



1



3



4



2



5

Photo 1 : Les invités du déjeuner OM Entreprendre - 16 Janvier 2007

Photo 2 : Nordine Haddouche (Etudes Statistiques - Marketing / Risque - Société Générale) - Julien Palardy (Gestionnaires d'Opérations Marketing - Société Générale)

Photo 3 : Stéphane Seriset - (Resp. Trade Marketing Coca-Cola) - Richard Caillat (Président de HighCo)

Photo 4 : Sophie Duval (Manager Dépt Organisation de la banque - Société Générale) - Hugo Bouaknin (Dir. du Développement Syracuse)

Photo 5 : Manuel Amoros (ancien Joueur de l'OM) Laurent Scullino - (Dir. Partenariats et Publicité de World GSM) - Jean-Philippe Durand - (Resp. Cellule Recrutement de l'OM)

Chiffres clés OM

Résultats de la dernière enquête TNS Sofres sur le club préféré des Français

L'OM est et reste incontestablement le champion des cœurs ! Ceci est le résultat d'un sondage TNS Sofres de Février 2007 pour France Football portant sur le thème du club préféré des Français auprès d'un échantillon de 1000 personnes représentatif de la population âgée de 15 ans et +.

L'Olympique de Marseille devance l'Olympique Lyonnais de façon très significative : l'OM est le club préféré des Français pour 17,2% d'entre eux devançant ainsi l'OL de presque 5 points (12,5%), le PSG de presque 13 points (4,6%), et le RC Lens (4%).

Plus les gens s'intéressent au football, plus ils préfèrent de façon incontestée et exclusive l'OM avec plus de 35% des votes contre 20% pour l'OL, 8% pour le PSG, et 6,5% pour les Girondins de Bordeaux.

Les hommes de 15 à 34 ans, ceux qui ont grandi avec l'épopée européenne du club et leurs enfants préfèrent l'OM toujours et encore : 30% des 15-24 ans sont fans de Marseille contre 11% pour Lyon.

Les femmes, elles, quel que soit leur âge n'ont qu'un club de référence : l'OM

Le seul club Français qui attire plus de 52 000 spectateurs en moyenne à chaque match au Vélodrome et qui remplit les stades à l'extérieur.

L'OM a une histoire romanesque : c'est la vie de chacun d'entre nous avec ses hauts, ses bas, ses moments d'euphories, ses moments de doute. Sauf qu'à l'OM, tout est Trop : trop haut, trop bas, trop fort, trop intense, trop chaud... L'OM c'est le contraire d'un club linéaire, prévisible, arrogant, hautain. L'OM, c'est le club des émotions exacerbées, c'est le club des événements quotidiens. L'OM c'est un roman qui ne s'arrête jamais et c'est pour cela qu'on l'aime et qu'on le soutient jour après jour.

agenda sportif

Sam 28/04/07 - 20h : **Ligue 1** OM - FC Sochaux

Sam 05/05/07 - 20h : **Ligue 1** A.S Monaco - OM

Mer 09/05/07 - 20h : **Ligue 1** OM - A.S Nancy

Sam 12/05/07 - 21h : Finale de la Coupe de France

Sam 19/05/07 - 20h : **Ligue 1** A.S Saint-Etienne - OM

Sam 26/05/07 - 21h : **Ligue 1** OM - Sedan

Zoom sur les métiers de HighCo : Ce mois-ci le « clearing »

Clearing ou traitement de bons de réduction : activité de Back-office qui consiste à traiter les coupons et les offres de remboursement différées (ODR). Cette activité permet également de constituer des bases de données qualifiées permettant de mesurer le retour sur investissement (ROI) d'une opération promotionnelle ou de mettre en place une action relation client.

300 millions de bons sont traités en France et en Belgique par HighCo

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



OM

entreprendre

HighCo

Newsletter 5

AVRIL - MAI 2007



6 mois après !

C'est le 19 Septembre 2006, au siège parisien d'HighCo, que le premier déjeuner « OM entreprendre » a eu lieu. Une quinzaine d'annonceurs étaient venus découvrir le club « OM Entreprendre ». Un concept qui permet la rencontre de deux univers qui, aujourd'hui, sont devenus complémentaires : celui du sport et celui de l'entreprise.

Depuis un peu plus de 6 mois aujourd'hui, le club « OM Entreprendre » a pour objectif de faire découvrir tout ce qu'un nom, et un club comme l'OM, a à apporter à des annonceurs, nationaux et internationaux.

Quand autour de la table, tous les participants sont assis avec une même vision de l'entreprise et des valeurs similaires à celles portées par l'OM, telles que « l'Engagement, la Progression, le Dépassement de soi » alors pour tous ceux là, l'OM à travers le sport, est un réel accélérateur de notoriété. Voilà pourquoi l'image que véhicule l'OM, avec ce côté transcendant, stimulant, prend tout son intérêt pour les sociétés qui se sont associées au club.

Après 4 déjeuners, pour un premier bilan, il ressort que l'OM est décidément un club singulier. Les échanges entre dirigeants étaient passionnants, riches en réflexions et en projets. Des liens se sont créés...

Nous poursuivrons donc cette aventure et sommes très heureux de vous convier lors d'un prochain déjeuner en 2007.

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



DROIT AU BUT

découverte

L'OM un club international

L'OM à la Dubaï Cup 2007

Pour préparer la deuxième partie de la saison, l'Olympique de Marseille a ponctué sa trêve hivernale par une participation au « Mohammed Bin Rashid International Football Championship ». Un tournoi qui a également réuni à Dubaï, le Bayern de Munich (Allemagne), le Benfica de Lisbonne (Portugal) et la Lazio de Rome (Italie), conformément à la volonté du comité d'organisation qui souhaitait réunir les 4 pays présents en demi finale de la Coupe du Monde 2006.

Pendant 3 jours, l'OM a pu parfaire sa préparation dans des conditions hors du commun, avec une température agréable avoisinant les 24 degrés. L'équipe a joué deux rencontres face à la Lazio de Rome et le Bayern de Munich.

Dubaï est la ville la plus connue des Emirats Arabes Unis (EAU). La cité, en pleine expansion, concentre sur son territoire 20% des grues mondiales : Dubaï veut construire le plus haut gratte-ciel du monde. La construction vient de débuter et s'achèvera en novembre 2008. Baptisé « Burj Dubaï », le building mesurera entre 700 et 800 mètres de hauteur pour 160 étages.

Durant leur séjour, entre la préparation et les matchs, les joueurs olympiens ont visité cette ville d'exception.



Photo 1 : conférence de presse d'ouverture et présentation du trophée.

Photo 2 : l'Al Ahli Club Stadium.

Photo 3 : Lazio de Rome : 1-3.



Photo 4 : Habib Beye (OM), avec les joueurs du Bayern de Munich Valérian Ismaël, Owen Hargreaves et Daniel Van Buyten.



Photo 5 : la visite à "His Highness Sheikh Mohammed Bin Rashid Al Maktoum", Ruler de Dubaï.



Photo 6 : voici le "Burj Al-Arab", le seul hôtel 7 étoiles dans le monde.

Photo 7 : entre les matchs, les Olympiens ont visité Dubaï et se sont notamment rendus au "Mall of Emirates", un immense complexe comprenant un centre commercial et un hôtel.



Photo 8 : dans cette galerie marchande, ils ont eu la surprise de découvrir... une station de ski, avec pistes et télésièges !

Photo 9 : OM - Bayern de Munich: 3-4

Photo 10 : l'OM compte à Dubaï de nombreux fans.

Rencontre

Pascal NEGRE

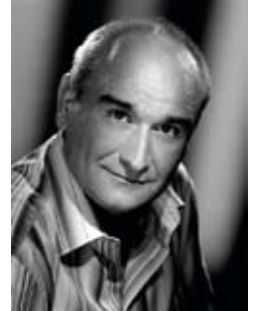
Président directeur général d'Universal Music France



UNIVERSAL MUSIC FRANCE

Que représente l'activité du pôle France au sein du groupe Universal ?

La France est un des marchés majeur de la musique dans le monde avec une particularité quasi unique: le répertoire local pèse plus de 60% du marché. Universal Music France est particulièrement fort sur les artistes français et c'est grâce à cela que près de 2 disques sur 5 vendus en France en 2006 sortent de chez Universal.



Universal music est impliqué dans OM Mobile By Orange quel est le rôle de votre société dans ce partenariat ?

Une de nos filiales distribue cette offre dans le réseau des marchands de journaux et s'occupe des services à valeur ajoutée : les chats, les vidéos, les infos, les sonneries, les logos et la personnalisation de répondeurs.

Quelles nouveautés sont à attendre de ce type d'abonnement « supporters » ?

Après une période où les opérateurs ont essayé avec succès de convaincre le plus grand nombre de gens de s'abonner à la téléphonie mobile, l'heure est désormais à la segmentation pour proposer des services téléphoniques adaptés aux besoins de chacun.

La passion pour un club ou une région est une différence dont il faut tenir compte. C'est notre ambition avec « OM mobile by Orange » : répondre aux attentes des supporters de l'OM et leur donner encore plus de proximité avec leur club grâce aux infos, mais aussi en leur permettant de tirer directement profit des résultats de leur équipe en offrant des SMS quand l'OM marque des buts ou des soirées cadeaux lors des matchs importants. De plus, l'OM c'est aussi une région, des gens qui ont des activités communes. Notre ambition est de favoriser les échanges entre eux grâce aux week-ends illimités entre supporters.

Quel est votre pronostic sur la fin ?

Une fois encore, le titre n'échappera pas à l'Olympique Lyonnais. La lutte pour la deuxième et troisième place va être des plus passionnantes. Les équipes que l'on attendait en début de saison vont revenir dans la course, et avec désormais la paire Cissé et Ribéry reconstituée, l'OM fait partie de ces équipes tout comme Bordeaux, Lille et Lens.

Mon tiercé serait donc 1. Lyon 2. Marseille 3. Lille.

Secteur d'Activité : Industrie du disque

Site Internet : www.universalmusic.fr

Contacts : Jean-Luc BRES Directeur du Média Développement,
Thomas DESARNAUD Directeur du Business Développement



Interview

Jérôme BOST

Directeur de l'Animation Era Immobilier

Présentez-nous ERA Immobilier ?

ERA immobilier est un réseau d'agences immobilières (franchises) qui existe depuis 1971. Nous sommes aujourd'hui Numéro 1 en Europe avec une présence dans 17 pays, pour un total de 32 pays dans le monde. ERA immobilier compte 400 agences en France et continue de se développer dans toute l'Europe.

Avez-vous déjà utilisé « le sport » dans la communication de ERA immobilier ?

Oui et nous continuons à l'utiliser. Nous sommes en effet partenaires de l'émission « F1 à la une » sur TF1 depuis 2004. D'ailleurs notre Slogan « Accélérateur de transactions » reflète ces valeurs qui nous sont proches et sont véritablement en phase avec un sport comme la F1. La réactivité, la compétition, la rapidité sont parties intégrantes de notre culture d'entreprise.

Que pensez-vous de l'initiative prise par HighCo et l'OM de créer les déjeuners OM Entreprendre ? Et pourquoi avez-vous souhaité y participer ?

Ces déjeuners OM Entreprendre sont à mon avis une très bonne initiative. Le sport a aujourd'hui besoin des entreprises et les entreprises ne peuvent se passer des valeurs que le sport véhicule. C'est pourquoi le principe des déjeuners OM Entreprendre est intéressant car il permet la rencontre de deux univers qui, aujourd'hui, sont devenus complémentaires. Voilà entre autres pourquoi j'ai voulu venir à ce déjeuner. Pour les raisons évoquées ci-dessus et puis parce que l'OM est un club mythique. Et pouvoir échanger avec Jean-Philippe Durand ou Manuel Amoros est un moment rare et privilégié dont il faut savoir profiter.

Pensez-vous que les "solutions" de sponsoring proposées par l'OM peuvent s'adresser à des entreprises d'envergures nationales et pas uniquement régionales.

Aujourd'hui des clubs comme l'OM, qui étaient à l'origine des clubs régionaux et qui ont par la suite acquis une notoriété nationale, voire internationale dans le cas de l'OM, correspondent complètement aux attentes des annonceurs tant régionaux que nationaux voire internationaux. Et c'est là que réside une des principales forces d'un grand club comme l'OM.

Secteur d'Activité : Immobilier

Site Internet : www.erafrance.com

Dirigeant : Jérôme BOST, Directeur de l'Animation

Légende

Le jour où... j'ai gagné la coupe de France pour la 3^e fois... par Jules ZVUNKA

C'était le 12 Juin 1976 lors de la finale de la coupe de France contre Lyon (Victoire 2-0).

Gagner trois Coupes de France en tant que joueur et comme entraîneur est quelque chose de vraiment unique...

La première victoire, en 1969 contre les Girondins de Bordeaux comme joueur, était vraiment magnifique. La seconde, en 1972 contre Bastia toujours comme joueur, l'était tout autant car j'étais alors le capitaine de l'équipe. J'ai donc reçu la coupe des mains du Président de la République, Mr Pompidou. C'est depuis ces années là que j'ai gardé le surnom de « Capitaine Courage ».

La troisième victoire, celle de 1976 contre l'Olympique Lyonnais n'a pour moi pas la même saveur. En tant qu'entraîneur, je me sentais dans l'obligation de la gagner. Cette année là nous avions une bonne équipe, probablement le meilleur effectif de L1. Malgré tout, nous avions eu un parcours difficile, voire chaotique en Championnat.

La coupe de France était notre bouffée d'oxygène et nous avions à cœur de la remporter.

Être sur le banc de touche, c'est vraiment terrible ! Quand on est sur le terrain on ne s'occupe que de soi, tandis que sur le banc, tous les soucis sont multipliés par 11 ! Il m'est parfois arrivé de me retrouver avec deux cigarettes en même temps entre les mains tellement la pression était forte !

En ce qui concerne ce match, je me souviens qu'à cette époque nous avions 11 joueurs et 1 remplaçant. Alors que la victoire était presque assurée (2-0) j'ai voulu faire rentrer le petit jeune remplaçant mais je ne savais pas qui faire sortir. J'ai alors décidé de sortir mon frère Victor (NLDR actuel entraîneur du F.C. Gueugnon) car il était plus facile de lui expliquer après coup. Mais c'est Raoul Nogues, qui avait inscrit le 1^{er} de nos deux buts, qui est venu me voir en me disant « Zun fait rentrer le petit ! ». C'était formidable de sa part et représentatif de l'ambiance qu'il y avait dans ce groupe.

Marius Trésor, notre capitaine, a eu l'honneur de recevoir la neuvième Coupe de France de l'histoire du club des mains du Président Giscard d'Estaing. L'autre grand souvenir de cette victoire ? Notre défilé sur le vieux port avec la Coupe ! Extraordinaire !

