

Team USA, tous comptes faits...

La sélection nationale américaine de basket est évidemment loin de générer autant d'argent que la NBA. Mais, à l'ombre de la ligue phare, elle gère son petit business.

EN CHIFFRES

28,69 M€

LES REVENUS ANNUELS DE DERRICK ROSE
(salaires et sponsoring compris), le mieux payé des joueurs américains présents à la Coupe du monde.

3,45 Mds €

LES REVENUS CUMULÉS DES TRENTE ÉQUIPES DE LA NBA
en 2012-2013.

5,93 M€

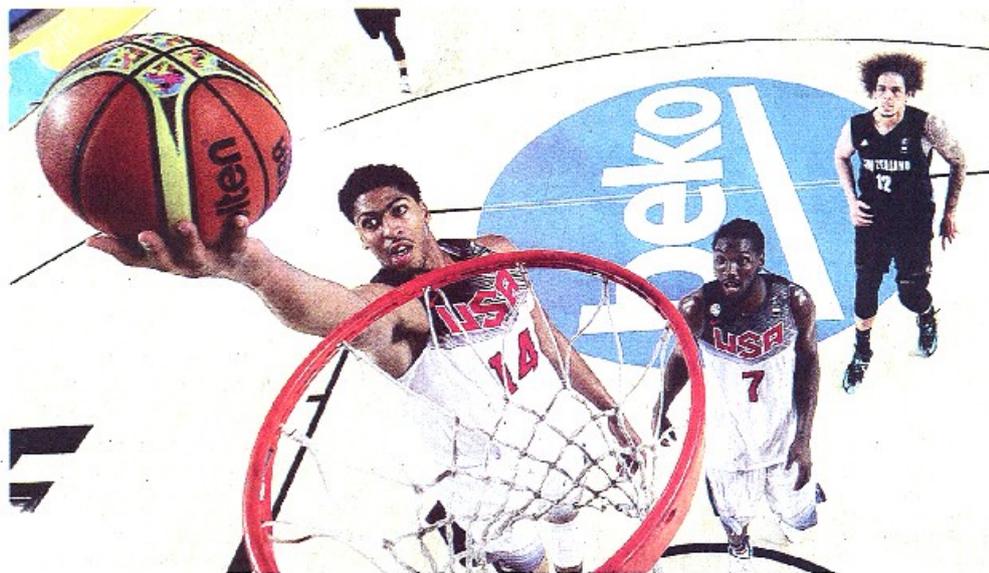
LES REVENUS D'USA BASKET EN DROITS DE LICENCE ET MARKETING
pour l'année 2012 (pour 8,1 millions de recettes globales).

800 000 €

LE MONTANT APPROXIMATIF PAYÉ PAR JOKER,
sponsor maillot des équipes de France de basket. Team USA, elle, ne commercialise pas son maillot.



Photos Refa Rivas/AFP, Agence William



On a beau être en Coupe du monde de basket, c'est bel et bien leur appartenance à la NBA qui suscite la popularité des joueurs du Team USA (ici le pivot Anthony Davis devant Kenneth Faried et le Néo-Zélandais Isaac Fotu). Et leur richesse aussi...

QU'IMPORTE si LeBron James et Kevin Durant ne sont pas à la Coupe du monde de basket, l'équipe américaine emporte toujours avec elle un peu de la magie des glorieux prédécesseurs de la Dream Team (1). En Espagne, tout le monde veut voir Team USA, qui a joué et remporté hier son dernier match de groupe contre l'Ukraine (85-71), et le show des vedettes de la NBA. Mais si les États-Unis alignent une équipe de millionnaires (80,9 millions d'euros de salaire annuel global pour les douze joueurs retenus), les revenus commerciaux de l'institution USA Basketball, l'équivalent de la Fédération française de basket, n'ont rien de délirant : en 2013, elle n'a généré que 5,5 millions de dollars de recettes (4,15 M€ dont 2,08 M€ de droits de licence et de droits de marketing).

La première raison de ces chiffres modestes ? L'équipe américaine n'affiche pas de publicité sur son maillot, conformément à la tradition des sports américains. Dans la mesure où seuls les sponsors de la Fédération internationale, la FIBA, ont le droit de s'exposer durant la Coupe du monde, Team

USA doit donc essentiellement compter sur les matches de préparation, outre quelques actions de représentations, pour offrir de la visibilité à ses partenaires (elle en compte huit, dont Jeep, la Ville de Las Vegas, la banque BBVA...). Or les Américains ne sont culturellement pas très friands de l'exercice : cette année, ils n'ont disputé que quatre matches amicaux, contre neuf pour l'équipe de France. « C'est d'abord lors des matches de préparation que les équipes gagnent de l'argent », confie Florent Marty, directeur du marketing et du développement de l'agence Sportive, ancien directeur des partenariats de la NBA en Europe.

DES SPONSORS EN COMMUN

À la fin de juillet, USA Basketball a tout de même annoncé la signature jusqu'en 2016 de trois nouveaux contrats de sponsoring avec Samsung, Diageo (leader mondial sur le marché des spiritueux) et Hospital for Special Surgery (un hôpital new-yorkais). Samsung et Diageo étaient déjà des sponsors de la NBA, ce qui n'a rien d'un

hasard. Celle-ci gère en effet la commercialisation de l'image de l'équipe nationale américaine via un contrat entre USA Basketball et NBA Properties, sa filiale en charge du marketing. Un échange de bons procédés : le premier s'appuie sur l'énorme puissance du second qui, en retour, s'assure d'un contrôle sur l'utilisation de l'image de ses joueurs.

« C'est plus rassurant pour la NBA d'avoir ce contrôle du « produit », explique Florent Marty qui rappelle que historiquement, la NBA s'était appuyée sur la Dream Team pour asseoir sa notoriété dans le monde. « C'est la Dream Team qui a fait décoller la NBA, pas l'inverse. »

Au-delà de ce rôle d'ambassadeur international de la NBA, USA Basketball est une entreprise solide, à défaut de générer des recettes aussi hallucinantes que celles de la ligue de basket américaine (4,5 milliards de dollars en 2012-2013, 3,45 Mds €). « Elle reste une belle machine. Beaucoup de fédérations aimeraient avoir ces chiffres-là », estime Florent Marty. En 2012, année des Jeux de Londres, USA Basketball

avait ainsi généré de bien meilleurs résultats (10,5 M€, 6,1 M€) qu'en 2013, une année à zéro match.

Actuellement basée à Colorado Springs (Colorado), même si l'équipe nationale masculine veut toujours ses camps d'entraînement à Las Vegas, la fédération a d'ailleurs initié un projet ambitieux de construction d'un nouveau siège, à Tempe, à côté du campus de l'université d'Arizona.

Associée à un hôtel et un magasin, cette USA place, censée accueillir toutes les autres sélections de basket, devrait coûter autour de 450 millions de dollars (442 M€). Certes, USA Basketball discute encore avec des investisseurs pour boucler le tour de table. Mais si elle se permet d'envisager un projet immobilier de cette ampleur, c'est qu'elle n'est pas vraiment préoccupée par ses fins de mois...

FRANÇOIS-GUILAUME LEMOUTON

(1) En 1992, les meilleurs joueurs de la NBA (Jordan, Johnson, Barkley, Bird...) avaient été autorisés à disputer pour la première fois une compétition internationale, en l'occurrence les Jeux de Barcelone. L'équipe avait alors pris ce surnom.