son potentiel est immense. Ceux qui l'approchent ne peuvent rester insensibles. C'est cette différence et cette force identitaire qui fédèrent nos millions de supporters et nos fidèles partenaires. Mais l'OM est aussi une formidable machine à fabriquer et révéler des talents et des potentiels (joueurs, entraîneurs, annonceurs...). L'OM transpire tout ce qu'il touche en notoriété et cette qualité inégalée en France représente aussi un atout considérable pour nos partenaires actuels et ceux de demain.

Pape DIOUF
Président de l'Olympique de Marseille

Les médias Olympique de Marseille

Un pôle média complet et novateur à l'OM

OM TV : la télé officielle de l'OM disponible 24h/24 avec 3 heures de programmation LIVE quotidienne. Disponible sur Canalsat, TPS, UPC/noos et Numéricable. Accessible à 1,2 millions de foyers.

OM.net : la nouvelle version d'OM.net, lancée le 8 août dernier, a enregistré des affluences records tout au long du mois. Avec un pic spectaculaire de 265 231 visites comptabilisées lors de la seule journée du 31 août, pour la clôture du mercato. Tout simplement la plus forte affluence du site officiel de l'OM depuis sa création en 1997 ! Au total, 4 887 809 visites ont été recensées durant le mois d'août, soit 400 000 visites de plus qu'en juillet.

OM Mag : le magazine officiel du club. 25 000 ventes/mois (tirage 40 000). Plus de 3340 abonnés. Leader sur les marchés des magazines de clubs sportifs français. Un profil de lecteurs jeunes et masculins, avec un cœur de cible entre 12 et 18 ans dans toute la France.

OM Match : le programme officiel du Club. Tiré à 25 000 exemplaires lors de chaque match de l'OM à domicile. Distribué gratuitement au Stade Vélodrome les soirs de match de championnat.

3229 : pour plus d'efficacité et de simplicité, le 3229, la ligne téléphonique de l'Olympique de Marseille développée par Jet Multimédia, innove : billetterie automatisée ouverte 24h/24, OMTV en live, réponses individualisées à toutes les interrogations de ses interlocuteurs Plus de 25 000 appels par mois en moyenne sur le CALL CENTER Olympique de Marseille. Une proximité certaine avec les supporters.

Les métiers de HighCo

HighCo se positionne comme un acteur majeur et indépendant dans le domaine des Solutions marketing pour la grande distribution et la grande consommation.

HighCo propose 2 types d'activités complémentaires :

- Édition de Solutions marketing en Europe. Cette division propose des solutions de recrutement et fidélisation de consommateurs (couponing, échantillonnage, médias point de vente, gestion des données...)

- Conseil en marketing opérationnel en France. Cette division, fondée sur une expertise sectorielle : réseaux de distribution et grande consommation, met en œuvre de façon cohérente et créative des campagnes de communication opérationnelle et relationnelle « on » et « off-line » (promotion de ventes, trade marketing, relations presse/publiques, marketing direct, publishing...)

agenda sportif

Mer 20/09/06 - 21h :	Cpe de la Ligue	Montpellier-OM
Dim 24/09/06 - 21h :	Ligue 1	FC Nantes - OM
Jeu 28/09/06 - 20h45 :	UEFA Cup	FK Mlada - OM
Dim 01/10/06 - 20h :	Ligue 1	OM - Toulouse FC
Sam 14/10/06 - 20h :	Ligue 1	RC Lens - OM
Sam 21/10/06 - 20h :	Ligue 1	OM - Lyon
Sam 28/10/06 - 20h :	Ligue 1	OGC Nice - OM
Sam 04/11/06 - 20h :	Ligue 1	OM - FC Lorient
Sam 11/11/06 - 20h :	Ligue 1	Lille OSC - OM
Sam 18/11/06 - 20h :	Ligue 1	OM - Valenciennes FC
Sam 25/11/06 - 20h :	Ligue 1	ES Troyes - OM
Sam 02/12/06 - 20h :	Ligue 1	FC Sochaux - OM
Sam 09/12/06 - 20h :	Ligue 1	OM - AS Monaco
Sam 16/12/06 - 20h :	Ligue 1	AS Nancy - OM
Sam 23/12/06 - 20h :	Ligue 1	OM - St Etienne
Sam 13/01/07 - 20h :	Ligue 1	Rennes - OM
Mer 24/01/07 - 20h :	Ligue 1	OM - AJ Auxerre
Sam 27/01/07 - 20h :	Ligue 1	Le Mans - OM

OM entreprendre est la lettre d'information officielle éditée par l'OM SASP, sous la direction de Corinne GENSOLLEN (gensollen.corinne@omfr.com / Tel : 04 91 76 91 73), directeur des opérations. Distribuée gratuitement aux invités OM entreprendre. Tirage : 300 exemplaires. Représentant légal : Thierry de LA BROSSE. Directeur de publication : Pape DIOUF. Rédacteur en chef : Richard CAILLAT, président d'HighCo. Photos : Yannick PARIENTI. Réalisation graphique et PAO : Christelle ZBAR, HighCo. Impression : Pole Production. Contacts : Patricia GERHARDT-VAUGIAC / Frédéric TEMPIER : OM.entreprendre@omfr.com (04 91 76 91 59 / 04 91 76 91 61) Laurence DUPLESSIS : l.duplessis@highco.fr (01 77 75 65 00)

Venez découvrir l'OM

L'Olympique de Marseille crée **OM entreprendre** et ouvre ses portes aux dirigeants d'entreprises, avec la participation de **HighCo**. Découvrez un monde de passion, d'énergie et d'émotion !

Contactez-nous sur OM.entreprendre@omfr.com



■ HighCo

Newsletter 2

SEPTEMBRE 2006



Le foot, une passion collective

Juillet 2006, une date que tout le monde attendait avec impatience... Les français nostalgiques, souhaitaient revivre le bonheur collectif intense qu'ils avaient connu lors du mondial de foot 98. Et bien, c'est chose faite, la coupe du monde 2006 a été à la hauteur des attentes des Français, des médias et sponsors...

Les chiffres parlent d'eux mêmes :

Le 5 juillet, la demi-finale France-Portugal a rassemblé sur la chaîne TF1 plus de 22 millions de téléspectateurs, un record puisqu'il s'agit de la meilleure audience de l'histoire de la TV française. Par ailleurs pas moins d'un million de SMS ont été envoyés (sur un seul opérateur) en un quart d'heure lors de ce même match...

Mais il y a plus surprenant, un public plutôt inhabituel... en effet, je parle de ces 9 millions de femmes, devenues passionnées de foot et qui étaient devant le match France-Portugal pour supporter l'équipe de France et qui ont été séduites par les « performances » de Zidane et Ribery.

Un effet coupe du monde qui a permis de recapter les français, de leur faire découvrir les nouveaux talents comme Frank Ribery, qui s'est vu d'ailleurs, suite au mondial, classé 15^e au palmarès des personnalités préférées des français dans le baromètre JDD.

Une belle reconnaissance pour le joueur et pour l'OM qui débute par ailleurs la saison avec beaucoup de panache en Ligue 1 et en coupe UEFA.

La passion du foot semble encore plus forte... Bienvenue à OM entreprendre pour la partager !

Sincèrement,

Richard Caillat, président du Directoire de HighCo
Président de OM entreprendre

* À propos de HighCo : HighCo est un Groupe coté en bourse, spécialisé dans les Solutions marketing pour la grande distribution et la grande consommation. HighCo propose deux types d'activités complémentaires : l'édition de Solutions marketing et le Conseil en marketing opérationnel.

www.highco.fr



découverte

Les produits OM !

Les prestations de relations publiques au Stade Vélodrome une offre diversifiée et accessible à tous !

Plusieurs formules de relations publiques OM au Stade Vélodrome vous sont proposées pour accueillir vos invités ou faire plaisir à vos collaborateurs.

Les loges

Loges privatives :

L'espace privatif le plus haut de gamme et le plus prestigieux du Stade Vélodrome. Capacité de : 9, 12, 15 ou 18 places.

Loges open :

Une prestation complète, offrant une vue panoramique depuis les balcons du Stade Vélodrome, des sièges en loges ouvertes avec un cocktail d'avant match, de mi-temps au salon Skoblar et un buffet d'après match au salon Jean-Bouin.

Clubs VIP (Clubs Multi entreprises) :

Trois loges latérales collectives de 100 personnes chacune avec cocktail d'avant match et de mi-temps et donnant accès à trois salons à thèmes pour une ambiance festive et conviviale (Coca Cola, Latino, Ricard).

Les places vip

Formule Olympe :

La référence VIP par excellence en tribune Prestige Nord avec cocktail d'avant match, de mi-temps et dîner d'après match dans le Salon du Président

Formule Prestige :

Le « classico » de la prestation VIP en tribune Prestige Sud avec cocktail à la mi-temps et buffet d'après match au salon Jean-Bouin.

Formule Affaires :

L'avant match « cosy » du Stade Vélodrome en tribune Prestige Sud avec cocktail d'avant match et mi-temps

Formule Officielle :

Les conditions optimales pour suivre le match et l'après match dans la tribune officielle de l'OM.

Formule Club Ganay :

La formule festive de la tribune Ganay (en Centre Sud) avec buffet provençal proposé avant ou après la rencontre selon l'heure du match. 2 salons cabanon Marseillais et Oriental vous offrent des décors et une ambiance surprenante.

Toutes ces prestations incluent un accueil avec hôtesse, un parking, la remise de la feuille de match, ainsi que de nombreux cadeaux et surprises olympiennes...



Loge Privative



Club VIP



Club VIP Ricard



Club VIP Latino



Club Ganay : Salon Marocain



Club Ganay : Salon Cabanon Marseillais



Table Salon du Président

Rencontre

Benoît CATELIN

Groupe Maurin

Fournisseur Officiel de l'OM



Ford Groupe Maurin est depuis un an partenaire de l'Olympique de Marseille. Présentez-nous en quelques lignes votre groupe

Le Groupe Maurin est un groupe familial qui est aujourd'hui le premier distributeur Ford en France avec plus de 10 000 véhicules Ford vendus par an. Nos implantations (37 concessions) sont axées sur le quart sud-est de la France afin de fournir à nos clients des services garantis sur leur zone géographique de référence.



Cette opération de marketing et de communication, faisant de Ford Groupe Maurin un Fournisseur Officiel de l'OM s'intègre-t-elle dans une stratégie spécifique ?

Ford a démontré son attachement fort au football depuis de nombreuses années à travers son partenariat avec l'UEFA Champion's League.

Le développement de Ford dans la région s'est fait avec une réelle volonté de démontrer notre implication dans la vie locale à travers de nombreuses actions de partenariat. Participer à l'élan qui entoure l'évolution de ce club mythique est notre manière, grâce à l'engagement de Ford France à nos cotés, de relayer ce message fort de communication avec les supporters de l'Olympique de Marseille.

Vous équipez depuis peu le club avec vos véhicules. Quels sont-ils ? Est-ce une fierté de voir les joueurs et salariés de rouler dans vos équipements ?

Le parc mis en place avec Lionel Bourroux, responsable des services généraux à l'Olympique de Marseille, est principalement constitué de Ford Focus C-Max 133CH, Ford Focus S Max, de Ford Mondéo et de Ford Galaxy. Il nous a permis de faire découvrir aux joueurs la qualité exceptionnelle et souvent méconnue de nos véhicules (équipements, qualités dynamiques, motorisations...). L'ensemble du personnel de l'Olympique de Marseille prend d'ailleurs beaucoup de plaisir à conduire nos véhicules. Au même titre que nous pouvons être fiers que de nombreuses grandes entreprises et administrations aient choisi Ford, voir rouler l'ensemble des salariés et joueurs de l'OM dans nos véhicules est donc une véritable fierté pour notre marque.

Activité : **Concessionnaire automobile Ford**

PDG Groupe Maurin : **Jean Bernard MAURIN**

Effectif Groupe Maurin : **850 personnes**

Directeur Général Aix Automobiles : **Benoît CATELIN**

Interview



Laurent NIEWLOSKI Directeur Marketing Quick

Pourquoi êtes-vous partenaire depuis 7 ans de l'Olympique de Marseille ?
Quels sont vos objectifs ?

Le sponsoring sportif Quick réside dans notre volonté d'établir autour de chaque restaurant une dynamique d'esprit de clocher avec les clubs sportifs représentatifs de leur ville.

Pour installer une relation Quick/club productive, Quick privilégie les relations à long terme. C'est dans cet esprit que s'inscrit notre partenariat avec l'Olympique de Marseille que nous renouvelons chaque année depuis 1998 et qui constitue, par son envergure, le « fer de lance » de notre dispositif.

L'OM est le seul club de football dans lequel Quick dispose à la fois d'une visibilité sur les équipements (short) et à l'intérieur du stade (dispositif speed time).

Ce choix de l'OM comme point d'ancrage de notre stratégie sport est principalement justifié par :

- Une très forte motivation de nos restaurants dans le département, qu'ils soient exploités en propre ou par nos franchisés (22 restaurants dans les Bouches du Rhône).
- Une affluence au Stade Vélodrome largement supérieure à celle des autres clubs.
- Un club vecteur d'identité pour toute une région.
- Une exposition médiatique nationale largement au dessus de la moyenne des clubs de L1.

L'objectif principal de nos partenariats sportifs réside dans la création de trafic pour nos restaurants. C'est pour cette raison que l'une des actions phare de notre stratégie sport est l'opération « Faim de match » qui comprend notamment :

- Mise en place d'une offre promotionnelle au dos de la billetterie et des cartes abonnés

- Relais de cette offre sur :

- les panneaux « sortie de stade »
- les écrans géants des stades
- le site internet des clubs

Quel bilan tirez-vous de votre collaboration avec l'OM ?

Au regard du principal objectif fixé, le partenariat OM est à ce jour très positif pour Quick puisque l'offre promotionnelle imprimée sur la billetterie et les cartes « abonné » génèrent un taux retour mensuel élevé sur l'ensemble des 22 Quick partenaires sur la région.

En complément, notre partenariat nous permet d'associer nos Quick à l'image du club et donc de proposer 1 à 2 fois par an des menus à thématique OM dans nos restaurants de la région (menu ballons OM, menu mug OM...). Le succès rencontré par ces différentes actions nous a conduit à capitaliser au maximum sur le partenariat OM dans le cadre de notre stratégie de marketing local.

Mais avant tout, la réussite de notre partenariat avec l'OM réside dans une volonté partagée OM/Quick d'activer au quotidien notre relation dans la région au-delà d'une simple présence publicitaire dans le stade et sur le short des joueurs.

Créé en Belgique en 1971, Quick est présent en France depuis 1980. Principale chaîne européenne de restauration rapide, elle est animée par une réelle passion pour le goût de ses produits. Quick est présent sur les marchés français et belux et dans d'autres pays au travers de contrats de franchise totale. Quick emploie 15000 personnes dont 12000 en France. Parc au 30/06/06 : 404 restaurants dont 317 en France (229 franchisés), 80 au Belux (dont 70 en franchise). En 2005, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires global de 760,5 millions d'euros.



Légende

Le jour où... J'ai joué gardien de but !

par Jean-Pierre Papin

21 Mars 1990 : OM – CSKA Sofia

¼ de finale de la Coupe d'Europe des Clubs Champions.

Ce soir là, alors que nous menions largement au score, notre gardien "Géguette" (Gaétan HUARD) se casse la jambe en sortant de son but pour contrer un avant centre bulgare. De toute façon si le CSKA Sofia avait marqué, le but ne nous aurait pas pénalisé pour la suite de la compétition donc cette blessure était d'autant plus regrettable. Nous connaissions tous Gaétan et nous savions qu'il souhaitait à tout prix garder sa cage « inviolée ». Cette blessure, au-delà de nous faire perdre notre gardien titulaire, nous coûta certainement la coupe d'Europe des clubs Champions, car même si Jean CASTANEDA fit une belle prestation, jouer en demi-finale l'équipe du Benfica Lisbonne sans Gaétan, était extrêmement difficile.

Tout comme à l'entraînement, après mes séances de reprises de volée avec Alain CASANOVA, j'avais parfois pour habitude de jouer gardien. J'ai donc naturellement remplacé Gaétan, car tous nos changements avaient été effectués !

Le score était de 3-1 pour nous et nous avons remporté le match aller à Sofia 1 à 0. Il n'y avait pas lieu de s'inquiéter, mais pendant 10 minutes, j'avais quand même beaucoup de pression.

C'était en effet un quart de finale de Coupe d'Europe, dans un Stade Vélodrome plein à craquer ! Cela dit, Jeannot TIGANA avait pris la décision de pratiquer le marquage individuel sur les joueurs bulgares. Mes coéquipiers m'ont donc bien aidé !

Chris WADDLE avait marqué le premier but sur coup franc. J'avais inscrit le second d'un pointu et Franck SAUZEE le dernier but, d'une frappe de 30 mètres, comme il en avait souvent l'habitude.

En face, il y avait un certain Hiristo STOIKOV, qui allait bientôt devenir la star planétaire que nous connaissons tous avec le F.C Barcelone...

Né le 5 novembre 1963 à Boulogne-sur-Mer
Attaquant, à l'OM de 1986 à 1992.

