

LES PARTENAIRES DE CHOLET BASKET, L'HÉRITAGE D'UNE TRADITION DE PATRONAGE



Occuper les loges réservées aux partenaires n'empêche pas l'enthousiasme du supporter de s'exprimer. Photo Étienne LIZAMBARD

Le Courrier de l'Ouest Économie – Jeudi 21 février 2013

CB : de 1000 à 150 000 €

Cholet-Basket, le club phare du basket angevin, s'appuie sur un budget de 4,8 millions d'euros, le 6^e de la Pro A, avec de nombreux partenaires.

Olivier HAMARD

redac.angers@courrier-ouest.com

Cholet-Basket est le seul club, avec Villeurbanne, présent au plus haut niveau national depuis 1987... Dans une région où le basket est roi, héritage d'une tradition de patronage. Tradition à laquelle les entreprises locales ne dérogent pas, avec un important tissu d'entrepreneurs qui accompagne l'aventure de Cholet-Basket en Pro A. Chaque soir de match, dans la salle de la Meilleraie, beaucoup de chefs d'entreprises locaux sont présents pour soutenir leur équipe. Ils sont en effet 205 partenaires aux côtés de Cholet Basket. « Ce sont aussi bien des artisans locaux que des patrons de grandes entreprises, précise Patrick Chiron, ancien chef d'entreprise lui-même et président du club. On ne refuse personne et certains font beaucoup d'efforts pour être partenaires. La participation va de 1 000 euros minimum à 150 000 euros pour le plus important. Ils sont répartis en trois catégories : les partenaires ordinaires, les « majeurs » et les « premiums ». Leur nombre permet de limiter les risques, le

principal sponsor ne représentant que 3 % du budget. » La très grande majorité des partenaires est composée d'entrepreneurs locaux ou ayant des attaches locales

Un tissu économique dynamique et varié

« Parmi eux, il y a de véritables passionnés, assure Patrick Chiron. Tous viennent pour le spectacle, la convivialité. Ils invitent des clients ou des collaborateurs. C'est pour eux un moyen de communiquer sur leur entreprise, de se rencontrer et certains ont même sans doute fait des affaires. Nous avons la chance d'avoir dans la région choletaise un tissu économique dynamique et très varié, ce qui nous permet de maintenir notre niveau de budget même en cette période de crise. »

Pour ses partenaires, le club organise dans l'année plusieurs manifestations, présentation de l'équipe, tournoi des sponsors, et le coach de l'équipe intervient même ponctuellement chez les soutiens les plus importants. Chaque soir de match, le club organise une réception avant le début de la rencontre et le dîner qui suit les débats sur le parquet ras-

semble 400 à 500 personnes. « Cela fait également travailler des traiteurs locaux, ajoute Patrick Chiron, auxquels des chefs d'entreprises pourront ensuite faire appel pour une prestation. » La recherche de partenaires est l'affaire de trois personnes au sein du club : le directeur, le responsable de la communication et le président lui-même. « Il n'est pas toujours facile d'aller les chercher, en particulier dans les entreprises où les dirigeants changent, regrette Patrick Chiron. Mais nous pouvons nous appuyer sur un groupe très fidèle avec peu de turnover. Et même si nos partenaires sont attentifs aux résultats de l'équipe, tout le monde comprend que cela reste du sport, avec ses risques et ses incertitudes. Et puis, le basket garde une très bonne image aux yeux du public. »