

Panini, un marché très juteux



Les ventes de vignettes varient selon les consommateurs. Si certains achètent un à cinq paquets par semaine, les plus férus peuvent les acheter par boîte de 100.

Quand on aime, on ne compte pas. Les collectionneurs de vignettes de football Panini peuvent en témoigner. Ils dépensent chaque année plusieurs dizaines d'euros pour assouvir leur passion. Entre l'album collector Foot 30 ans 2006 (NDLR : la collection Panini du championnat de France de football fêtait cette année son 30^e anniversaire), sorti en janvier dernier, et celui consacré à la Coupe du monde en Allemagne, disponible depuis le 7 avril, les ventes d'images Panini en France devraient exploser. Car cette fièvre du

"collage" touche aussi bien les petits que les grands. Les trentenaires, en particulier, ne résistent pas à l'attraction des collections, surtout celles des Coupes du monde de football qui ont rythmé les récréations de leur enfance. « 2006 étant une très grosse année football, on estime à une trentaine de millions le nombre de pochettes vendues dans l'Hexagone », annonce le service marketing du groupe Panini France.

Les albums contiennent par ailleurs de plus en plus d'images. Pour le Mondial 2006, les

collectionneurs devront réunir 596 vignettes (record absolu) contre 576 il y a quatre ans. Le premier album Panini sur la Coupe du monde de football – "Mexico 70" – ne comportait que 271 images. A l'époque, seules seize équipes étaient qualifiées pour la compétition contre le double aujourd'hui. Avec 596 images à trouver, sachant qu'une pochette de cinq autocollants coûte 0,50 euro, il vous faudra déboursier, en théorie, 60 euros pour finir votre album. Ce qui est peu probable. Selon une association de consommateurs anglaise, « il faut compter 145 euros pour glaner tous les autocollants de tous les joueurs des 32 équipes », ce qui, au final, revient assez cher. C'est pour cette raison que certains préfèrent collectionner les "magnets" de footballeurs qu'on trouve dans les portions de fromage.

DES FORUMS D'ÉCHANGES SUR INTERNET

Le meilleur moyen pour compléter son album sans se ruiner, c'est de consulter les forums d'échanges sur Internet. Bizarrement, le site de Panini (www.paninionline.com) n'est pas très actif, contrairement à Collection-du-monde.com. Ce service gratuit fonctionne sur le mode des petites annonces. Chaque collectionneur y inscrit ses listes d'images manquantes et de doubles. Les échanges se font ensuite par courrier postal. Une grande confiance règne donc entre les collectionneurs.

Si un album Panini coûte cher à compléter, il peut toutefois rapporter gros au bout de quelques années. Selon un principe très simple : plus c'est vieux, plus c'est cher, à

condition bien sûr que vos albums soient en parfait état. Quelques chiffres : un album récent des années 2000 à 2006 cote autour de 50 euros. Un album des années 1990 passe déjà à 120-140 euros. Un album des années 1970-1980 rapporte plus de 400 euros à la revente. Et deux derniers chiffres : pour celui de 1970, on passe la barre des 600 euros. Et pour le tout premier album Panini, sorti en 1967, il y aurait preneur à 1 500 euros.

Aymeric Fourel

Panini en chiffres

- Un album Panini "Fifa World Cup Germany 2006" coûte 1,90 euro.
- Une pochette, qui contient 5 vignettes à coller coûte 0,5 euro.
- L'album compte 17 joueurs par équipe alors que les sélections officielles peuvent en réunir 23.
- Il faut 596 vignettes pour compléter l'album, soit en théorie 120 pochettes.
- Panini vend ses pochettes dans 110 pays.
- 6 milliards de vignettes sortiront des usines Panini en Italie, au Brésil et au Mexique.
- Le chiffre d'affaires 2005 de Panini s'élève à 409 millions d'euros.

Le ballon de la Coupe du monde



Le +Teamgeist, ballon officiel de la Coupe du monde 2006, porte les couleurs du pays organisateur.

Le nouveau ballon de la Coupe du monde 2006, le +Teamgeist™ d'Adidas, inaugure une configuration radicalement nouvelle à 14 éléments qui réduit de 60% le nombre de points de contact entre trois éléments et de plus de 15% la longueur totale des lignes des éléments, formant ainsi une surface externe parfaitement lisse et ronde. Les joueurs bénéficient donc d'importantes améliorations en termes de précision et de contrôle. Ce ballon porte les couleurs traditionnelles de l'équipe d'Allemagne, le blanc et le noir rehaussés d'or. Son nom quelque peu barbare signifie "l'esprit d'équipe", aussi essentiel pour gagner qu'un ballon pour la pratique du football.

- Ballon officiel de la Coupe du monde Fifa 2006 en vente 115 euros, sa réplique 23 euros.

Un peu d'histoire du ballon rond

À début des années 1920, Adi Dassler innovait et produisait les meilleurs articles de football de son temps. Aujourd'hui, l'entreprise qu'il a fondée tente de perpétuer cette tradition. C'est en 1963 que "la marque aux trois bandes" met au point le premier ballon haute performance, mettant aux oubliettes ces ballons de couleur marron qui étaient tellement lourds qu'ils faisaient mal aux pieds... et aux têtes. Pour la Coupe du monde 1970 au Mexique, le "Telstar" a été le premier ballon de foot blanc à être décoré de pentagones noirs. Un détail qui prend toute son importance pour bien le distinguer sur les écrans de télévision noir et blanc. Mexico 1970 a été la première Coupe

du monde Fifa à être diffusée en direct à la télévision. Le "Tango" du Mondial 1982 en Espagne : ce ballon a, à l'époque, bénéficié d'une innovation majeure puisque ses coutures étanches ont permis de réduire l'absorption d'eau, diminuant ainsi son poids en cas de pluie. L'"Azteca" de Mexico 1986 est le tout premier ballon officiel synthétique. Le "Questra" du Mondial américain en 1994 est, lui, le premier ballon officiel à contenir une couche de mousse en polyéthylène blanche haute technologie, produisant un retour d'énergie impressionnant. Ce modèle marque le début des ballons très rapides qui mettent en difficultés les gardiens de but pour appréhender la trajectoire de la balle.