



# PROCES-VERBAL

## Bureau de la LFP

Auteur : Didier QUILLOT

Date : 15 février 2018

Référence : LFP-BUR.2018.02.15

Libre

Interne à la LFP

Confidentielle - Personnelle

Réunion du	15/02/2018
Bureau présidé par	M. Didier QUILLOT

**Présents avec voix délibérative** Mme Nathalie BOY DE LA TOUR, MM. Nasser AL KHELAIIFI, Bernard CAIAZZO, Bertrand DESPLAT, Vincent LABRUNE, Claude MICHY, Noël LE GRAËT, Philippe PIAT, Patrick RAZUREL, Pierre REPELLINI

**Présents avec voix consultative** Didier QUILLOT

**Excusés** MM. Laurent NICOLLIN représenté par M. Bertrand DESPLAT, Michel DENISOT représenté par Mme Nathalie BOY DE LA TOUR, Jean-Pierre RIVIERE, Vadim VASILYEV, Said CHABANE représenté par M. Jacques-Henri EYRAUD

**Assistent** MM. Arnaud ROUGER, Jérôme BELAYGUE, Sébastien CAZALI, Olivier IMBERT, Christophe CHARMOILLE, Olivier JAUBERT  
Mme Stéphanie BOURDAIS, Mme Alexandra DUBOIS



## 1. Point d'avancement sur les négociations des droits internationaux

Mathieu FICOT présente le point d'avancement sur les négociations des droits internationaux de la LFP. Ces négociations sont conduites avec beIN et font l'objet de consultations / appels d'offre zone géographique par zone géographique. Elles ont démarré en décembre 2017 et se termineront en Juin 2018.

Nouvelle méthodologie de travail avec beIN :

- La fin des accords systématiques et globaux avec des sous-agences (ex MP & Silva)
- Une approche marché par marché, visant à optimiser la valeur des droits sur chaque territoire
- Le renforcement de l'équipe intégrée LFP / beIN en charge de commercialiser les droits internationaux :
  - Recrutement de 2 personnes chez beIN
  - Recrutement d'une personne chez LFP (en plus d'une personne dédiée)
- La Coordination en amont des stratégies commerciales par pays avec la LFP, élaboration en commun LFP / beIN des objectifs commerciaux et des plans d'actions
- Des réunions mensuelles de reporting
- Une clause de méthodologie qui garantit une juste valorisation des droits sur les territoires où beIN les exploite en tant que diffuseur (Moyen-Orient, Hong Kong, Indonésie, Thaïlande, Cambodge, Laos, Malaisie, Brunei, Singapour, Philippines, Australie, Nouvelle-Zélande, Espagne, Turquie, Etats-Unis, Canada)

Après avoir pris connaissance de ce dossier, le Bureau approuve la conduite de ces négociations en demandant les compléments suivants :

- En Europe : revoir les diffuseurs des 4 à 5 grands pays pour négociations individuelles afin d'optimiser la proposition reçue à date.
- Mettre en œuvre une stratégie « rupturiste » sur certains pays (à déterminer) ou les droits pourraient être distribués gratuitement pendant un an pour initialiser et développer une meilleure exposition du produit en demandant aux diffuseurs de référencer la Ligue 1 à la place d'une autre ligue européenne.
- Engager des discussions avec beIN pour valoriser au mieux les territoires sur lesquels beIN est diffuseur, en particulier MENA, Etats-Unis, Espagne, Turquie. Ces discussions avec beIN devront être présentées lors d'un prochain Bureau avant l'été.
- Engager les discussions avec beIN pour revoir les conditions de « revenue share » au-delà des minimums garantis par beIN.



## 2. Présentation stratégie digitale / Etude Atos / Solution Microsoft

Le Bureau écoute Christophe CHARMOILLE, directeur digital, et Olivier IMBERT, DSI, présenter la stratégie digitale de la LFP. Cette stratégie poursuit les objectifs suivants :

- Création d'une base de 5 millions de fans
- Mieux connaître les clients, valoriser les données
- Développement international de la marque Ligue 1 et valorisation des droits en France et à l'étranger
- Rattraper le retard par rapport aux autres ligues européennes
- Définir une stratégie de marketing digital concertée avec les clubs pour augmenter les revenus match day et merchandising
- Créer un écosystème digital vertueux : LFP > Clubs > Partenaires
- Inciter les clubs à développer leur expertise sur le digital & CRM
- Créer un comité digital afin de partager les bonnes pratiques entre clubs et Ligue

Christophe CHARMOILLE et Olivier IMBERT présentent ensuite la solution technologique retenue à l'issue d'une consultation réalisée avec ATOS. Il s'agit de la solution DSP de Microsoft, solution déjà utilisée par la Liga et présentant la meilleure adéquation avec la cartographie fonctionnelle souhaitée par la ligue, la maîtrise des coûts et des risques d'intégration.

Olivier IMBERT présente enfin la synthèse financière prévisionnelle de cet investissement.

Le Bureau, après avoir pris connaissance de ce dossier, valide cette solution et le budget afférent, mais demande, par l'intermédiaire de Jacques-Henri EYRAUD, aux équipes de la LFP d'être plus ambitieuses en matière de revenus y compris en utilisant la stratégie digitale pour augmenter les revenus des droits TV internationaux. Jacques-Henri EYRAUD demande également l'étude immédiate et le lancement d'une chaîne OTT à destination de l'international.

Le Bureau demande que soit élaborée avec les Clubs une Charte d'utilisation en BtoB de la base de données Fans qui sera réalisée avec la stratégie digitale. Cette Charte est un préalable à la transmission éventuelle par les Clubs de leurs fans dans une base de données commune. La LFP rappelle que l'échange doit fonctionner dans les deux sens Ligue / clubs.

Enfin, Noël LE GRAËT demande que soient étudiés avec la Fédération Française de Football les synergies et mutualisations possibles en matière de digitale. Une réunion LFP / FFF sera organisée en ce sens par Didier QUILLLOT.

## 3. Debrief Investisseurs New-York

Le Bureau écoute Olivier JAUBERT présenter le compte-rendu du voyage effectué à New-York en janvier 2018 pour rechercher des investisseurs prêts à investir dans des clubs français.

Le Bureau par l'intermédiaire de Bertrand DESPLAT se félicite de cette initiative et demande à la LFP d'aller plus loin, en particulier en communiquant vers l'ensemble des clubs sur cette initiative.

Bertrand DESPLAT organisera avec Didier QUILLLOT la communication vers les clubs sur ce sujet.



## Points divers

En marge de l'ordre du jour, Bertrand DESPLAT demande que soit présenté lors du prochain Bureau et / ou Conseil d'Administration de la LFP un point d'avancement sur le dossier pelouses : résultats, plan d'action, sanctions envisageables

Nasser AL KHELAIFI revient sur les campagnes Française des Jeux et Tag Heuer utilisant l'image collective des joueurs, en le regrettant. Didier QUILLOT lui rappelle que cette situation a été réglée depuis début février 2018 et qu'il n'y a plus de proposition de sponsoring utilisant l'image collective des joueurs.

Les points 4, 5 et 6 n'ayant pas été présentés, le Bureau décide de les porter à l'ordre du jour de la prochaine séance.

Le Directeur Général Exécutif  
Didier QUILLOT