

Football

Fifty Cards, c'est en avoir deux fois pour son argent

Le projet de trois Vaudois permettra aux fans de certains clubs de bénéficier d'un abonnement annuel et, en prime, de bons d'achat d'une même valeur

Patrick Wurlo

«L'avenir est aux loisirs, avait déclaré Bill Gates à la fin des années 90. Mais ils sont coûteux! Nous avons donc cherché la solution pour les rendre plus abordables», lâche Jacky Pittet, de Saint-Barthélemy. Féru de foot, de finances et de marketing, l'ex-joueur d'Echalens, puis entraîneur notamment à Bottens, Lausanne M14, Valmont et Baulmes II avoue qu'il gamberge souvent la nuit. Et qu'il a toujours un bloc-notes sous la main, pour y coucher ses idées. Comme celle, lumineuse, de créer les Fifty Cards, qui permettront aux abonnés de clubs de foot de bénéficier en prime d'une multitude de bons d'achat.

«Ce projet, je l'ai soumis au président d'Yverdon Sport. C'était en 2006 et la réaction de Paul-André Cornu m'a persuadé que je visais juste. Convaincu de son originalité, il m'a immédiatement donné un feu vert préalable», explique Jacky Pittet.

Plus de monde au stade?

Le principe? Après avoir versé la somme correspondant au prix de l'abonnement annuel pour assister aux matches de son équipe fétiche, l'acheteur le reçoit assorti de bons pour un montant total identique. «C'est un concept en triangle, qui implique trois partenaires, tous gagnants au final: le spectateur, celui qui offre un loisir et le commerce - d'ampleur nationale - qui distribue des bons qu'il propose déjà quotidiennement.»

La Fifty Cards, c'est donc le



Jacky Pittet (à g.) et Christian Carrard seront bientôt opérationnels avec leurs Fifty Cards, dont ils assurent déjà la publicité sur les maillots du FC Yverdon Féminin. OLIVIER ALLENSPACH

moyen d'en avoir deux fois pour son argent: l'abonnement payé, on pourra encore s'offrir une entrée dans un centre de sport, une bonne pizza, des aliments pour son toutou adoré ou d'autres prestations. Ciblées, car sur le site www.fiftycards.ch, l'utilisateur pourra choisir, selon ses goûts, les bons qu'il désire recevoir.

«Le club de foot, lui, ne touchera plus l'entier du prix de son abonnement. Nous prélèverons bien sûr une marge, négociable de cas en cas, pour permettre à notre société de fonctionner. Mais une offre aussi attractive n'est-elle pas l'assurance d'écouler beaucoup plus d'abonnements, à l'heure où les clubs se plaignent de ne plus faire recette? Nos Fifty Cards se-

ront valables, de surcroît, sur une année, ce qui gommara la crainte de souscrire un abonnement alors qu'il ne reste que quelques matches de championnat à disputer.»

Dès cet été

Depuis 2006, l'idée a fait son chemin. Jacky Pittet a trouvé en Christian Carrard et Nuno Santos deux associés persuadés d'avoir trouvé le bon filon. Au sein d'une SA en création, Sports & Loisirs Management, le trio entre désormais dans la phase commerciale du projet. «Le lancement est prévu pour mai ou juin, afin d'être opérationnel pour la saison prochaine. Outre Yverdon Sport, le FC Yverdon Féminin, dont nous sommes sponsor, a adhéré au concept. Entre

autres, nous espérons aussi convaincre les dirigeants du LS et de Xamax. D'ailleurs, avec sa puce, la Fifty Card est techniquement prévue pour la future ère des entrées électroniques au stade.»

Selon Jacky Pittet, cette création est unique. Elle n'a d'ailleurs pas tardé à franchir les frontières. La magie d'internet opérant, le président du FC Martigues l'a contacté, l'invitant à venir s'exprimer devant ses sociétaires. «Mais attention, précise encore l'initiateur. Nous ne nous cantonnerons pas qu'au football. En fonction de l'intérêt suscité par la soixantaine de dossiers que nous avons envoyés, d'autres sports, le cinéma et tout autre loisir sont susceptibles de bénéficier de pareille offre.»