

Club de l'Audace

Le président de Première Ligue défend un « virage économique du football français »



Reçu par le Club de l'Audace en mars dernier, Bernard Caïazzo a déclaré se battre pour un football « économiquement plus compétitif ». Fiscalité française paralysante, enjeu des droits TV et trading joueurs à son apogée : le président du conseil de surveillance de l'ASSE (Association sportive de Saint-Étienne), également président de Première Ligue, a livré sa vision de ce qui freine et de ce qui booste l'économie du foot français.

« Le succès est éphémère... Encore plus dans le domaine du foot. Par rapport à une entreprise, tout va très vite : le résultat d'un week-end peut être déterminant, et l'on doit savoir gérer cela, car il y a forcément des crises dans une saison. Il faut anticiper, et être assez expérimenté pour passer ce cap, sinon on ajoute une crise à la crise », a philosophé Bernard Caïazzo, invité par le Club de l'Audace en mars dernier.

À la clairvoyance, doit s'ajouter une bonne dose d'innovation pour alimenter la réussite d'un club, a par ailleurs souligné le président du conseil de surveillance de l'ASSE. Ce dernier prône ainsi le développement d'une forte dimension R&D, afin de rechercher quelles peuvent être les meilleures pratiques de préparation physique, de recrutement, de marketing ou encore de communication. « On a besoin de start-up pour améliorer globalement l'efficacité des clubs sur ces points. Depuis trois ou quatre ans, on a vu une progression extraordinaire de ces méthodes. Il faut s'en emparer, mais aussi voyager, regarder ce qui se passe à l'étranger et faire preuve de créativité ». Et en matière de créativité, le président de Première Ligue s'y connaît. Si l'ancien étudiant de l'ESSEC a été l'un des pionniers des centres d'appels en Europe, c'est également lui qui a initié le système des loges, inauguré au Parc des Princes... il y a trente-cinq ans.

« SE BATTRE POUR UN FOOTBALL ÉCONOMIQUEMENT PLUS COMPÉTITIF »

Alors que plusieurs clubs avaient annoncé en janvier dernier qu'ils souhaitaient mettre en place une société commerciale pour gérer les sources de revenus de la Ligue 1 et de la Ligue 2, le président de Première Ligue l'assume : il défend « un virage économique du football français ». L'économie du football pourrait être boostée par des mesures simples mais efficaces, a ainsi estimé Bernard Caïazzo. « Quasiment tous les pays d'Europe autorisent les supporters à boire de la bière dans le stade. L'un des seuls pays où ce n'est pas possible, c'est en France. Or, on en a fait l'expérience : une vente de bières sur un match Marseille-Toulouse rapporte 200 000 euros de recettes ! ».

Actuellement, être président du conseil de surveillance d'un club et président d'un syndicat patronal, c'est « principalement rencontrer des hommes politiques et se battre pour un football



Bernard Caïazzo

économiquement plus compétitif », a-t-il affirmé. De nombreux clubs – dont l'ASSE – réclamaient ainsi depuis longtemps le retour du droit à l'image collective des sportifs. Leur vœu a été exaucé par la loi Braillard du 1^{er} mars 2017, votée à l'unanimité au Parlement. Si le décret d'application tarde à être pris – ce qui ne manque pas de provoquer une certaine exaspération dans le milieu footballistique, la mesure vise à « dissocier le salaire fixe des joueurs de leur droit à l'image qui n'est pas soumis aux cotisations sociales », a expliqué Bernard Caïazzo. L'objectif : permettre aux clubs de verser plus d'argent à leurs joueurs les plus célèbres, sous forme de redevances, avec un niveau de cotisations patronales moins élevé ; et, au championnat de France, d'être plus compétitif.

LA FISCALITÉ, CAUSE DE LA CHUTE DE LA LIGUE 1 AU CLASSEMENT UEFA ?

Car si la lourdeur de la fiscalité est souvent accusée de bloquer la croissance française, le football n'échappe pas au débat. Depuis 2009, date à laquelle le droit à l'image collective avait été supprimé, les clubs français ont vu leurs charges salariales et patronales exploser : selon la Ligue de football professionnel (LFP), la contribution fiscale

et sociale du football professionnel au budget de l'Etat s'élève à un total de 790 millions d'euros sur la dernière saison, en hausse de 6,3 % par rapport à la saison précédente.

Le président de Première Ligue l'a indiqué : le club le plus lourdement taxé en France reste, sans surprise, le PSG. Ce dernier paierait ainsi à l'État français pas moins de 100 millions d'euros de charges par an.

Les dirigeants des clubs accusent ainsi souvent la fiscalité française, qui peut dissuader certains investisseurs, d'être à l'origine de la chute de la Ligue 1 au classement UEFA, passée de la 2^e à la 5^e place en 20 ans. En 2014, l'Union des clubs professionnels de football (UCPF) rendait d'ailleurs un bilan accablant en la matière. Alors qu'en France, le montant des cotisations sociales et patronales s'élèvent à 246 000 euros pour un salaire brut annuel de 600 000 euros ; le montant ne dépasse pas 100 000 euros dans d'autres pays européens. L'étude observait notamment que les charges sociales pour un joueur dont le salaire annuel brut était de 600 000 euros étaient 5 fois supérieures à celles payées en Angleterre ou encore 15 fois plus importantes qu'en Allemagne, pays qui plafonne les charges salariales. « Rendez-vous compte : l'ASSE paie plus de charges patronales à l'État que la totalité des 18 clubs allemands de première division ! », a déploré le président du CS de l'ASSE.

Même constat avec l'Espagne. « Quand le 14^e club espagnol est plus riche que le 7^e français, il faut se poser des questions, car autant on peut tenir quelques années en étant moins bon sur le plan financier et meilleur sportivement, autant, au bout d'un moment, la différence au niveau capitalistique finit par créer un écart à tous les niveaux », a alerté Bernard Caïazzo.

PERFORMANCES COMMERCIALES RECORD

Pourtant, a priori, les performances commerciales du football professionnel français se portent plutôt bien : la dernière saison a même été marquée par un chiffre d'affaires (hors-mutations) record de 1,9 milliard d'euros, en hausse de 10,2 %, selon la LFP.

De bons résultats notamment dus aux recettes billetteries : si ces dernières représentaient 22 %

du chiffre d'affaires global du football français il y a vingt ans, elles ont été divisées par deux il y a quelques années. Mais le football français reste le premier spectacle vivant en France en nombre de clients, et les recettes billetterie des clubs professionnels français ont augmenté, sur la saison dernière, de 13 % par rapport à l'exercice précédent, montrent les données de la DNCG (Direction nationale du contrôle de gestion, commission indépendante hébergée par la LFP). Ce qui n'est cependant pas étranger à un effet prix, puisque les spectateurs ont payé leur billet un peu plus cher : 21,7 euros, contre 19,5 euros l'année d'avant, pendant que les abonnements ont, eux, grimpé de 19 % – accusant du même coup une chute de 7 % d'abonnés. Toutefois, au final, trois clubs ont réalisé la moitié des recettes des matchs du total de la Ligue 1 : l'OL, grâce au Groupama Stadium (20,3 %), le PSG (20,1 %) et l'OM (9,3 %).

À Saint-Étienne, les recettes billetteries atteignent un peu moins de 15 %, abonnements compris. « À l'ASSE, on a 10 000 abonnés à 150 euros par an : cela fait environ 8 euros le match, même pas le prix d'une place de cinéma. Les clubs sont obligés, selon la richesse de la région, selon le taux de chômage, de s'adapter. À Paris, par exemple, le "panier" est bien différent de chez nous ! », a observé Bernard Caïazzo.

LES DROITS AUDIOVISUELS : UNE MANNE FINANCIÈRE III

Le président de Première Ligue l'a souligné : ce qui rapporte beaucoup au football, bien davantage que les billetteries, ce sont les droits audiovisuels. Et en effet, ces derniers ont bondi de 23 % en l'espace d'une saison, et ont représenté... la moitié des recettes du football professionnel, Ligue 1 et Ligue 2 confondues.

Le montant annuel des droits TV nationaux a notamment doublé : en 2014, l'appel d'offres pour les droits de la Ligue 1 et de la Ligue 2 sur la période 2016-2020 a permis à la LFP d'attribuer les droits audiovisuels nationaux pour 749 millions d'euros par an. Cependant, Bernard Caïazzo a tenu à nuancer : « Il n'y pas suffisamment de diffuseurs, et donc, pas suffisamment de concurrence. Aujourd'hui, alors que la France est à 800 millions de droits TV par an, les Italiens ont atteint 1 milliard, les Allemands 1,2 milliard, les Espagnols 1,4 milliard, et les Anglais 3 milliards. Nous sommes en retard ! » a-t-il jugé, fustigeant dans le même temps l'intervention de François Hollande auprès de l'émir du Qatar, en avril 2014, dans l'offre d'appel des droits de diffusion de la Ligue 1. La LFP avait notamment accusé cet arrangement favorisant Canal+ par rapport à beIN Sports de ne pas avoir donné suite à la montée des enchères qu'elle attendait.

« La politique française est beaucoup trop interventionniste dans notre foot. La ligue dépend de la fédération, qui dépend du ministère des Sports, qui dépend du gouvernement. Cette immixtion nous a fait perdre près de 200 millions d'euros, ce qui explique le fossé avec les autres pays », a commenté le président de Première Ligue. Un fossé qui tend à se combler, puisque l'AFP l'annonçait fin mai : les droits TV augmentent de plus de 60 % pour atteindre plus de 1,1 milliard d'euros par saison pour la période 2020-2024, selon les résultats de l'appel d'offres pour les droits TV sur ce créneau. En effet, Canal+ ne diffusera plus le moindre match de Ligue 1, tandis que le groupe espagnol Mediapro a pour sa part remporté les principaux lots mis aux enchères par la LFP. Ce qui réjouit fortement les présidents des clubs, les revenus de ces droits étant redistribués.

Quant aux droits internationaux, avec 80 millions d'euros par an à partir de la saison prochaine, le Championnat de France se fait largement dominer par la Premier League anglaise (1,3 milliard d'euros), la Liga espagnole (650 millions d'euros), la Serie A italienne (370 millions d'euros) et la Bundesliga allemande (250 millions d'euros). Un retard que Bernard Caïazzo impute au manque de représentation du football français. « J'ai rencontré le président de la Liga espagnole : il passe quatre-vingts nuits par an dans l'avion pour promouvoir le football espagnol partout dans le monde. Les Espagnols ont choisi une équipe de soixante ambassadeurs, ils les ont formés pendant six mois et les ont envoyés partout dans le monde pour faire la publicité de leur foot, de la Liga. À nous maintenant de prendre exemple et de mettre le turbo. Il faut voyager, il faut aller voir les diffuseurs », a martelé le président de Première Ligue.

TRADING JOUEURS ET INVESTISSEURS ÉTRANGERS III

« Les joueurs français sont devenus des "produits", de plus en plus exportés, pour des valeurs de plus en plus importantes. La France est le premier exportateur de joueurs de foot avec le Brésil : dans les cinq grands championnats en Europe, vous avez cent trente-huit joueurs Français, cent trente-six Brésiliens, car c'est de notoriété mondiale que la France forme bien », a affirmé Bernard Caïazzo. Une explosion de l'exportation qui profite aux investisseurs : « Ils vont acheter et former un joueur pour deux millions d'euros et le revendre par exemple pour huit fois ce montant. À part le foot, je ne vois aucun autre secteur d'activité dans lequel une telle plus-value peut se faire », a observé le

président de Première Ligue. Outre la billetterie, les droits TV, mais encore les sponsors, la vente des produits dérivés et les subventions publiques, un dernier type de ressources fait donc monter les recettes : le trading joueurs. La saison 2016/2017 a été ainsi marquée par des plus-values de cessions de joueurs à hauteur de 302 millions d'euros, bien qu'en baisse par rapport au montant record réalisé sur la saison précédente, car, en raison de l'arrivée de nouveaux investisseurs, les clubs ont maintenu un niveau élevé d'achats de joueurs. En juillet dernier, la vente de Benjamin Mendy à Manchester City pour 58 millions d'euros avait notamment instauré l'AS Monaco comme meilleur vendeur d'Europe.

Par ailleurs, Bernard Caïazzo est revenu sur un football français majoritairement financé par l'étranger. Alors que les Allemands sont soumis à la règle des 50+1 qui impose aux supporters de détenir 51 % des parts des clubs professionnels – et empêche donc tout investisseur privé d'en avoir le contrôle –, en France, de nombreux industriels étrangers sont derrière les équipes. « Les grandes fortunes dans le monde s'achètent une sorte de virginité, et de notoriété. OL, PSG, AS Monaco, OM : aujourd'hui il y a un Big 4 dans le foot français qui appartient à des Qataris, des Russes, des Américains, des Chinois », a indiqué Bernard Caïazzo. À côté, l'ASSE est l'un des seuls clubs français au capital 100 % français.

Ses dirigeants pourraient s'en gargariser, mais ils restent réalistes. « Notre avenir passe par l'arrivée d'investisseurs. On aimerait qu'ils soient Français, mais ils seront certainement Américains ou Asiatiques. On pourrait le regretter, mais je pense que c'est dans l'ordre des choses. C'est ce qui permet au foot de se développer. Si les Qataris n'étaient pas venus à Paris, si les Russes n'étaient pas venus à Monaco, si les Américains n'étaient pas venus à Marseille, Saint-Étienne serait peut-être devenu champion d'Europe, a estimé le président de Première Ligue. Saint-Étienne a été champion de France en 1981... C'était il y a bientôt quarante ans. Les investisseurs étrangers, c'est donc une chose inévitable, et il faut vivre avec son temps, sous peine de devenir un club musée », a appuyé le président du CS de l'ASSE. Et si cette dernière était sur le point d'être vendue à l'Américain Peak6 il y a quelques semaines, avant que les négociations n'échouent, l'augmentation des droits TV à compter de 2020 rebat par ailleurs complètement les cartes. Le club stéphanois ne passera donc finalement pas sous pavillon étranger... En tout cas, pas dans l'immédiat.

Bérengrère Margaritelli

2018-4019