



Le club de Cholet Basket développe sa marque

Comme tout club professionnel, CB met un soin particulier à mettre en avant ses produits dérivés.

PAGE 8

Le Courier de l'Ouest - Samedi 21 novembre 2015

CB tente d'imposer sa griffe

Comme tout club sportif de haut niveau, Cholet Basket développe sa marque et ses couleurs auprès du grand public. Quels sont les moyens mis en œuvre ? Est-ce que ça rapporte ? Voici les réponses...

Freddy REIGNER

freddy.reigner@courrier-ouest.com

Ce lundi-là, Olivier Delabre poursuivait son week-end choletais. Coiffeur à Toulouse, il avait décidé de repousser son départ pour venir à la boutique de Cholet Basket. « Il me faut un maillot d'entraînement et un short », explique avec le sourire celui qui est un... vrai supporter de CB. Natif des Mauges, Olivier Delabre a toujours le cœur rouge et blanc. Et quand il coupe les cheveux dans son sud-ouest d'adoption, il n'est pas rare que ses clients connaissent Cholet. « Je ne suis pas sûr qu'une autre ville de cette taille, en France, soit aussi connue, dit-il. Cette réputation, c'est le basket qui en est l'explication. »

Dans les bureaux de Cholet Basket, comme dans tout club professionnel, la politique de développement de la marque est d'une haute importance. C'est pour cette raison que la boutique officielle a été revue et corrigée depuis maintenant deux ans.

La boutique rapporte 500 à 1 000 € les soirs de match

Logée dans un modulaire d'environ 50 m², mitoyen à la Meilleraie, la boutique a véritablement changé de dimension. « Avant, on avait un petit stand de trois mètres dans la salle, se souvient Elisabeth Ory, la responsable de la boutique. Là, on a réussi à développer toute une gamme de produits. Des bracelets à 50 centimes au maillot de match à 45 €, en passant par des verres, des jeux de cartes, des ballons, des socs, des mugs... »

A chaque match à domicile, les ventes à la boutique représentent entre 500 et 1 000 €. C'est peu par rapport au football... « Les ventes dépendent aussi beaucoup des résultats de l'équipe, cela va du simple au double, remarque Thierry Chevrier. Mais on sait bien qu'on ne va pas faire fortune avec la boutique. C'est une rentrée d'argent, disons, accessoire dans notre chiffre d'affaires. Nous, ce qu'on cherche avant tout, c'est développer notre marque et nos couleurs à l'extérieur. C'est pour ça aussi que tous les



Cholet, le 9 novembre. Elisabeth Ory, ici à gauche, est responsable de la boutique Cholet Basket. A chaque match à domicile de CB, la boutique - qui abrite aussi le trophée de champion de France - rapporte entre 500 et 1 000 €.

jeunes du club ont obligation de porter nos couleurs à l'entraînement. On ne veut pas de maillot Tony Parker ou autre, non ! On doit respecter un code. » Pour enrichir la gamme des produits dérivés, le club va très bientôt inaugurer une gamme de vêtements femmes. Une gamme qui sera disponible en boutique mais aussi sur le site internet, qui est un des grands vecteurs de la marque vers l'extérieur. Aujourd'hui, le club enregistre en moyenne 1 800 connexions

quotidiennes. « Pour l'anniversaire des 40 ans, on a beaucoup travaillé dessus, dit Thierry Chevrier. On a un salarié dédié à Internet, cela a été un de nos grands chantiers. » Sur la toile, on retrouve aussi une communauté Facebook : CB Campus. Cet autre axe de développement de la marque - auprès des jeunes fans, très nombreux dans le monde du basket - regroupe 1 380 membres et propose photos et vidéos à la pelle. C'est par ce biais-là aussi que le club

va remonter un concert de Boostee. Jeune rappeur choletais, au mois de décembre prochain. Les équipes marketing font le travail, à l'échelle de Cholet bien sûr. Et doivent également s'adapter à ce qui fait l'essence du club, à savoir : les résultats. Et en ce moment, ce n'est pas fameux...

« La vente des produits dérivés du club varie du simple au double en fonction des résultats », glisse ainsi Thierry Chevrier.

Christiane, passionnée par Cholet Basket

À 78 ans, Christiane Le Theix assiste à tous les matchs de Cholet-Basket à la Meilleraie. Une passion que cette fidèle abonée entretient depuis l'ouverture de la salle.

Depuis des dizaines d'années, Christiane Le Theix est une des plus fidèles supportrices de l'équipe Cholet Basket. Le *Courrier de l'Ouest* a voulu en savoir plus sur la passion qui la pousse dans cette salle depuis son ouverture.

« Je suis présente à toutes les rencontres, toujours à la même place, peu importe le temps » explique fièrement Christiane qui a oublié l'écharpe de CB ce soir-là : « Il faisait trop chaud » s'excuse notre supportrice. Elle habite rue de la Mutualité. Sa mère, âgée de 102 ans, vit encore avec elle : « Elle lit le *Courrier de l'Ouest* tous les matins, on est abonné depuis des années au journal » précise Christiane.

« Cette année, on verra... »

Son domicile est situé à quelques hectomètres de la Meilleraie mais elle s'y rend en voiture : « Mon fils m'amène à la salle et me récupère à



À 78 ans, Christiane Le Theix est abonée et fidèle supportrice de Cholet-Basket.

la fin de la rencontre », explique Christiane qui s'aide d'une canne anglaise pour se déplacer à cause de douleurs

au dos. C'est une amie qui lui a fait connaître les soirées à la Meilleraie. « Elle m'a dit, viens donc, j'y suis allé, ça

m'a plu tout de suite, il y avait de l'ambiance, et depuis je vais chaque année, le bruit ne me gêne pas du tout ». Christiane est une passionnée de sport : « Je regarde les matchs à la télé, le basket bien sûr, mais le foot aussi, je supporte Nantes, mais ne me parlez pas du PSG » ! Même si Christiane suit le basket depuis des années, elle avoue ne pas connaître toutes les règles, mais peu importe : « J'en connais certaines et je regarde les gestes et les signes que font les arbitres, ça me permet de comprendre ».

Comme beaucoup de supporters choletais, Christiane a vécu les belles années de CB et la nostalgie pointe : « Le meilleur joueur pour moi c'était Warner et le meilleur souvenir le titre de champion de France avec Kunter à Bercy, j'avais suivi le match à la télé ». Maintenant Christiane est perplexe et hoche la tête : « L'année dernière ce n'était pas terrible, cette année on verra bien ». À 78 ans, elle n'a pas l'intention de décrocher et espère vivre encore de belles soirées le samedi soir du côté de la Meilleraie.

Le Courrier de l'Ouest – Samedi 21 novembre 2015

