

INTRODUCTION

Une technique de sponsoring relativement ancienne au niveau international mais qui n'est apparue sur le marché français que relativement récemment (2007 – MMA Arena)

Un concept protéiforme :

- Naming d'enceintes sportives (stades et arénas)
- Naming de compétitions sportives
- Naming de collectifs (équipes, équipage, écuries, ...)

Une pratique avantageuse pour les parties prenantes :

- Propriétaire / Organisateur / Manager : apport d'une partie du financement de l'équipement (enceintes), développement des revenus (compétitions, équipes)
- Exploitant : réduction des coûts d'exploitation du stade/aréna
- Annonceur : développement de la notoriété, du capital sympathie...

Le naming des stades et arénas en France – Evolution du marché

Workshop Sporsora, mars 2015 :

- 8 stades et arénas disposaient d'un naming en France
- Durée moyenne : 7 ans
- Montant annuel moyen : 2,3 millions d'euros

En 2017 :

- 12 stades et arénas disposaient d'un naming en France
- Durée moyenne : 8,1 ans
- Montant annuel moyen : 1,8 millions d'euros

+50%

Le naming des stades et arénas en France – Benchmark 2015

Année	Stade / Aréna – Ville	Capacité	Durée	Montant annuel
2007	MMArena – Le Mans	25 000	10 ans	1 M€
2011	Matmut Stadium - Lyon	8 000	5 ans	1 M€
2011	Park&Suites Arena – Montpellier	9 000	12 ans	750 K€
2011	Skoda Arena - Morzine	1 260	2 ans	NC
2012	Allianz Riviera - Nice	35 600	9 ans	1,8 M€
2012	KindArena – Rouen	3 600	10 ans	460 K€
2014	Altrad Stadium - Montpellier	14 700	3 ans	2-3 M€
2015	Davo Pévèle Arena – Orchies	5 000	5 ans	130 K€

Le naming des stades France en 2017

7 contrats de naming

Durée moyenne : 7,8 ans

Montant annuel moyen : 2,2 millions d'euros

Secteurs concernés :

- Assurance : 5 contrats
- Télécommunications : 1 contrat
- BTP : 1 contrat

5



2

Le naming des stades en France en 2017

Année	Stade / Aréna – Ville	Capacité	Durée	Montant annuel
2007	MMA Arena – Le Mans	25 000	10 ans	1 M€
2012	Allianz Riviera - Nice	35 600	9 ans	1,8 M€
2014	Altrad Stadium - Montpellier	14 700	3 ans	2-3 M€
2015	Matmut Atlantique – Bordeaux	42 000	10	2,1 M€
2016	Orange Vélodrome – Marseille	67 000	10	2,7 M€
2016	Matmut Stadium	25 000	10	2 M€
2017	Groupama Stadium	60 000	3	3,5 M€*

*Stade seul. S'ajoutent 2,5 M€ pour le centre d'entraînement et des bonus pouvant faire monter le total à 7 M€

Le naming des arénas en France en 2017

5 contrats de naming

Durée moyenne : 8 ans

Montant annuel moyen : 1 million d'euros

Secteurs concernés :

- Automobile
- Industrie alimentaire
- BTP
- Hôtellerie
- Tourisme / marketing territorial



2

1



1

Le naming des aré纳斯 en France en 2017

Année	Stade / Aré纳斯 – Ville	Capacité	Durée	Montant annuel
2011	Skoda Arena – Morzine	1 260	2 ans	NC
2012	KindArena – Rouen	3 600	10 ans	460 K€
2015	Davo Pévèle Arena – Orchies	5 000	5 ans	130 K€
2015	AccorHotels Arena – Paris	20 300	10 ans	3,25 M€*
2017	Sud de France Arena – Montpellier	9 000	15 ans	330 K€

