

Toujours dans le cadre du même concours presse : un élève en classe de 4^e D du Collège Saint-Joseph, Baptiste Faure-Tremsa, a écrit un article sur le thème du sponsoring à Cholet Basket :

L'argent des sponsors

Pour boucler leur budget, les clubs sportifs professionnels font appel aux sponsors.

Les sponsors apportent 1,88 million d'euros à Cholet Basket, soit 40 % du budget du club. Une somme colossale sans laquelle « CB ne serait pas en Pro A », indiquent Sandrine Daniel, responsable marketing au club, et Bruno Vételé, directeur des Imprimeries Vételé Communication à La Séguinière et sponsor de Cholet Basket depuis sa création en 1975.

Intéressant pour les entreprises

Les sponsors sont répartis en trois ou quatre groupes. Au sommet, les partenaires « premium », au nombre de deux : « Ils nous donnent plus de 100 000 euros hors taxes ». Ensuite ce sont les six partenaires « majeurs » qui « participent à hauteur de 50 000 à 99 000 euros hors taxes ». Et enfin ceux qui « investissent de 1 000 à 49 000 euros hors taxes ». Ces derniers sont divisés en deux



Les sponsors s'affichent sur différents supports.

groupes : les membres du CBE (club entreprise), qui sont 112, « ils sont détenteurs de places VIP. Les partenaires « premium » et les partenaires « majeurs » ont également ce privilège », informe Thierry Chevrier, directeur de Cholet Basket.

Les autres sponsors - ils sont 80 - « n'ont pas de places VIP mais ils ont de la visibilité dans la salle (sur les panneaux, les maillots, le parquet, des bâches, le programme du match, les billets) mais également sur le site internet du club ».

Le sponsoring paraît n'avantager que le club mais c'est en fait un échange qui est assez intéressant pour les entreprises. « C'est intéressant, car il y a un retour sur investissement. Les soirs de match 100 à 150 personnes plus les arbitres viennent systématiquement manger », explique Patrick Piffeteau, le directeur du Grand Café à Cholet qui « est presque devenu une institution pour les Choletais après les matchs de CB ».

Sponsoriser permet aussi aux entreprises d'avoir « des contacts avec d'autres partenaires », livre Bruno Vételé. Cholet Basket octroie quelques avantages à ses partenaires « comme la newsletter (mail évoquant la vie du club et ses résultats), un SMS des résultats des matchs joués à l'extérieur et la grande soirée partenaires de début de saison », conclut Thierry Chevrier. **Baptiste FAURE--TREMSAL, 4^e D, collège Saint-Joseph, Cholet**

Le Courrier de l'Ouest – Mardi 28 mai 2013

Les sponsors, une nécessité pour Cholet basket

40 % du budget ! C'est la part du sponsoring dans le budget de Cholet basket. Soit 1,88 million des 4,7 millions d'euros du budget.

« Sans le sponsoring, Cholet basket ne serait pas en Pro A », indiquent Sandrine Daniel, responsable marketing au club, et Bruno Vételé, directeur des Imprimeries Vételé Communication à La Séguinière et sponsor de Cholet basket depuis sa création (1975).

Les sponsors sont répartis en trois ou quatre groupes distincts. Au sommet, nous retrouvons les partenaires « premium », au nombre de deux : « Ils nous donnent plus de 100 000 € hors taxes. » Ensuite ce sont les six partenaires « majeurs » : « Ceux-ci participent à hauteur de 50 000 à 99 000 € hors taxes. » Et enfin ce sont les autres partenaires : « Eux investissent de 1 000 € à 49 000 € hors taxes. » Ces derniers sont divisés en deux groupes : les membres du CBE (club entreprise), qui sont 112. « Ils sont détenteurs de places VIP. Les partenaires « premium » et les partenaires « majeurs » ont également ce

privilège », informe Thierry Chevrier, directeur de Cholet basket.

Les autres sponsors, eux, sont 80. « Ils n'ont pas de places VIP mais ils ont de la visibilité dans la salle (sur les panneaux, sur les maillots, sur le parquet, sur des bâches, sur le programme de match, sur les billets) mais également sur le site Internet du club. » Sandrine Daniel précise : « Les membres du CBE peuvent aussi avoir de la visibilité dans la salle mais ce sont alors des packages sur mesure. » Par exemple, Bruno Vételé et Patrick Piffeteau, le directeur du Grand Café à Cholet et du bar à ambiance Guss, sont tous les deux membres du CBE et bénéficient d'une publicité pour leurs entreprises sur des panneaux LED à la Meilleraie, la salle de Cholet basket.

Mais pourquoi sponsoriser ?

Le sponsoring paraît n'avantager que le club mais c'est en fait un échange

qui est assez intéressant pour les entreprises qui sponsorisent le club. « C'est intéressant de par le retour sur investissement. Les soirs de match, on gagne 100 à 150 personnes plus les arbitres qui viennent systématiquement manger », explique Patrick Piffeteau, pour qui Le Grand Café « est presque devenu une institution pour les Choletais après les matchs de CB ».

Sponsoriser permet aussi aux entreprises d'avoir « des contacts avec d'autres partenaires », livre Bruno Vételé. Sandrine Daniel précise : « Le sponsoring est en fait intéressant pour les partenaires. La preuve : le taux de renouvellement, depuis six ans que je suis au club, est supérieur à 90 % ».

Cholet basket octroie quelques avantages à ses partenaires « comme la newsletter (mail évoquant la vie du club et ses résultats), un SMS des résultats des matchs joués à



Bâches, marquage parquet, panneaux LED mais également le maillot d'échauffement... les sponsors sont partout.

l'extérieur et la grande soirée partenaires de début de saison », ajoute encore Thierry Chevrier.

Baptiste FAURE--TREMSAL, 4^e D, collège Saint-Joseph, Cholet.