

LES ACTIONS DE SPONSORING EN FRANCE...

BNP Paribas, partenaire de tous les tennis

Les joueuses de tennis choisissent leur bache de fonds de court

En septembre 2005, BNP Paribas est devenu le sponsor mondial de la Fed Cup. Cette compétition de tennis par équipes féminines porte désormais le nom de Fed Cup par BNP Paribas. Ce partenariat de six ans avec la Fédération interna-

tionale de tennis (FIT) concerne également la Fed Cup Junior par BNP Paribas.

Pour marquer cette nouvelle association, la FIT a décidé de doter la Fed Cup par BNP Paribas d'une nouvelle identité. C'est ainsi qu'est née l'idée de proposer aux joueuses de choisir la couleur de la bache de la compétition. Un vote a été mis

en place pour mener à bien ce projet, dont 64 pays (soit environ 260 joueuses) sont concernés. Trois couleurs sont proposées : rose fuchsia, pourpre et turquoise. La couleur choisie sera présentée officiellement lors la finale de la compétition, les 16 et 17 septembre 2006.



Pour la Fed Cup, les joueuses peuvent voter pour choisir la couleur du fonds de court.

Le "Roland-Garros Virtual Tour'06"

PlayStation, leader mondial des loisirs numériques, et BNP Paribas se retrouvent à nouveau sur un territoire commun : le tennis et les jeunes. Ils proposent la deuxième édition du tournoi de tennis virtuel réservé aux 12-25 ans : le "Roland-Garros Virtual Tour'06". Ce tournoi met en œuvre un vaste dispositif pour les phases qualificatives, avec une nouveauté cette année : la création d'un circuit exclusivement réservé aux filles.

Depuis février 2006, un tournoi



virtuel se déroule également lors de l'Open 13, en février, et du Masters Series de Monte Carlo, en avril.

Les 64 finalistes devant le bus "Roland-Garros Virtual Tour" pour l'édition 2005.

Partenaire officiel du stade Paris Jean-Bouin Lagardère

BNP Paribas est devenu fin avril le partenaire officiel du stade Paris Jean-Bouin Lagardère, jusqu'à la fin de l'année 2008. La banque, dorénavant associée à l'ensemble de la communication et de la vie du stade – notamment avec sa section tennis –, bénéficie d'une présence sur celui-ci. Un espace dédié au service bancaire sera mis à disposition des membres du club. BNP Paribas sera également "Parrain Titre" de l'ensemble des tournois de tennis organisés chaque année au stade.

"La Route du Rhum – La Banque Postale"

La Banque Postale a décidé de s'associer à La Route du Rhum en tant que partenaire principal pour les deux prochaines éditions de la course, en 2006 et 2010, et associera son nom à celle-ci qui s'appellera dorénavant "La Route du Rhum – La Banque Postale". De Saint-Malo à Pointe-à-Pitre,

La Banque Postale sera un partenaire de proximité pour La Route du Rhum et reliaera auprès de ses équipes et de ses clients partout en France les rebondissements de cette transatlantique en solitaire. Le coup d'envoi de la 8^e édition de La Route du Rhum sera donné le 29 octobre 2006.

Le Crédit Agricole, nouveau parrain officiel de l'équipe de France de football

Partenaire historique du football, le Crédit Agricole a annoncé fin janvier 2006 le renouvellement de ses engagements auprès de la Fédération française de football (FFF). Partenaire de l'équipe de France depuis 2000, le groupe bancaire a franchi un nouveau cap en devenant, dès cette année, l'un de ses "top spon-

sors" jusqu'en 2010. De plus, la marque renforce ses actions dans le football amateur initiées depuis plus de 30 ans avec la FFF. Cette montée en puissance dans le football français permet au Crédit Agricole d'être l'un des partenaires majeurs du football en renforçant ses liens de proximité et en illustrant sa fidélité.

... ET À L'ÉTRANGER

LCL sur les routes du Tour de Picardie

Créé en 1936, le Tour de Picardie, qui survole les trois départements de la région, s'est déroulé les 12, 13 et 14 mai derniers. Le Tour de Picardie détient dans le calendrier une date stratégique : six semaines avant le Tour de France, entre les classiques de printemps et les

courses par étapes précédant le Tour de France.

Le Crédit Lyonnais (LCL) est devenu partenaire du Tour de France en 1981. Mais c'est en 1987, que le lion se pare du maillot jaune et renforce sa présence sur le Tour.

Gestion de patrimoine : association pour accompagner les sportifs de haut niveau

Face à la complexité de leur environnement financier et juridique, les sportifs de haut niveau ont besoin d'être accompagnés tout au long de leur carrière. BNP Paribas Banque Privée et le cabinet d'avocats Gide Loyrette Nouel ont récemment annoncé leur association pour leur apporter respectivement une offre patrimoniale et financière, et une offre juridique.

Ces deux spécialistes de la gestion de patrimoine et du droit ont décidé de mener une action pédagogique commune, en accompagnant les sportifs à très fort potentiel (et leur entourage) dans leur projet professionnel et en les sensibilisant aux problématiques spécifiques qu'ils sont susceptibles de rencontrer lors des différentes étapes de leur carrière.

Ce partenariat repose sur 3 éléments : un kit pédagogique présentant des règles pour optimiser financièrement et

sécuriser juridiquement l'activité sportive des champions, un séminaire à Paris en novembre 2006 dont l'objectif est de développer 4 grandes réflexions (choix de contrat, gestion de carrière, gestion du projet patrimonial et préparation de la reconversion), ainsi qu'une lettre d'information semestrielle.

"Sur les 7 000 sportifs de haut niveau en France pour l'année en cours (contre 6 600 en 2005) recensés par le ministère des Sports, 15 % d'entre eux sont nos clients", souligne Marie-Claire Copabianco, directrice de BNP Paribas Banque Privée France. "Notre objectif est d'atteindre les 20 % au cours des trois prochaines années". Le sport est, depuis plusieurs années, un secteur économique à part entière. D'après l'étude d'Eurostaf de 2005 "Le sponsoring sportif", le sport amateur pèse 20 milliards d'euros et le sport professionnel 4 milliards d'euros en France.

Generali: un sponsoring sportif diversifié

Assureur officiel de la Fédération française de golf depuis 1999, mais aussi de la Fédération française d'équitation, l'assureur italien parraine depuis neuf ans le navigateur Yann Eliès, qui participera au prochain Vendée Globe, en novembre 2008.

Zinedine Zidane sera le parrain du nouveau voilier construit pour le Vendée Globe 2008 tout comme il est déjà l'ambassadeur du groupe Generali pour une campagne de communication sur le thème de la prévention des risques et de la protection de l'environnement, lancée en avril dernier.

Merrill Lynch Investment Managers sponsor titre du Circuit des Champions

La division *asset management* de la banque d'investissement américaine Merrill Lynch a annoncé, en février dernier, un partenariat de trois ans avec le Circuit des Champions ATP, labellisé "Merrill Lynch Tour of Champions", qui voit s'affronter chaque année des légendes de cette discipline, comme Boris Becker, John McEnroe ou encore

Jim Courier. En 2006, le tour comprendra une série de tournois qui se joueront dans 12 villes en Europe et en Asie. "Ce sponsoring est partie intégrante de notre stratégie marketing en Europe et Asie Pacifique", souligne Nuala Walsh, responsable marketing de Merrill Lynch Investment Managers.

Le Credit Suisse continue avec BMW

Principal soutien de l'écurie de Formule 1 Sauber Petronas Team depuis 2001, Credit Suisse poursuit son engagement avec le nouveau propriétaire BMW. La banque helvétique, présente en F1 depuis cinq ans, a signé un contrat de 3 ans (2006-2008), devenant ainsi le partenaire bancaire officiel de l'équipe BMW Sauber F1. Credit Suisse partage des valeurs communes, telles que

le dynamisme, le travail d'équipes et des technologies de pointe. Dans le domaine du sport, les activités que le groupe déploie aux niveaux national et international concernent, outre l'écurie de Formule 1 BMW Sauber, le sport équestre, le football et le golf. Cette forme de soutien fait partie intégrante de sa stratégie et de sa communication depuis plus de vingt années.



UBS et la voile

Le groupe bancaire et financier a renouvelé sa confiance à l'équipe suisse Alinghi en tant que l'un des partenaires principaux pour les quatre prochaines années. UBS fut le premier partenaire principal à bord du Challenge Alinghi en vue de l'America's Cup. Ce partenariat reflète la symbiose des attributs liés à la marque et aux exigences de la voile. L'équipe Alinghi participera à tous les actes (pré-régates) de la 32^e

America's Cup, avant d'endosser le rôle de Defender pour l'America's Cup Match en 2007. Récemment, elle a remporté le Louis Vuitton Act 11, les dernières régates en flotte avant avril 2007.

Par ailleurs, parmi ses nombreux partenariats sportifs, UBS aura le statut de banque officielle et sera l'un des quatre *national supporters* aux prochains Championnats d'Europe de football UEFA EURO 2008.

Vancouver a choisi RBC Groupe Financier comme partenaire bancaire national exclusif pour les Jeux Olympiques d'hiver de 2010

Le Comité d'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques d'hiver de 2010 à Vancouver (COVAN) et RBC Groupe Financier, filiale de la Banque Royale du Canada, ont récemment annoncé que RBC a été choisi comme premier partenaire bancaire national. RBC renouvelle ainsi une relation de 58 ans avec le mouvement olympique canadien. L'entente conclue donne à RBC les droits de commandite de l'équipe olympique canadienne pour les Jeux de Pékin en 2008 et de Vancouver en 2010, et pour ceux de 2012. L'engage-

ment de RBC est évalué à 110 millions de dollars canadiens pour les huit prochaines années, comprenant notamment un versement en espèces de plus de 70 millions de dollars canadiens.

RBC assurera aussi des services bancaires, des investissements dans le sport amateur et les athlètes, le soutien des Jeux Paralympiques, des programmes de développement communautaire pour les premières nations, la promotion de la marque olympique et un soutien promotionnel par l'entremise de son réseau.

Visa devient un partenaire exclusif de la FIFA début 2007

Visa International et la FIFA (Fédération internationale de football association) ont annoncé, début avril, avoir passé un accord grâce auquel Visa devient l'un des partenaires exclusifs de la FIFA avec des droits sur une large gamme d'activités de la FIFA, dont la Coupe du monde de la FIFA et la Coupe du monde féminine de la FIFA. Ce partenariat global, pour une période de huit ans, lie la marque mondiale leader des paiements et le football, premier sport mondial. L'engagement de Visa, dans la catégorie des services financiers, débutera en janvier 2007 jusqu'en 2014. En tant que l'un des six partenaires de la FIFA, Visa bénéficiera de droits marketing exclusifs, de concours, d'événements spéciaux et de pro-

grammes de développement. Visa et la FIFA travailleront ensemble sur un plan global afin de créer des programmes de paiement exclusifs Visa autour de ces activités de la FIFA.

Néanmoins, le groupement des cartes bancaires MasterCard International, concurrent de Visa, conteste la validité de l'accord alors que son contrat avec la FIFA, initié en 1990, court toujours.

L'établissement a déposé une plainte contre la FIFA, le 20 avril dernier, devant un tribunal new-yorkais, afin d'empêcher cette dernière d'appliquer un accord de sponsoring avec Visa. La plainte porte sur un accord que la FIFA a passé avec Visa pour sponsoriser les Coupes du monde de 2010 et 2014.

BIBLIOGRAPHIE

- **Le parrainage : sponsoring et mécénat**, Björn Walliser, à paraître en septembre 2006, Dunod.
- **Sport et sponsoring**, (avant-propos de Claude Legrand), Alain Ferrand, Luigino Torrigiani, Andreu Camps i Povill, 2006, Institut national du sport et de l'éducation physique.
- **Economie du sport**, Jean-François Bourg, Jean-Jacques Gouguet, 2005, Poche.
- **Marketing du sport**, 3^e édition, Michel Desbordes, Fabien Ohl et Gary Tribou, 2004, Economica.
- **Sponsoring sportif**, Gary Tribou, 2004, Economica.
- **Stratégie des entreprises dans le sport**, dirigé par Michel Desbordes, 2004, Economica.
- **Marketing et stratégie de la banque**, Monique Zollinger et Eric Lamarque, 2004, Dunod.
- **Mécénat et parrainage : guide juridique et fiscal**, Xavier Delsol, 2003, Juris-service.
- **Economie du sport et entrepreneuriat**, Dieter Hillairet, 2002, L'Harmattan.
- **Droit et sport : sponsoring, responsabilité, justice sportive, mesures provisoires, arrêt Bosman, installations sportives**, Piermarco Zen-Ruffinen, 1997, Staempfli.
- **Sponsoring : le parrainage publicitaire**, Gérald Bigle et Dan Roskis, 1997, Delmas.
- **Sponsoring, mécénat et loi Evin : Actes du colloque**, 1996, Albin Michel.
- **Le Sponsoring international**, Vincent Fischer, 1995, Boréal.
- **Mécénat et sponsoring : la communication +**, Patrick Dambon, 1993, Ed. d'Organisation.
- **Sponsoring et politique de marketing**, Patrick Dambon, 1991, Ed. d'Organisation.