

CELEXANSE

AVOCATS

LE SPORTIF ET SES SPONSORS:

ACTE 1- LE SPONSORING SPORTIF: PRÉSENTATION

LE SPONSORING SPORTIF, C'EST QUOI ?



D'abord, **le sponsoring sportif ce n'est pas du mécénat**: dans le mécénat, le mécène qui soutient le sportif n'attend rien en retour. Il n'y a pas de contrepartie (directe).

Ensuite, **le sponsoring sportif** (que l'on appelle également le parrainage sportif) **c'est un contrat de prestations publicitaires** conclu entre un sponsor et un sportif.

Le sportif s'engage à représenter l'image de la marque du sponsor qui lui verse **en contrepartie des prestations le plus souvent financières mais qui peuvent aussi être matérielles et/ou techniques**.

THANK YOU
FOR YOUR SUPPORT!



BENEFICES POUR CHACUN:

Le sponsoring sportif est principalement un soutien financier ou matériel apporté à un sportif par un partenaire annonceur en échange de différentes formes de visibilité et de collaborations.

Cela doit être un contrat gagnant-gagnant, chacun trouvant un avantage de ce partenariat. Pour le sportif, le sponsor est un partenaire d'affaires.

Pour l'entreprise (le sponsor), le sponsoring est un vecteur de communication qui va lui permettre de lier son image à celle d'un athlète particulier dans l'optique commerciale d'accroître sa notoriété par l'intermédiaire d'un contrat et éventuellement d'améliorer son image.

Pour le sportif, le sponsoring est bien évidemment un moyen de financer son sport et d'en vivre.

POURQUOI MISER SUR UN SPORTIF PROFESSIONNEL?



- Miser sur un sportif permet de miser sur sa cote de **popularité**.
- Cela permet aussi de **bénéficier des valeurs** qu'il incarne auprès de son public.
- Quelque soit le sport en question, cela permet de gagner en **visibilité**
- Le sponsoring sportif est un **accélérateur de notoriété** pour le sponsor
- Cela permet d'associer l'image de son entreprise, de sa marque à des valeurs, celles que véhiculent le sportif.

Les valeurs varient d'un sport à l'autre : au football la dimension populaire, au rugby le courage, à la boxe la pugnacité et la force, au basket le spectacle ... D'autres sports, comme le tennis ou le golf véhiculent une image haut de gamme, plus sélective. Le but est de mettre en avant des valeurs communes entre l'entreprise et le sport pratiqué par le sportif professionnel.

Par exemple, l'empowerment est actuellement une valeur très forte, très recherchée par les marques et les entreprises.