

FOOTBALL/LIGUE 1

Le FC Metz, plus que jamais le club à la Croix de Lorraine

Le FC Metz a mis fin au suspense. Annoncé depuis plusieurs semaines, le nouveau logo a été dévoilé ce jeudi. Le club à la Croix de Lorraine n'a jamais aussi bien porté son nom.

Comme de nombreux clubs avant lui, le FC Metz n'a pas résisté à la tentation de modernisation de son image. Ce jeudi, la nouvelle identité visuelle, annoncée depuis plusieurs semaines par le président Serin, a donc été dévoilée avec comme unique symbole la Croix de Lorraine. Présent sur le blason du club messin à partir de 1967, le Graoully, lui, disparaît... Comme c'était d'ailleurs déjà le cas sur les maillots des Grenats depuis 2015.

Rafraîchi, ce nouveau logo est le fruit d'une vaste enquête menée auprès de 3000 supporters, partenaires, anciens joueurs, etc. puis du travail de l'agence *Coast*, basé à Bruxelles dont l'une des spécialités est le rebranding. Autrement dit, un processus qui consiste à changer l'image d'une institution telle que le FC Metz dans le cadre d'une vaste opération marketing.

Seul club français autorisé à utiliser ce symbole

Sa mission était de « dynamiser l'image » du club mosellan,



La « nouvelle identité graphique » du FC Metz. Photo FC METZ

de « moderniser l'image du club » sans « oublier le passé » et « son histoire », selon Frédéric Vanhorenbeke, le directeur créatif et fondateur de l'agence belge.

Cet emblème de la Croix de Lorraine est un véritable symbole pour le FC Metz puisqu'il est le seul club français autorisé à utiliser et afficher ce symbole de la Résistance et de la France libre du Général de Gaulle...

Elle est apparue pour la première fois sur le maillot messin

juste après la Seconde Guerre mondiale. Très exactement le 19 mars 1945, moins d'un an après la libération de la Ville (le 22 novembre 1944), à l'occasion d'un match organisé au stade Saint-Symphorien contre une sélection de l'Armée française. Une rencontre remportée par les Messins (3-0).

C'est donc un symbole à la fois régional et de résistance qui a été

choisi. « On a voulu moderniser l'image tout en gardant l'identité forte du club », insiste Bernard Serin. « Ce visuel et le nouvel univers de marque accompagnent totalement la modernisation des infrastructures. »

« Une armure de métal et de flammes »

« Cette identité s'articule désormais autour d'une armure de métal et de flammes, symbolisées par l'introduction d'une couleur orange énergie », explique le club messin. Des éléments graphiques inspirés du passé sidérurgique et houiller de la région.

« Je l'ai vu sur le maillot (les supporters, eux, devront patienter jusqu'en juillet), je peux vous dire que ça donne encore un autre relief », assure, de son côté, l'emblématique président d'honneur du FC Metz, Carlo Molinari. « Le symbole est respecté et donc je trouve que c'est chouette, très réussi. »

Plus que jamais, le FC Metz est donc le club à la Croix de Lorraine. « Nous sommes le seul club sportif à pouvoir l'arborez », conclut le président Serin. « Mais désormais, ce ne sera plus la Croix de Lorraine de tout le monde, c'est désormais la nôtre. C'est un élément très très fort de notre identité qui va s'associer à nos couleurs grenats et au FC Metz... »

Jean-Sébastien GALLOIS

« S'inscrire dans le présent sans oublier le passé ni insulter l'avenir »

Maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication à l'Université de Lorraine, Jean-François Diana décrypte la stratégie de rebranding du FC Metz.



Pourquoi, selon vous, un club comme le FC Metz a-t-il besoin de faire évoluer ce qu'il qualifie son « identité graphique » ?

« Cela renvoie, notamment, à une volonté de donner une valeur ajoutée à quelque chose qui en a déjà. Cela répond à plusieurs objectifs. D'abord celui de la notoriété. Nous vivons dans une société de visibilité et le sport, le football en particulier, en est l'un des plus grands vecteurs. Mais c'est aussi un moyen de fédérer. Il ne faut pas perdre de vue qu'un club, c'est une histoire, une mémoire, un patrimoine, un territoire... Un logo renvoie à des principes, à des valeurs morales voire idéologiques. Il permet, par exemple, de savoir que tel club est issu du monde ouvrier, qu'un autre a été construit par la jeunesse dorée comme ce fut le cas en Angleterre ou, comme à Sochaux, qu'il est adossé à une entreprise. Ça raconte une histoire. »

D'où l'importance de la Croix de Lorraine

dans le cas du FC Metz...

« Lorsqu'on change une identité visuelle, le risque, c'est que le public ne se l'approprie pas, voire qu'il s'y oppose. Parfois, il existe même un risque d'ordre éthique voire idéologique à travers les symboles mis en évidence. Mais avec la Croix de Lorraine, ce risque n'existe pas. Au contraire, c'est consensuel. C'est gagné ! En revanche, s'il n'y avait pas eu la Croix de Lorraine, je pense qu'on aurait été dans une vraie révolution ! »

Une partie des supporters messins a néanmoins manifesté sa crainte puis sa réticence vis-à-vis de cette refonte...

« Dès qu'il y a du changement qui s'apparente à un semblant de révolution, il est évident qu'il faut s'attendre à une levée de boucliers. C'est le cas à chaque fois... On a déjà assisté à des plantages, dans le foot comme ailleurs. Le risque, mesuré, c'est que les supporters ne s'appro-

prient pas le logo. Mais au final, tout le monde, même les plus conservateurs, va s'y faire. Les gens ne sont pas contents, mais jamais très longtemps. »

Le FC Metz, qui s'est à nouveau installé en Ligue 1 et s'est doté de nouvelles infrastructures, ne veut-il pas aussi montrer, à travers cette nouvelle identité visuelle, qu'il se transforme ?

« C'est une sorte d'agencement : tout va ensemble. C'est ce que j'appelle le capital de visibilité. Ce changement intervient pour que cette visibilité soit encore meilleure. Le logo a un rôle stratégique relatif à l'histoire, à la mémoire, aux exploits, au patrimoine et surtout à la promesse d'avenir. Autrement dit, l'objectif, c'est de s'inscrire dans le présent sans oublier le passé ni insulter l'avenir. C'est Lampedusa (auteur italien) qui disait : "il faut que tout change pour que rien ne change". »

J.-S. G.