

CHAMPIONNAT DE FRANCE LIGUE 1 UBER EATS

3^E JOURNÉE

Dimanche 27 août
20h45
Nice - OL
Allianz Riviera
Prime Video

4^E JOURNÉE

Dimanche 3 septembre
20h45
OL - Paris
Groupama Stadium
Prime Video

5^E JOURNÉE

Dimanche 17 septembre
15h00
OL - Le Havre
Groupama Stadium
Prime Video
(Date, heure et diffuseur à confirmer)

6^E JOURNÉE

Dimanche 24 septembre
15h00
Brest - OL
Stade Francis le Blé
Prime Video
(Date, heure et diffuseur à confirmer)

CHAMPIONNAT DE FRANCE D1 ARKEMA

1^{RE} JOURNÉE

Vendredi 15 septembre
21h00
Le Havre - OL
Stade Océane

2^E JOURNÉE

Dimanche 1^{er} octobre
21h00
Paris - OL
Stade Jean Bouin

TROPHÉE DES CHAMPIONNES

Samedi 10 septembre
21h00
OL - PSG
Stade de l'Aube (Troyes)



STAFFMATCH CONNECTE L'INTÉRIM

Partenaire de l'OL depuis cette année, cette entreprise de travail temporaire s'adosse sur le digital pour mieux répondre aux besoins des entreprises clientes.

En un peu moins de dix ans, Staffmatch s'est imposé comme un acteur qui compte sur le marché de l'intérim. Trois ans après sa création à Paris, l'entreprise est partie à la conquête des régions. Avec un premier point de chute à Lyon, où travaillent désormais une quinzaine de salariés. Aujourd'hui, Staffmatch dispose près de 50 agences en France et emploie 350 collaborateurs. « Notre montée en puissance n'est pas terminée, assure Mathieu Barrié, directeur commercial et associé. Nous allons encore mailler le territoire national avec une trentaine de bureaux supplémentaires à terme. » Pour assumer ses ambitions, Staffmatch compte sur un modèle original, dans lequel les outils digitaux tiennent une place centrale. « Nous sommes une entreprise d'intérim connectée, confirme Mathieu Barrié. Ce qui signifie que nous avons créé des outils qui permettent aux entreprises de commander de l'intérim 24h/24, 7j/7. » Dans le même temps, les équipes de Staffmatch ont développé une application destinée aux intérimaires. Pratique, elle les aide à gérer toute la partie administrative en un clic (fiche de paie, gestion des contrats, relevés d'heures...) et leur permet également de mettre à jour leur planning en temps réel.

Si les dirigeants de Staffmatch comptent sur ce business model innovant pour assurer leur mission, ils n'entendent pas pour autant balayer les agences physiques du paysage. « Nous conservons une partie de l'activité dans nos agences, qui sont dédiées au recrutement et au suivi des clients », précise le directeur commercial. Mais les outils digitaux nous permettent d'être plus efficaces et de fluidifier la relation avec nos clients et nos intérimaires. »

Une méthode qui a déjà séduit de nombreux acteurs économiques. « Nous déclinons notre savoir-faire dans trois grands univers métiers, détaille Mathieu Barrié. Un premier bloc réunit l'industrie, le transport et la logistique. Un deuxième est concentré sur l'événementiel, l'hôtellerie, la restauration, la restauration collective et le retail. Le dernier, enfin, est tourné vers la distribution. » Ainsi, parmi les principales références de Staffmatch voisinent des groupes et entreprises comme Carrefour, Chronopost, Newrest, Sodexo, Elior, Mondial Relay, Auchan, LVMH, GL Events, Accor... et bien entendu l'Olympique Lyonnais. Totalement indépendant, le capital étant très majoritairement détenu par les fondateurs et leurs collaborateurs, Staffmatch entend dépoussiérer le marché de l'intérim en s'appuyant sur ses valeurs d'entreprise innovante, jeune et dynamique. Un défi relevé avec succès jusque-là, puisque son chiffre d'affaires est passé de 51 M€ fin 2021 à plus de 110 M€ en 2022. « Et cette année, nous devrions boucler l'exercice entre 150 et 180 M€ », ajoute-t-il. Cette progression se traduira par de nouvelles ouvertures d'agences, notamment en région Auvergne-Rhône-Alpes. Déjà implanté à Lyon, Saint-Étienne, Grenoble et Clermont-Ferrand, Staffmatch souhaite maintenant investir Bourg-en-Bresse, Macon, Bourgoin-Jallieu, Roanne, Chambéry et Annecy.

STAFFMATCH

SIÈGE SOCIAL : LEVALLOIS-PERRET

PRÉSIDENT : VINCENT RECH

DIRECTEUR GÉNÉRAL : BRICE COURNOT

CHIFFRE D'AFFAIRES : 110 M€ EN 2022

EFFECTIFS : 350 PERSONNES

ANALYSE

MATCHWORNSHIRT

PROPOSE DES MAILLOTS DE MATCH AUTHENTIQUES

Plateforme internationale de vente aux enchères, l'entreprise née aux Pays-Bas il y a six ans travaille déjà avec plus de 250 clubs partenaires... dont l'Olympique Lyonnais depuis cette année.

Tout est parti d'une idée de cadeaux. En 2017, Bob et Tijmen Zonderwijk veulent offrir à leur père un maillot de l'Ajax Amsterdam. Mais un maillot bien spécifique, puisqu'ils sont en quête d'un maillot porté en match par un joueur du légendaire club néerlandais. Dans l'incapacité de trouver une solution pour réaliser cet achat, les deux frères ont l'idée de créer une plateforme de ventes aux enchères en ligne exclusivement consacrée à des maillots de match authentiques. Baptisée MatchWornShirt, l'entreprise ouvre des bureaux Amsterdam et crée un site internet dédié.

Pour lancer ses activités, MatchWornShirt signe un partenariat avec le FC Twente, un autre club néerlandais. « La première année, ils ont testé le concept uniquement aux Pays-Bas. Et comme cela a bien fonctionné, ils ont progressivement passé des accords avec d'autres clubs, y compris des clubs étrangers à partir de 2019. Le premier club français a été le Toulouse Football Club », résume Thuur Tonnaer, responsable des partenariats en France.

Six ans après la création de MatchWornShirt, plus de 250 clubs travaillent avec la plateforme. Une majorité de clubs de football, européens et

sud-américains, mais aussi des clubs de rugby, des équipes cyclistes... La liste s'allonge progressivement. Ainsi en France, l'entreprise a déjà passé des accords avec la plupart des clubs de Ligue 1 et de Ligue 2. « Des partenaires avec lesquels nous pouvons organiser au moins quelques ventes aux enchères dans la saison, notamment à l'occasion des grosses affiches », précise Thuur Tonnaer, qui espère ajouter prochainement les quelques clubs qui manquent encore.

Pour assurer son déploiement, l'entreprise a ouvert des bureaux à Londres, à Sao Paulo et à Istanbul. Ses 70 collaborateurs ont désormais acquis une expertise, qui leur permet d'organiser les ventes en fédérant le plus grand nombre d'acheteurs potentiels. « Comme nous nous spécialisons dans un marché de niche, la mise en vente de maillots portés de différents sports, nous savons ce qui marche le mieux en termes de marketing et quelle est la durée de vente idéale. Nous pouvons ainsi lever deux à trois fois plus de fonds que si les clubs faisaient ces ventes en direct sur leur propre site ou par l'intermédiaire d'une plateforme comme ebay », poursuit-il.

Pour lancer les enchères, le prix de départ est fixé à 89 € dans la majorité des cas. Ainsi, tout le monde peut participer à une vente. Pour les clubs, cette formule innovante constitue une bonne formule pour renforcer la relation avec les fans, y compris ceux qui habitent dans un autre pays, puisque ce sont vraiment des maillots uniques.



Les prix de vente constatés le confirment, puisque le cap des 1 000 € est franchi fréquemment. Symbole extrême de cette dynamique, le maillot porté par Leo Messi l'année dernière contre le Stade de Reims, avec un flage en mandarin, dans le cadre de la campagne de séduction engagée par le PSG en direction des fans chinois, a même dépassé la barre des 55 000 €. Enfin, une grande majorité des clubs partenaires profitent de ces opérations pour récolter des fonds en faveur de leur fondation ou d'une organisation caritative. Ainsi à l'OL, une partie des sommes issues des ventes de maillots est reversée à OL Fondation, pour soutenir les programmes et actions RSE déployés par le club, autour notamment des thématiques de l'éducation, de l'égalité des chances et de la protection de l'environnement. De même, MatchWornShirt collabore avec la LFP deux fois par saison, afin de

mettre en place une campagne nationale avec des ventes aux enchères de maillots portés et signés des 40 clubs de Ligue 1 Uber Eats et de Ligue 2 au profit d'organisations caritatives.

Désormais incontournable sur son marché, MatchWornShirt entend ouvrir de nouvelles pistes de développement, qui seront autant de relais de croissance. Une deuxième société a ainsi vu le jour, il y a deux ans, pour proposer un service d'encadrement des maillots. Et pour l'avenir, Bob et Tijmen Zonderwijk envisagent de nouveaux développements, car différentes opportunités se profilent dans le business des maillots portés.

MATCHWORNSHIRT

SIÈGE : AMSTERDAM

DIRIGEANTS :

BOB ET TIJMEN ZONDERWIJK

EFFECTIFS : 90 PERSONNES

POUR VOTRE ÉQUIPE AUSSI C'EST LA REPRISE

Avec le retour du championnat de Ligue 1 au Groupama Stadium, les équipes d'OL Business Team lancent une nouvelle saison de séminaires.

Nous accueillons votre équipe pour la rentrée dans un lieu iconique, rythmé entre sport et spectacle !

Insufflez une énergie positive en communiquant à vos équipes la vision qui vous anime !

Pour enrichir votre séminaire, nous proposons une visite du musée emblématique de l'Olympique Lyonnais, qui rythmera votre journée d'étude.

Nos équipes seront présentes afin de vous accompagner du début à la fin, pour créer et organiser l'événement que vous avez imaginé.

Entrez tout de suite dans le match et rassemblez vos collaborateurs pour un moment inoubliable au sein du Groupama Stadium !

Vous souhaitez davantage d'informations ? Contactez-nous à l'adresse event@ol.fr ou au 04 81 07 46 61.

POUR VOTRE ÉQUIPE AUSSI C'EST LA REPRISE

PLUS D'INFORMATIONS SUR EVENT@OL.FR

Groupama STADIUM

REPÈRE

JEAN-LUC DEROBERT

“ « NOUS TROUVONS DES SOLUTIONS POUR 90 % DES DOSSIERS QUE NOUS TRAITONS » ”

Supporter de l'OL depuis ses plus jeunes années, Jean-Luc Derobert a rejoint le club des partenaires en 2015. À la tête d'une agence de courtage en crédit immobilier, installée à Vienne depuis 2010, il a intégré le réseau Court'ea CRÉDITS et s'attache à proposer des solutions personnalisées à ses clients.

Pouvez-vous préciser quel est le rôle exact du réseau Court'ea CRÉDITS et quels sont ses contours ?

Court'ea CRÉDITS a vu le jour à Grenoble en 2009, avec l'ambition de proposer des solutions personnalisées aux particuliers, ainsi qu'aux professionnels, qui veulent souscrire un prêt. Clément Menut, fondateur du réseau, a élargi progressivement son rayon d'action. Aujourd'hui le réseau réunit 26 agences dans l'Hexagone et une à La Réunion, pour un total de 40 collaborateurs. Et le déploiement se poursuit, avec des ouvertures récemment en Corse, en région parisienne, en Alsace...

Pour quels types de prêts êtes-vous sollicités ?

Nous sommes avant tout des spécialistes du crédit immobilier, qui représente plus de 80 % de notre activité, mais nous faisons aussi du crédit à la consommation et du crédit professionnel. Néanmoins, nous travaillons majoritairement avec les particuliers, à commencer par les primo accédants, que nous accompagnons dans leurs projets. Le marché est de plus en plus tendu et obtenir un prêt s'apparente aujourd'hui à un véritable défi. Notre notoriété fait de nous le trait d'union naturel entre les acquéreurs et les banques. Nous avons d'ailleurs signé des conventions avec tous les établissements financiers.

Comme vous l'indiquez, il est de plus en plus difficile d'obtenir un prêt. Êtes-vous en mesure de trouver des solutions pour chaque dossier ?

Dans plus de 90 % des cas, nous trouvons la solution la plus avantageuse pour les clients, aussi bien pour l'obtention de leur prêt, que pour son assurance. Même aujourd'hui, bien que la situation soit en effet très tendue sur le marché du crédit immobilier. C'est d'ailleurs cette capacité à trouver des solutions dans une période éminemment compliquée qui fait la force de Court'ea CRÉDITS. Notre action prend vraiment tout son sens lorsque le marché est tendu. Lorsque les taux sont bas, les acquéreurs sont tentés de travailler en direct avec leur banque, mais lorsque les taux grimpent, comme c'est le



cas aujourd'hui, lorsque les contraintes réglementaires sont renforcées et qu'il est de plus en plus difficile d'obtenir un crédit, ils se rendent vraiment compte qu'il est toujours préférable de passer par un courtier.

Pourquoi ?

La distribution de crédits a reculé de 60 % et les banques, en raison du renforcement des critères d'attribution, refusent aujourd'hui des dossiers présentés par des clients ayant, pourtant, des revenus confortables. Mais par notre connaissance du marché, par nos connexions, par le nombre d'établissements financiers avec lesquels nous travaillons régulièrement, nous sommes toujours à même de trouver une solution pour des dossiers qui ne passeraient pas à la banque sans notre intervention. Au-delà des primo-accédants, qui sont notre clientèle naturelle, nous enregistrons d'ailleurs un flux de clients encore plus important depuis quelques mois. La multiplication des informations sur les difficultés rencontrées pour obtenir un crédit a créé un climat anxieux et nous devons faire un travail encore plus important auprès de nos clients pour les rassurer.

Comment y parvenez-vous ?

Pour utiliser une métaphore footballistique, je dirais que nous sommes un peu le numéro 10 du crédit immobilier. Nous récupérons le dossier et, malgré les difficultés qui se présentent sur l'instant, nous trouvons le bon angle de passe pour arriver à une offre de crédit intéressante, qui permettra au client de concrétiser son acquisition. En amont, nous réalisons un gros travail de filtrage. Notre rôle consiste aussi à vérifier que les dossiers sont réalistes. Au final, nous sécurisons à la fois les démarches des particuliers en recherche de crédit et le travail des banques, qui récupèrent des dossiers dont nous avons déjà vérifié la fiabilité. Car les banques évoluent elles aussi dans un contexte nettement plus contraignant aujourd'hui. Pendant quelques années, elles ont distribué des crédits avec des taux très bas, mais le loyer de l'argent leur

permettait cela. Aujourd'hui ce n'est plus le cas et les intérêts liés à ces crédits sont nettement insuffisants lorsque les banques doivent se refinancer auprès de la Banque de France. C'est pour cela qu'elles prennent moins de risques. Mais en travaillant sur des dossiers que nous leur apportons, elles savent que le risque sera moins important.

Qu'est-ce qui distingue Court'ea CREDITS sur ce marché où il y a aujourd'hui de nombreux acteurs ?

Les valeurs fortes sur lesquelles nous adossons notre démarche. À commencer par la réactivité optimale et par une transparence totale. Nous informons nos clients à chaque étape du dossier. Et puis, en reprenant là encore une image footballistique, la combativité est une de nos marques de fabrique. Quand un client nous confie un dossier, nous faisons le maximum pour obtenir la meilleure solution. Enfin, nous proposons un modèle équitable, qui repose sur une rémunération identique, quelle que soit la banque que nous trouvons pour le client. Nous n'avons jamais intérêt à choisir une banque plutôt qu'une autre, puisque nous gagnerons toujours la même chose. Nous allons donc toujours vers la meilleure offre pour le client.

COURT'EA CREDITS

SIÈGE : GRENOBLE

PRÉSIDENT : CLÉMENT MENUT

EFFECTIFS : 40 PERSONNES

GÉRANT DE L'AGENCE DE VIENNE :
JEAN-LUC DEROBERT

CONTACT : 06 40 11 51 49

ABONNEMENT ENTREPRISES SAISON 2023-2024



Auto-entrepreneuse et adhérente
OL Business Team



S'ABONNER À L'OLYMPIQUE LYONNAIS C'EST VIVRE UNE SAISON PLEINE DE PASSION

Notre promesse, favoriser les rencontres de toutes
les entreprises, et répondre à vos enjeux grâce aux
événements OL Business Team



POUR PLUS D'INFORMATIONS

04 81 07 55 14 / hospitality@ol.fr

OLYMPIQUE LYONNAIS

