

LA MONTAGNE

HAUTE-LOIRE

Fondateur Alexandre Varenne

JEUDI 4 JANVIER 2007



Le site Internet de la célèbre équipe de football de Saint-Etienne fait partie des plus visités parmi les clubs de Ligue 1. Une réussite qui tient à la popularité des Verts, mais également au savoir-faire de l'agence de communication ponote TNT, qui travaille à sa conception depuis quinze mois.

PAGE 4

FOOTBALL ■ Le site Internet des Verts conçu par des Ponots est l'un des plus visités de tous les clubs français

Bienvenue dans le cyber chaudron



CLICS. Le forum de l'ASSE peut accueillir jusqu'à 1.200 internautes simultanément grâce aux prouesses techniques de TNT.

Derrière le site de l'Association sportive de Saint-Étienne (ASSE), il y a tout le savoir-faire de l'agence de communication ponote TNT. Des qualités et un suivi qui font de ce site Internet le troisième plus visité de Ligue 1.

PIERRE-OLIVIER FEBVRET

Les Verts de l'Association sportive de Saint-Étienne (ASSE) sont dans le cœur de bien des Français, mais également à portée de leur index droit. En quelques clics sur le site Internet officiel du club, les supporters, fans de la première heure ou simples sympathisants, peuvent retrouver toute l'actualité de l'équipe, des prouesses de Jannot à l'affaire Piquione, de la billetterie aux archives du club...

Le site est la voix officielle des Verts. Les informations

collectées et transmises par un journaliste salarié de l'ASSE sont toujours avérées.

100.000 visiteurs par mois en moyenne sur le www.asse.fr

Une pertinence qui fait la force de ce média unique et qui lui permet de recevoir de très nombreuses félicitations dont celle du très rigoureux

Guy Roux. Le site officiel connaît donc un succès grandissant depuis que l'agence de communication ponote TNT a pris ses rênes.

C'était il y a quinze mois, et le succès est plus que jamais au rendez-vous, bien aidé en cela par les brillants résultats sportifs des Stéphanois, actuellement quatrième du championnat.

Les deux plus gros clubs de football présents sur Internet - l'Olympique de Marseille et l'Olympique lyonnais - se sont octroyés les services de TF1. L'ASSE a choisi de faire confiance à une entreprise locale.

Les « hackers » s'y cassent les dents

Une initiative sympathique qui s'est soldée par une belle réussite puisque le club at-

teint la troisième place dans le classement sportif sur Internet, à une époque où la communication via Internet est devenue une priorité.

De quoi susciter quelques jalousies notamment à la veille de grands matchs. La bataille est également technologique avec des attaques de « hackers », les pirates d'Internet. Mais jusqu'à présent, TNT, bien repliée en défense, a toujours su faire face.

Le site officiel des Verts est d'une évidente priorité pour l'agence ponote. Les compétences de huit personnes qui y travaillent, sont mobilisées quotidiennement pour relever ce défi technologique. Et au terme de ces quinze premiers mois de gestion du site, tout roule parfaitement, comme un ballon dans la surface de réparation du stade Geoffroy-Guichard. ■

QUESTIONS À...

Christian Perbet

Responsable de l'agence de communication TNT

Christian Perbet dresse un bilan très positif, quinze mois après l'obtention du contrat par son équipe de la gestion du site de l'ASSE.

PROPOS RECUEILLIS PAR
PIERRE-OLIVIER FEBVRET



Quelle est l'importance de ce site dans vos activités ?

■ C'est notre vitrine et il nous permet d'obtenir de nombreux autres contrats. Mais ce site nous impose surtout une remise en cause permanente. Chaque jour, il y a de nouvelles contraintes technologiques que nous avons à cœur de relever. Ce site fait considérablement avancer l'équipe.

Faut-il aimer les Verts pour réaliser ce site ?

■ Au niveau de la technicité non, au niveau de la réactivité absolument oui. S'il y a une grosse info à faire passer un samedi matin, beaucoup d'autres auraient remis ça au lundi, à la reprise du boulot. Chez nous, ce sera fait dans la foulée, au nom de la passion pour le club.

Quelles sont les modifications à venir ?

■ D'ici trois mois, il y aura une grande mise à jour du site. Toutes les rubriques seront présentes mais agencées différemment et centrées autour de la vidéo. C'est le nouveau défi d'Internet. La télévision payante va également faire son apparition et nous allons améliorer la billetterie.

Ce succès vous donne-t-il des idées ?

■ Nous allons certainement nous lancer à la recherche de nouveaux clubs professionnels intéressés pour dynamiser leur site. Nous ne ciblerons pas sur le football, mais nous ouvrirons au rugby, au basket ou au hand. La réussite du site de l'ASSE devrait nous servir.

La clé de la réussite en quelques chiffres

L'engouement pour le club mythique est pour beaucoup dans la réussite du site. Pour le reste, il y a donc la maîtrise technique de TNT. Après quinze mois de gestion, le bilan chiffré parle de lui-même : 100.000 visiteurs uniques (une seule visite est comptabilisée chaque jour pour un utilisateur) en moyenne par mois ; un pic à 90.000 visites le jour de l'annonce du départ du précédent entraîneur, Elie Baup ; 55.000 personnes abonnées à la newsletter ; le site de l'ASSE fait partie du Top 10 des recherches sur Yahoo ; c'est le troisième site le plus consulté parmi les clubs de Ligue 1 après l'Olympique de Marseille et l'Olympique lyonnais ; TNT réunit sur le forum jusqu'à 1.200 personnes simultanément et ça c'est un record.