

Quelle différence entre Mécénat et Sponsoring ?

Intéressant LA LETTRE DE L'ECONOMIE DU SPORT du vendredi 21 octobre et qui, par le biais d'une interview de Gary TRIBOU (professeur de marketing du sport à la faculté des sciences du sport de l'université de Strasbourg), dresse une étude sur le sponsoring et le mécénat dans le sport. Et de comparer ces deux formes d'aides au sport, à des clubs ou tout simplement des sportifs de quelque niveau que ce soit. D'abord, un rappel. Le mécénat se définit comme « le soutien matériel apporté sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général). Pour une entreprise, le mécénat consiste à faire un don à un organisme d'intérêt général, à un club sans attendre un retour de contre-partie équivalente. En l'occurrence, pour un club ou un sportif, aucune obligation de résultat n'est exigée.

En France, le mécénat est à l'image de l'économie dans une conjoncture morose. Seulement, 9% des associations profitent du mécénat.

Le sponsoring ou parrainage se définit quant à lui comme « un soutien matériel apporté à une manifestation, à une personne, un produit ou une organisation en vue d'en retirer un bénéfice direct ». C'est le cas des sponsors qui aident les clubs ou sont directement dans le cœur même d'une organisation. Il faut rentabiliser par des résultats.

Un exemple frappant cette saison dans le monde du cyclisme professionnel. L'arrivée d'EUROPCAR a été très bénéfique ne serait-ce que par Thomas VOECKLER qui, durant dix jours a porté le maillot jaune sur les routes du Tour de France. La marque EUROPCAR a été vue par des millions de téléspectateurs.

Rien de tel pour doper les ventes de caravanes. Mais un sponsor n'a pas de but philanthropique mais avant tout commercial. Le parrainage est le plus souvent rattaché au domaine du sport qui est un bon vecteur pour l'image de l'entreprise au travers de maillots ou équipements. Aujourd'hui, la voile (voir

Route du Rhum ou la Vendée Globe) bénéficie d'excellentes retombées médiatiques.

Les exemples fourmillent de ce genre de réussite mais malheur au club ou au sportif qui ne gagne plus. C'est alors le divorce entre les deux parties.

Lionel HERBET