

Date : 22/12/11

Beckham, la poule aux oeufs d'or du PSG

Même si son entourage démentait mercredi tout accord avec le Paris SG, l'arrivée probable de David Beckham pourrait faire entrer le PSG dans une nouvelle dimension, avec des répercussions énormes en matière d'image et de revenus financiers. «Son arrivée répond à une logique de co-branding entre trois marques d'audience internationale: le Qatar, Paris et le couple Beckham. Au niveau de la marque, le PSG peut espérer faire partie du top 10 mondial, mais il en est encore loin. Le transfert de Beckham permet d'amorcer la pompe et de faire changer le club de catégorie», plante Vincent Chaudel, expert sport chez Kurt Salmon.

À bientôt 37 ans, David Beckham reste l'un des footballeurs les mieux payés de la planète, avec 30 millions d'euros de gains en 2010-2011, selon le magazine Forbes. Son salaire annuel s'élève à 4,7 millions d'euros aux L.A Galaxy. Mais 72% de ses revenus sont issus de ses contrats commerciaux. LeParisien affirmait mercredi que le Spice Boy touchera au PSG 800.000 € brut mensuel, soit environ 4,30 M€ net d'impôt sur l'année. Largement au-dessus de Yoann Gourcuff (500.000 € brut mensuel), le plus gros salaire de Ligue 1. L'ensemble des revenus de l'Anglais à Paris (droits d'image merchandising compris) pourraient en fait lui rapporter jusqu'à 17 M€ lors de ses 18 mois de contrat.

Beckham coûte cher, mais le retour sur investissement peut être conséquent. En quatre saisons au Real Madrid (2003-2007), «Becks» aurait rapporté 440 M€ en produits dérivés. Un million de maillots du Real floqués à son nom ont été vendus dans le monde, notamment en Asie. Une étude publiée en 2008 dans l'International Journal of Sport Finance en 2008 a calculé qu'il générerait 15 M€ de revenus annuels à Los Angeles, soit trois fois plus que son salaire (4,50 M€). Selon des sources internes au PSG, 20.000 à 30.000 maillots seraient déjà dans les cartons.

Alors Beckham sera-t-il la poule aux œufs d'or pour le PSG? «On est face un montage original. Avec un intéressement important indexé sur la commercialisation des produits dérivés, à l'image des contrats signés par George Lukas dans l'industrie du cinéma. Les propriétaires du PSG partent du principe que la venue d'une star internationale de la trempe de Beckham va booster considérablement la vente des maillots. Cela reste un pari, dans la mesure où plusieurs paramètres détermineront la réussite commerciale de l'opération. L'arrivée de Beckham va

Évaluation du site

Ce site diffuse des articles concernant l'actualité générale sénégalaise et mondiale.

Cible
Grand Public

Dynamisme* : 178

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

générer un effet d'annonce considérable. Les attentes autour de ses performances le seront tout autant. S'il ne joue pas, peu ou mal, son impact peut ne pas s'avérer à la hauteur des estimations», explique Fabrice Lorvo, avocat spécialiste du droit d'image et du marketing chez **FTPA**.

Une manne pour l'État français

«Beckham incarne la nouvelle stratégie de la marque PSG. Mais, même s'il vend beaucoup de maillots, cela va coûter plus que cela va rapporter», affirme Gilles Dumas, directeur de Sportlab, spécialiste du marketing sportif. Beckham pourrait offrir une manne à l'État français. Au regard la taxation en rigueur dans l'Hexagone, le Britannique rapporterait 5,5 millions d'euros en charges sociales et 3,3 millions en TVA sur le merchandising. Sans oublier les éventuelles taxes d'habitation... La famille Beckham (fortune estimée à 200 M€) pourrait acheter un hôtel particulier avenue Montaigne et une maison dans les Yvelines.

Une certitude, la venue de cette véritable icône planétaire et publicitaire donnera un sacré coup de projecteur sur la Ligue 1. «Pour le PSG, c'est un formidable coup d'éclairage à l'international. La chaîne al-Jezira entend en profiter pour commercialiser le produit Ligue 1 à travers le monde», poursuit Vincent Chaudel. La marque Beckham pourrait ainsi lui ouvrir le marché asiatique, où le football français est inexistant (29% pour la Premier League contre 0,5% pour la L1).

«Il est difficile d'apprécier si l'image de Beckham pourrait impacter fortement le prix de la commercialisation de la L1, à compter du 1er juillet 2012, auprès des diffuseurs étrangers. Il n'est cependant pas exclu qu'une telle commercialisation se fasse à la hausse sur les promesses induites par l'annonce de son arrivée, poursuit Fabrice Lorvo. Cependant, cet état de grâce ne durera pas longtemps, car la période de commercialisation de la saison 2012-2013 va se confondre rapidement avec la participation de David Beckham à la fin de la saison 2011-2012. Dans ces conditions, les broadcasters étrangers pourront rapidement juger sur résultats.» L'Anglais a donc tout intérêt à se montrer performant pour augmenter la partie de ses revenus liée à la vente des droits TV de la L1 à l'étranger. Gagnant-gagnant?