

## PV Réunion Collectif RCSC – 26/09/2023 – 18h – 21h

Actu – Abonnements – Stade/CDF – Sportif

### **Participants à la réunion :**

1. Pierre Cara (T1) (excusé)
2. Lorenzo Padovan (T1)
3. Francesco Zidda (non-abonné)
4. Lionel Dubois (non-abonné) (excusé)
5. Cyril Grosjean (non-abonné)
6. Candice Etienne (T3)
7. Tom Pierat (T3) – Porte-parole du Collectif
8. Eric Bernard (partenaire) – Porte-parole du Collectif (excusé)
9. Geert Chrispeels (partenaire) (excusé)
10. Thibaut André (T4)
11. Sébastien Mascitelli (T4)
12. Claude Vangasbeck (T4) (excusé)
13. Vice-Présidente 12ème homme)
14. Michaël Mathot (Fancoaching) (excusé)
15. Maxime Cossu (Fancoaching)
16. Pierre-Yves Hendrickx (RCSC– CEO)
17. Olivier Simons (RCSC – COO)
18. Audrey Hansenne (RCSC – Security)

## 1. Ticketing et merchandising

4315 abonnements ont été vendus. Ceci représente une augmentation de 27% par rapport à la saison précédente. Les partenaires/sponsors en VIP/business ne sont pas comptabilisés dans le nombre d'abonnements vendus. (+1100 abonnements). L'augmentation est satisfaisante même si cela reste trop peu.

- 

La campagne publicitaire pour la campagne d'abonnement est soulignée positivement. Cependant, il serait pertinent d'élargir la communication (TV/radio/affiches publicitaires). L'offre à 100€ était avantageuse mais une meilleure communication aurait certainement permis d'aller chercher plus d'abonnés.

- 

Cadeau aux abonnés apprécié (écharpe).

- 

L'offre concernant l'abonnement à 100€ en T3 latérale est un succès. + de 820 abonnements vendus sur l'ensemble des deux blocs latéraux (de 707 abonnements vendus en Y2 contre 131 la saison 2022/23). De plus le club veillera, à mieux communiquer sur le placement libres dans ces deux blocs. Le bloc Y2 a vocation à reproduire un kop en T3.

- 

Peu d'abonnements « famille » vendus. Le club souhaite évidemment augmenter cette catégorie et continuera à être réflexif afin d'attirer enfants et parents dans un même package abonnement.

- 

Le tarif place unique enfant est à souligner positivement.

- 

295 abonnements non renouvelés. Le club affirme avoir contacté plusieurs personnes qui n'ont pas renouvelé leur abonnement pour comprendre certaines situations.

- 

1597 abonnements vendus sous l'offre clubs de supporters. Ce chiffre doit augmenter. A l'heure actuelle cela représente 1/3 des tous les abonnements vendus.

- 

Un membre du Collectif souligne que selon lui, le prix unitaire de la place est trop cher et que les Carolos n'ont pas spécialement la culture de l'abonnement.

- 

Une place pour une match est offerte par mail lors de l'anniversaire d'un supporter, à condition que ce dernier soit renseigné dans la base de données du club. Par exemple, 10 000 invitations anniversaires ont été envoyées, 270 utilisées. Le club doit mieux communiquer sur cette offre gratuite, par exemple lors de la mi-temps des matchs.

- 

Plusieurs actions auront lieu pour accueillir les étudiants du Campus UCharleroi (UMons) (conditions sur le site du Club depuis début octobre)

- 

L'action « ramène ton pote » contre Saint-Trond n'a pas été un succès. Seulement 97 abonnés ont invité un non-abonné au stade. Le club est déçu car l'offre était intéressante pour l'abonné et non-abonné.

- 

L'action « remplis ton bloc » : les personnes ayant joué le jeu seront récompensées par mail.

- 

Le club souhaite de plus en plus se digitaliser concernant le ticketing. Certaines offres et récompenses/bons ne sont possibles qu'en ligne au détriment de certaines habitudes du supporter Carolo. Il faut continuer la sensibilisation et que les supporters vérifient leur boîte mail.

- 

Beaucoup de difficultés à motiver les supporters pour la D1 Féminine et les Zébra Elites (par exemple : action D1 Women SuperLeague contre Bruges : 231 personnes dans le stade pour 96 tickets vendus uniquement. (Gratuit pour les abonnés !). Les clubs de supporters restent ouverts à organiser une action commune pour un de ces matchs. Le Collectif suggère que le Club s'ouvre au secteur associatif de Charleroi qui pourrait être intéressé (davantage sensible à la promotion du sport féminin plutôt qu'au foot en tant que tel)

- 

L'idée du early abonnement avec réduction est relancé. Cela permettrait également d'enregistrer une certaine somme d'argent avant le 30 juin et le bilan comptable du club

- 

Un système de revente pour son abonnement est l'étude et pourrait être lancé rapidement (en T4 ?)

- 

Révision du processus de déplacements pour tenter d'attirer + de supporters. Le combi-car obligatoire est décidé par le club adverse (et la police locale) et prend en compte l'historique et le comportement des supporters en déplacement. Le 12e a des difficultés à trouver des cars, le club aide comme il le peut les clubs de supporters dans cette démarche.

- 

Maillots : la vente est satisfaisante. Peu de ventes concernant le 3e maillot malgré un bon retour sur les réseaux sociaux de la part des supporters. Les membres du Collectif estiment que les maillots restent encore trop onéreux. Le club répond avoir baissé le prix de 10€ par rapport à la saison passée et répète que les abonnés ont droit à 10% de réduction à la boutique. Le club rappelle que la qualité du maillot vendu en boutique est identique que celle des joueurs pros. Le prix reste

excessif pour le Collectif. Le succès de l'action des Storm Ultras, avec un maillot à 35€ est souligné.

Le club est imaginatif, est à l'écoute des suggestions et propose des actions pour tenter de remplir le stade surtout en Tribune 3. Néanmoins, ces dernières doivent faire l'objet d'un return pour comprendre pour certaines fonctionnent et pourquoi d'autres ne fonctionnent pas. Le Collectif souhaite que le Club soit plus proactif dans sa démarche et remplisse, quoi qu'il en coûte, cette tribune 3. Des sièges vides rapportent toujours moins( financièrement et 'sportivement') que des sièges occupés gratuitement (ou presque) .

## **2. Autres points généraux**

Succès de foule au Fan Day grâce à l'excellente collaboration avec le 12e Homme et les clubs de supporters.

- 

Au niveau Pyro, la direction aimerait que ce soit autorisé et encadré. La période de septembre 2021 à janvier 2023 représente 186 750 euros d'amendes. Une nette amélioration du comportement pyrotechnique et qu'au sein du club, de la police et des autorités prônent toujours le fait de trouver des solutions. Le club a d'ailleurs refusé de payer les amendes à la Fédération après le match du Standard, marquant aussi son soutien à la T4. Le club a demandé aux autorités à être équipe pilote dans ce domaine. Le Collectif souligne l'importance pour le club de communiquer sur cette prise de position solidaire avec les supporters.

-

Modération des pages dans le but d'avoir une image positive du club. Surtout contre les profils haters qui ne représentent qu'une dizaine de personnes et qu'une partie de ceux-ci ont pu réintégrer les pages. Les réseaux sociaux sont la vitrine du club. Par ailleurs, le club montre que le dialogue transparent est tout à fait présent, notamment via les organes et les interactions avec le Collectif RCSC, le 12e Homme.

- 

Les activités pendant les matchs ainsi que les vidéos « inside » sont toujours programmées.

- 

Un membre du Collectif rappelle qu'il est important de continuer et de proposer + de photos lors des matchs et des événements du Sporting.

- 

Un membre souligne la nécessité d'aider les clubs de supporters à s'ouvrir davantage vers les supporters non carolo, via les moyens de communication du club, afin de tenter de fidéliser ce public.

- 

Un membre met en avant l'utilité de promouvoir les 'young ultras', qui supportent l'équipe féminine pour donner une image positive des supporters Carolos et du club dans le monde du foot et la société civile (thématique de l'égalité ho/fe). . Par exemple, en utilisant les relais du club dans les différents groupes de presse.

-

### **3. Point sur le Nouveau stade et du nouveau centre d'entraînement**

Décision finale du permis vers janvier 2024 (13/01/2024 au plus tard).

- 

Recherche d'investisseurs pour le stade en cours, ceux-ci peuvent être liées OU non à l'investissement dans le club.

- 

La ville de Charleroi a réalisé une réunion avec les différents concernés, elle rappelle que ce projet est prioritaire et important pour la redynamisation de la porte Ouest.

- 

2026 est l'objectif actuel pour l'inauguration. Le club estime et affirme travailler dans les temps et regrette la lenteur de certains services externes au club.

- 

Le club rappelle que c'est un investissement privé et que l'obtention du permis sera l'élément concret et déclencheur pour attirer des investisseurs concernant la construction du futur stade.

- 

L'organisation de la Coupe du monde féminine en Belgique est évoquée pour 2027, avec potentiellement Charleroi comme stade.

- 

Il est rappelé que la construction du futur stade se fera via un appel d'offre européen.

- 

Le centre de formation coûte 2 500 000 € par an, les nouveaux bâtiments seront probablement inaugurés en 2024, un peu de retard à prévoir pour les terrains supplémentaires. Le marché public sera lancé ces prochaines semaines (budget de plusieurs millions d'€ => Fonds propres du club + Wallonie Ambition Or.

- 

150.000€ ont été investis pour accueillir matériellement l'équipe féminine

- 

#### **4. Sportif**

Le Sporting estime avoir pris des risques financiers importants lors du dernier mercato. Mercato d'été payant IN : Guiagon, Bajdi, Dragsnes, Sylla / OUT : Gholizadeh, Kayembe, Hosseinzadeh, Maggiotti (Tchachoua ??). Par ailleurs, Badji, Dabbagh, Bernier et Rogelj étaient présents avant le stage.

- 

3 attaquants recrutés+1 retour de blessure. D'autres joueurs ont été approchés mais cela n'a pas abouti.

- 

Le club rappelle que la fin du mercato est toujours une fenêtre d'opportunités pour réaliser les ajustements suite à la réalité sportive sur base des besoins du staff.

-

## Stratégie sportive à court terme :

- Terminer dans les PO1 et se qualifier pour l'Europe
- Réaliser une plus-value sur nos meilleurs joueurs pour maintenir le budget à l'équilibre
- Développer nos jeunes talents du centre de formation et en faire des titulaires chaque saison.

•

## Stratégie sportive à moyen/long terme :

- Se donner + de moyens pour accrocher les PO1 => Nécessité pour cela d'attirer des joueurs de meilleures qualités grâce à l'apport financier d'investisseurs.

•

Les nouveaux investisseurs style Westerlo, Antwerp .. faussent la donne et obligent le Sporting à trouver des solutions extérieures pour pouvoir continuer à les concurrencer

•

Vu les grosses écuries, il n'y aura probablement qu'une place restante en PO1 et que l'écart sera probablement faible entre le 6e et le 9e classé.

•

Le club estime que le Sporting n'a pas besoin d'un directeur sportif supplémentaire. Mehdi Bayat occupe ce poste.

•

Une cellule de scouting existe belle et bien, elle est constituée de deux personnes qui préparent le travail de recrutement. Celle-ci est active au quotidien avec des solutions de remplacements pour chaque position en

collaboration avec le staff sportif. Le collectif souligne l'importance de communiquer sur celle-ci afin d'éviter que les supporters continuent de penser que Mogi Bayat, serait toujours présent.

- 

Mogi n'a plus qu'une petite place dans les contrats (moins de 10%). Le club rappelle que les commissions de tous les agents sportifs sont disponibles publiquement sur le site de la Fédération (chaque année en mars).

- 

Le club tente de protéger au maximum ses joueurs d'une vente libre. Actuellement, uniquement 4 joueurs ont une fin de contrat prévue pour juin 2024 (Marco, Jules, Damien, Adrien). Compréhensible au vu de leur profil.

- 

D1 Women SuperLeague : équipe renforcée et rajeunie 6 joueuses sous sont contrat pro en D1 féminine.

- 

Zebra élite : 9 joueurs sur les 18 de la feuille de match doivent être formés au club + 12 joueurs belges sur la feuille de match. Objectif : colonne de gauche en Nationale 1 et préparer les jeunes au noyau A.

- 

## **5. Point sur le club**

Des investisseurs sont intéressés et sont en discussion avec le club. Ceux-ci réalisent leur audit avant d'éventuellement proposer une offre concrète au Sporting dans les prochains mois.

-

Le club semble avoir conscience et l'avait déjà annoncé dans la presse récemment. L'augmentation du budget (actuellement estimé à 25–30 millions €) est nécessaire pour concurrencer les meilleures équipes du championnat. Les pistes pour augmenter le budget : nouveaux investisseurs majoritaires ou minoritaires selon les offres ; nouveau stade pour augmenter les revenus ticketing et catering.

- 

Le club souhaite de plus en plus se digitaliser

- 

Le bilan comptable n'est pas encore finalisé, il sera publié en 2023. Comme annoncé, le club a terminé l'exercice en perte. Deux raisons : la vente d'un joueur n'a pu se conclure (Ken), la Direction a voulu préserver les cadres pour favoriser l'aspect sportif. De plus, certaines offres pour des joueurs sous contrat au contrat n'ont pas été jugées satisfaisantes pour l'ensemble des parties.

- 

4 personnes constituent la Direction du club: → Mehdi Bayat: administrateur délégué et directeur sportif → Pierre-Yves Hendrickx: CEO → Walter Chardon: Directeur Commercial → Olivier Simons : COO

- 

Les membres du collectif estiment que PYH a une certaine crédibilité de part sa longévité au club et son ancrage auprès des supporters et encouragent ce dernier de continuer à communiquer.

## **6. Prochaine réunion**

La réunion fut très constructive et positive pour l'ensemble des participants. Le club ayant répondu à la majorité des questions posées. Le Collectif RCSC remercie le club et continuera à encourager un dialogue constructif et réflexif. Prochaine réunion prévue début 2024.

Le Collectif RCSC se voulant être un relai entre les Supporters et le Club, pour rappel, les Supporters peuvent envoyer un email à l'adresse [rcsc.collectif@gmail.com](mailto:rcsc.collectif@gmail.com) s'ils souhaitent transmettre des idées au Collectif. Celui-ci fera son maximum pour les relayer vers le Club.