

LE SPONSORING, POURQUOI ?

LE BUDGET D'UN PILOTE OU "LE PARCOURS DU COMBATTANT MODERNE"

Le pilote automobile doit lui-même effectuer, tant qu'il n'a pas atteint le statut de professionnel (formule 3000 et formule 1), une longue et fastidieuse prospection de sponsors (sorte de parcours du combattant moderne).

Afin d'obtenir un budget lui permettant d'acheter une monoplace, de payer les frais de déplacement d'un semi-remorque, de 2 mécaniciens, de l'achat de pneus, d'assurances et des révisions moteur, et d'effectuer sa saison dans de bonnes conditions ; Jean-Baptiste EMERIC n'a pas échappé à cette logique pour sa participation cette année au championnat de France de formule Renault dans l'écurie Franco Racing, équipe officielle Reynard en France.

A une prospection classique pas à pas s'ajoute une prospection ayant pour but de regrouper un ensemble d'entreprises locales sous un unique logo. Les organismes locaux sont également sollicités.

Qui bénéficie du sponsoring ?

Une collaboration avec des entreprises régionales (d'Aubagne essentiellement) permet de diffuser sous une forme dynamique l'image du tissu industriel local. Le sponsoring est en fait une forme de partenariat entre l'entreprise et le pilote. Celle-ci lui remet une aide financière et/ou matérielle ; en échange le pilote lui permet de réaliser au sein de son établissement une communication interne, image dynamique de l'entreprise face à ses employés, ainsi qu'une communication externe : une image revalorisante face à ses clients, ses fournisseurs ainsi que ses concurrents.

En effet, de par ses retombées médiatiques et de sa popularité, la Formule Renault est un moyen aisé et quantifiable pour le sponsor de se faire connaître.

La forme de sponsoring envisa-

geable reste à définir de manière précise entre le pilote et l'entreprise.

Par le biais de ce journal, nous allons permettre aux entreprises aubagnaises de donner des détails sur le but et la fonction de leur société et de communiquer entre elles, et pourquoi pas de s'associer dans leur travail.

- étroite relation entre les entreprises adhérentes,
- aide financière et/ou matérielle au pilote,
- création d'un logo dynamique et reconnaissable de tous,
- emplacement publicitaire préférentiel du logo sur la voiture (en fonction du nombre d'adhérents).

Pour devenir membre de ce groupement et mener avec nous le combat qui permettra à Jean-Baptiste EMERIC d'accéder au but recherché par tout pilote : "LA FORMULE 1"

Contactez-nous au :
42.70.16.01 ou 42.03.71.00

DEJA QUELQUES SPONSORS NOUS ONT REJOINTS

FRANCE BOULON

Implantée depuis 1986 dans la zone industrielle des Paluds.

Actif : 7 personnes
Produits diffusés : boulonnerie,
outillage à main, fournitures
industrielles, outillage divers...

Clientèle : usines,
mairies, collectivités...

Sponsor de J.B. EMERIC depuis la saison 87/88



INTERVIEW de Monsieur SOLINAS, dirigeant de la société FRANCE BOULON

Pourquoi avoir choisi le sponsoring dans le sport automobile ?

Le sport automobile de haut niveau m'a toujours passionné, j'estime de plus qu'il jouit d'une grande popularité auprès d'un large public, les retombées médiatiques sont de ce fait conséquentes.

Pourquoi J.B. EMERIC ?

L'intuition et son ascension dans le sport automobile m'ont dirigé vers ce pilote.

Je suis persuadé que c'est une valeur sûre ; l'avenir nous le dira...

Qu'est ce que le sponsoring apporte à votre entreprise ?

C'est la possibilité d'accéder rapidement à une image de marque de la société FRANCE BOULON étant donné que nous aidons actuellement un pilote qui va très vite se trouver parmi les meilleurs.

N. Bernabé

AUTRES SPONSORS : SERVIPRINT - GROUPAMA