

Football/Espagne/Real Madrid

Zidane fixe comme "premier objectif" de reconquérir la Liga

AFP
Madrid/Espagne

LE Real Madrid, mathématiquement écarté depuis mardi de la course au titre en Championnat d'Espagne, doit avoir pour "premier objectif" de reconquérir la Liga la saison prochaine et de rompre l'hégémonie du FC Barcelone, a prévenu mercredi l'entraîneur merengue Zinédine Zidane. "C'est vrai que quand on regarde les deux dernières années, il y a une équipe qui a été supérieure, qui l'a démontré", a déclaré le technicien français en conférence de presse à la veille d'un déplacement à Getafe jeudi

pour la 34e journée. "Mais je ne pense pas qu'on laisse ça de côté. De toute façon, comme chaque année, c'est notre premier objectif l'année prochaine", a-t-il ajouté. "Dans la durée, c'est la compétition la plus longue, c'est celle-là qu'il ne faut pas loucher pour moi. Et je vais mettre ça dans la tête de mes joueurs. C'est notre pain quotidien et ce sera la Liga." Vainqueur d'Alavés 2-0, le FC Barcelone a effleuré mardi son 26e titre de champion d'Espagne, le huitième en onze ans, qu'il peut décrocher samedi s'il bat Levante... à moins d'une défaite de l'Atlético Madrid contre Valence mercredi soir, synonyme de trophée pour les Catalans.



Photo : AFP

Zinédine Zidane veut une meilleure équipe pour l'an prochain.

Triple lauréat de la Ligue des champions lors de son premier mandat sur le

banc merengue (2016-2018), Zidane a souvent répété que le jour le plus

heureux de sa carrière d'entraîneur avait été la conquête du titre de cham-

pion d'Espagne en mai 2017. "Sans dévaluer le reste, dans ce club on essaie toujours d'être sur tous les tableaux, mais le quotidien ce sera la Liga", a-t-il insisté, sans vouloir s'appesantir sur les raisons de la domination barcelonaise ces dernières années. "Je ne sais pas, il y a beaucoup de choses, pas une seule en particulier. Nous, l'an prochain, on va juste essayer de débiter la Liga de la meilleure des manières (...) sinon ce sera à nouveau compliqué", a-t-il fait valoir. "(Les Barcelonais) ont mieux fait les choses dernièrement, c'est vrai, mais il faut changer ça. L'an prochain, il faut inverser la dynamique. Pour moi, le plus important c'est la Liga", a-t-il conclu.

Stratégie et marketing

Kylian Mbappé, la construction d'une marque qui veut "faire sens"

AFP
Paris/France

COMMENT choisir le bon partenaire quand on a l'embarras du choix comme Kylian Mbappé ? "L'idée, c'est qu'est-ce qui fait du sens ?", expose à l'AFP l'entourage de la nouvelle coqueluche du foot mondial, devenu l'un des sportifs les plus attractifs de la planète en terme d'image. Depuis son incroyable doublé contre l'Argentine de Lionel Messi et l'adoubement de la légende Pelé lors du Mondial-2018 remporté à seulement 19 ans, l'aura du prince de Bondy a dépassé les frontières françaises et européennes. De Tokyo à Rio de Janeiro, tous les fans de foot sont capables de mimer sa fameuse célébration après chaque but, les deux mains croisées en-dessous des aisselles. De quoi attirer les plus grands sponsors du monde entier, fascinés par le pouvoir d'attraction du prodige français. "Après la Coupe du monde, il y a eu plein de demandes qui

tombaient tous les jours! C'était vraiment infernal. Maintenant, c'est toutes les semaines", confie à l'AFP Me Delphine Verheyden, l'avocate qui gère avec ses parents les intérêts du champion du monde français. Au-delà de ses incroyables records de précocité sur le plan sportif -- il est devenu dimanche le plus jeune joueur de l'histoire à franchir la barre des 30 buts en Ligue 1 sur une saison --, c'est sa maturité hors du terrain qui séduit. "Dans un sport souvent décrié par les excès, les écarts, il y a très peu de fautes de goûts chez lui. Il a une expression orale qui est assez étonnante pour quelqu'un d'aussi jeune", déclare à l'AFP Jean-Philippe Danglade, auteur de "Marketing et célébrités". - **"Conscient de son influence"** - Mais comment choisir le bon partenaire quand on a l'embarras du choix ? "Il faut bien faire le tri", explique Me Delphine Verheyden, qui veut absolument éviter le piège de "l'homme-sandwich" liée à une dizaine de marques aussi différentes les unes des autres, ou s'associer



Photo : DR

Kylian Mbappé : un style, un futur.

avec une entreprise juste "parce qu'il y a un gros chèque". "L'idée ce n'est pas : On attend les gros mastodontes, on demande un contrat de dix ans et on est tranquille. Non. L'idée c'est qu'est-ce qui fait du sens ?", ajoute-t-elle. "On l'a vu avec Sébastien Chabal ou Zinédine Zidane, qui ont multiplié les contrats sans trop de cohérence parfois. C'est tentant pour les personnes qui les

+managent+ de faire un million d'euros plus un million d'euros... Mais au bout d'un moment, vous abîmez un peu l'image", renchérit M. Danglade, expert en marketing sportif. Après l'équipementier Nike pour la "performance" et l'horloger Hublot pour la "notion de temps", "KM" a ainsi choisi de s'associer avec Good Goût, une marque de produits alimentaires bio dé-

diée aux enfants, pour faire du "bien manger" la troisième composante d'un storytelling maîtrisé. "Kylian est conscient de l'influence, et sans doute que le mot n'est pas trop fort, qu'il peut avoir sur les jeunes enfants qui le regardent", explique sa conseillère. "Quand il signe avec une marque, il ne fait pas que prêter son image pour donner de l'attention sur un produit. Il adhère à un message". - **"Exemple"** - "Kylian est déjà un exemple pour toute une génération. Grâce à lui, nous avons une opportunité formidable de porter notre message auprès de tous les enfants... et de leurs parents", se félicite Pascale Laborde, directrice générale Good Goût. Attirée par les 33 millions de "followers" de la star du PSG sur les réseaux sociaux, la jeune marque française, passée l'an dernier sous le contrôle du groupe hongkongais H&H, espère faire passer son chiffre d'affaires de 18 millions d'euros en 2018 à 60 millions d'euros à l'horizon 2022. Quelles retombées pour le joueur ? Avant ce nouveau

partenariat, dont le montant n'a pas été révélé, l'attaquant français avait des revenus annuels estimés à 24 millions d'euros, dont 4 millions grâce à ses sponsors, selon l'Equipe magazine. Reste que la puissance marketing de "KM" n'est pas encore au niveau de celle de Lionel Messi ou "CR7", surnom et marque de Cristiano Ronaldo, référence en la matière avec plus de 360 millions de "followers" sur Instagram, Facebook et Twitter. "Il a réussi à construire sa marque et à ce qu'elle devienne internationale. La mienne n'est pas à ce stade-là encore. J'évolue petit à petit, elle évolue petit à petit. Je l'ai dit, je le répète, cela passera par le terrain aussi", avait confié à l'AFP Kylian Mbappé, lors d'un entretien réalisé en novembre dernier. "Mais il peut les rattraper en très peu de temps", assure Jean-Philippe Danglade. Cela passe encore par le Ballon d'Or et une victoire en Ligue des champions". A 20 ans, les deux seuls trophées qui lui manquent...

Angleterre

Procédure pour mauvaise conduite contre Sarri

AFP
Londres/Angleterre

L'ENTRAÎNEUR de Chelsea, Maurizio Sarri, est visé par une procédure pour mauvaise conduite après avoir été expulsé en fin de match de championnat lundi face à Burnley (2-2), a annoncé mercredi la Fédération anglaise de football (FA). "Maurizio Sarri

est mis en cause pour mauvaise conduite en raison de son comportement à la 94e minute du match de Premier League entre Chelsea et Burnley. L'entraîneur de Chelsea a jusqu'à 18H00 (17H00 GMT) vendredi pour apporter une réponse", a indiqué la FA dans un communiqué. La rencontre avait presque fini en bagarre générale entre joueurs et staff des deux équipes, Chelsea re-



Photo : AFP

Maurizio Sarri expulsé en championnat.

prochant à son adversaire d'avoir gagné du temps. Expulsé du banc de Chelsea en fin de rencontre, Sarri n'était pas venu en conférence de presse. Il était "très énervé par les mots qu'il a entendus à son encontre de la part du banc de Burnley", avait expliqué son adjoint, Gianfranco Zola, après ce nul à domi-

cile. Avec 67 points, les Blues restent certes 4es, derrière Tottenham, battu par Manchester City dimanche. Mais leur 4e place, dernière qualificative pour la Ligue des champions, est désormais sous la vive menace d'Arsenal, 5e avec un point de moins et une rencontre de plus à jouer, et de ManU, 6e avec 64 points et lui aussi un match en moins.