



Le partenariat Lancia / Stade Français Paris : essai transformé !

Nominée aux Trophées Sponsors, l'association interprofessionnelle des acteurs du marketing sportif en France, Lancia s'est distinguée en terminant finaliste dans la catégorie très convoitée du trophée de « sponsor de l'année ».

Ce trophée récompense l'exploitation du partenariat entre la marque italienne et le club de Rugby du Stade Français Paris, un partenariat ancré sur les valeurs communes d'élégance, de tempérament et d'avant-garde.

« Avec ce partenariat, en travaillant au quotidien avec le Stade Français Paris, nous avons cherché systématiquement à trouver des solutions innovantes et bien souvent inédites dans le marketing sportif. Nous nous sommes évertués à brandir le blason Lancia haut et fort tout en vivant une aventure humaine extraordinaire. Nous n'avons jamais trahi nos valeurs mais, au contraire, les avons toujours défendues avec détermination et enthousiasme » déclare Nicolas Lévêque, directeur marketing Lancia France.

Sur la thématique de "partenaire élégant", le dispositif a notamment permis aux 2 marques d'être visibles en média et hors média avec la création d'une web-série « Inside Stade Français Paris by Lancia » diffusée sur le site officiel de Canal+, le déploiement d'une campagne de publicité en presse et télévision mettant en avant les joueurs pour le lancement d'une gamme de 3 séries spéciales « S by Stade Français Paris », ou encore d'animations dans le réseau partout en France et d'opérations de relations publiques lors des matches et événements du Stade Français.

Sponsorship 360 conseille et accompagne au quotidien Lancia dans ses prises de parole avec le Stade Français Paris. Et ce depuis l'origine du partenariat et de son activation.

"Nous sommes très heureux de cette nomination pour Lancia et pour le Stade Français Paris. Plébiscitée par les acteurs du marketing sportif comme une démonstration d'un partenariat exploité à 360°, c'est aussi une belle récompense du travail accompli tous ensemble depuis 2 ans. D'autres belles pages restent encore à écrire." précise Hervé Bodinier, Président de Sponsorship 360.

Note aux éditeurs :

Sponsorship 360 est un cabinet de conseil en marketing sportif dont la mission principale est l'accompagnement des marques de la définition d'un territoire de communication dans le sport jusqu'au déploiement opérationnel. En France comme à l'international, le cabinet travaille sur les stratégies de marketing sportif pour TAG Heuer, Evian, Audi, Moët & Chandon, Veuve Clicquot, Lancia ou encore Hackett et ERDF. Sponsorship 360 est leader auprès des marques luxe et premium.

Lancia : Le défi que Vincenzo Lancia décide de se lancer en 1906 est d'offrir à la toute naissante industrie automobile italienne, un patrimoine d'idées et de réalisations riches en nouveautés. Plus de cent ans après, Lancia, une des plus illustres marques automobiles, reste fidèle à cette mission, et y travaille chaque jour avec passion. Choix audacieux, intuition visionnaire, image unique d'un constructeur d'émotions, incarnation intemporelle du chic italien, empreint d'authenticité, de

raffinement et d'innovation, Lancia conjugue un esprit à part, affirme son évidence par la différence et cultive depuis toujours une philosophie teintée d'élégance et de tempérament.

Sponsor, créée en 1994 est une association interprofessionnelle dédiée au marketing sportif. Elle rassemble les 150 acteurs de l'éco système du Sport (annonceurs, agences, organisations sportives, médias, instituts d'études et de formation). Elle a notamment pour objectif de promouvoir l'utilisation, le développement et la professionnalisation du marketing sportif comme levier de communication, de management et d'innovation.