

Coca-Cola revient au PSG, l'UTMB divise la vallée

Un partenariat mondial redescend jusqu'au rayon de grande distribution, pendant qu'un fabricant de vélos entre en redressement judiciaire. À Chamonix, la réussite commerciale de l'UTMB rouvre le débat sur le partage de ses retombées.

Sources : rapport original 1 ; rapport original 2. Références et dates au fil du texte.

AU SOMMAIRE

01 / Coca-Cola redevient partenaire mondial du PSG, du Parc des Princes aux rayons Carrefour

02 / Lapierre obtient six mois d'observation et cherche un investisseur

03 / L'UTMB revendique 45 M€ de retombées, le maire de Saint-Gervais conteste

04 / Le Paris FC relie sa billetterie, son application et ses données supporters

05 / Le handball féminin passe à douze clubs, avec des moyens très inégaux

01 / Coca-Cola redevient partenaire mondial du PSG, du Parc des Princes aux rayons Carrefour

Le 26 août, le Paris Saint-Germain annonce le retour de Coca-Cola comme partenaire officiel mondial jusqu'en 2029, Powerade activant également l'accord. Le club présente un futur espace expérientiel au Parc des Princes et une canette collector tirée à 400 000 exemplaires, distribuée à partir du 12 octobre dans plus de 650 magasins Carrefour d'Île-de-France. Le montant du contrat n'est pas communiqué.

La canette en grande distribution est, à mes yeux, la partie la plus intéressante du dispositif. Le partenariat rejoint les courses du quotidien et donne aux supporters un produit accessible, sans qu'ils aient besoin de venir au stade. Coca-Cola peut ainsi relier l'attachement au club à un achat concret. La suite se jouera dans la capacité à prolonger l'opération après cette série et à faire revenir les acheteurs. Une collection rapidement écoulee témoignerait d'un engouement, mais ne suffirait pas à établir un effet durable du partenariat.

Paris Saint-Germain, 26 août 2026

02 / Lapierre obtient six mois d'observation et cherche un investisseur

Le 25 août, le tribunal de commerce de Dijon ouvre le redressement judiciaire des Cycles Lapierre et fixe une période d'observation de six mois. Sport Stratégies cite 106 salariés à Dijon, un chiffre d'affaires 2025 de 99,1 M€ et une perte d'exploitation de 27,2 M€, contre 46,3 M€ en 2024. Ces données sont celles rapportées par l'article. L'activité se poursuit et la recherche d'un investisseur devient centrale.

La baisse des pertes est encourageante, mais leur poids reste lourd face au chiffre d'affaires. Ce qui compte maintenant pour les revendeurs, c'est la capacité de Lapierre à livrer les commandes et à assurer le service après-vente : ils engagent leur propre relation client en vendant la marque. Trouver un financement doit permettre de préserver cette confiance pendant la procédure. La continuité de l'activité sera donc aussi importante à suivre que les annonces de reprise. Au 31 août, aucun investisseur n'est sécurisé et l'issue du redressement reste ouverte.

Sport Stratégies, 25 août 2026

03 / L'UTMB revendique 45 M€ de retombées, le maire de Saint-Gervais conteste

L'HOKA UTMB Mont-Blanc se tient du 24 au 30 août, avec plus de 10 000 participants sur huit courses. Les 45 millions d'euros de retombées dans les vallées sont revendiqués par l'organisateur, sans méthodologie publiée : ils ne se confondent ni avec le budget opérationnel de 4 millions de l'épreuve, ni avec les 30 millions de chiffre d'affaires du groupe. LEVELED indique par ailleurs accompagner UTMB Group sur les relations presse, sans montant publié.

Le 24 août, dans Sport Stratégies, le maire de Saint-Gervais Jean-Marc Peillex juge les retombées trop concentrées sur Chamonix et demande une réduction de l'ampleur de l'événement. Ce sont ses positions : l'entretien ne fournit aucune étude indépendante sur la répartition entre communes.

L'organisateur attribue près de 86 % de son empreinte carbone de référence aux trajets et vise une baisse de 20 % d'ici 2030. Cet effort de mobilité laisse entière la question du partage des bénéfices. L'intérêt du débat est là : un événement attractif peut imposer des contraintes très différentes à ses communes d'accueil.

AFP (via Le Devoir), 24 août 2026 ; ECO Savoie Mont Blanc, 21 août 2026 ; Lyon Capitale, 24 juillet 2026 ; LEVELED (via SPORSORA), 26 août 2026 ; Sport Stratégies, 24 août 2026 ; UTMB Mont-Blanc, 2026

04 / Le Paris FC relie sa billetterie, son application et ses données supporters

Le 26 août, le Paris FC présente avec fanxp un ensemble d'outils qui couvre le parcours du supporter : dtc pour la billetterie, nextxp pour l'interface, extent pour les paiements, dataxp pour les données, un service d'annulation et l'application bfan. Celle-ci intègre le transfert de billets, un second marché et un espace Business Club consacré au B2B, au réseau et aux hospitalités.

Le transfert et la revente d'un billet peuvent éviter qu'une place reste vide lorsqu'un supporter ne peut plus venir. C'est un usage concret auquel je porterais attention, avant la quantité de données collectées. Le club pourra ensuite mieux comprendre qui revient au stade et quels services sont utilisés. La valeur du dispositif dépendra de sa simplicité pour le public et de ce que les équipes commerciales feront de ces informations. Aucun gain de revenu n'est encore annoncé : le déploiement ouvre des possibilités qu'il faudra désormais faire fonctionner les jours de match.

Paris FC (via SPORSORA), 26 août 2026

05 / Le handball féminin passe à douze clubs, avec des moyens très inégaux

La rentrée de la Ligue Butagaz Énergie, le 25 août, annonce un championnat à douze clubs, une saison régulière de 22 journées suivie de finalités. Le tableau LFH / CNCG diffusé avec la rentrée donne, de 2025-2026 à 2026-2027, un budget moyen en hausse d'environ 8 % et un cumul en baisse de 7,5 %, de 35,57 à 32,91 M€. Ce sont des budgets publiés, pas des résultats financiers réalisés.

Avec le passage de quatorze à douze clubs, la hausse du budget moyen peut donner une impression trompeuse de progression générale. Brest et Metz concentrent environ 40,4 % des budgets : cet écart me paraît plus utile pour comprendre les conditions de compétition et les moyens disponibles chez les autres clubs.

La production renforcée sur HandballTV, avec la meilleure affiche conservée par beIN SPORTS, peut donner davantage de visibilité au championnat. Encore faut-il que les clubs puissent en tirer parti commercialement. Une offre de partenariat adaptée aux moyens des deux plus gros ne sera pas forcément viable ailleurs.

Ligue Féminine de Handball (via SPORSORA), 26 août 2026 ; LFH / CNCG, 24 août 2026

En bref

25 août - MAIF et la Fédération Française de Basketball prolongent leur partenariat jusqu'en 2029, avec plus de 360 structures distinguées par le Label FFBB Citoyen MAIF. *Sport Stratégies*, 25 août 2026

27 août - Upcoop devient fournisseur officiel du Red Star, sur un argumentaire coopératif lié à l'ancrage du club en Seine-Saint-Denis. Durée et montant non précisés. *Red Star FC* (via SPORSORA), 27 août 2026

26 août - JOLT reste fournisseur technique officiel de la Fédération Française de Gymnastique jusqu'en 2028, sur la récupération des équipes de France. *FF Gymnastique* (via SPORSORA), 26 août 2026

26 août - footpack. prolonge avec le FC Nantes pour une troisième saison et étend son accord à toute la section féminine. *SPK* (via SPORSORA), 26 août 2026

26 août - La LFP relance le Ligue 1 Show, distribué dans plus de 200 territoires, et revendique une hausse de 28 % des audiences internationales en 2025-2026. [Ligue de Football Professionnel \(via SPORSORA\)](#), 26 août 2026

27 août - Les données TGI France 2026R1 de Kantar Media comptent plus de 2,5 millions de fans d'esport, définis comme suivant une compétition au moins une fois par mois. [Sport Stratégies / données Kantar Media](#), 27 août 2026

26 août - Gilles Simon devient directeur de la haute performance à la FFT ; Ivan Ljubičić reste conseiller spécial du président. [Sport Stratégies](#), 26 août 2026

27 août - Le CNOSF, France Travail et le MEDEF créent la Fondation Insertion - Jeunes par le Sport, avec un objectif de 100 000 jeunes accompagnés d'ici 2030. [Sport Stratégies](#), 27 août 2026

25 août - Un panorama Deepbloo recense 2 845 consultations liées aux infrastructures sportives en un an ; pour 29,2 % d'entre elles, le besoin sportif n'apparaît pas dans l'intitulé. [Sport Stratégies / panorama Deepbloo](#), 25 août 2026

25 août - Intersport ouvre sa Team Running aux collectifs de tout le pays, avec quinze crews et plus de mille pratiquants déjà annoncés. [Sport Stratégies](#), 26 août 2026

26 août - La FFA et LE FOOTING proposent une préparation aux entreprises inscrites au MAIF Ekiden de Paris du 1er novembre, où près de 10 000 coureurs sont attendus. [Fédération Française d'Athlétisme \(via SPORSORA\)](#), 26 août 2026

28 août - Le Circuit des Remparts d'Angoulême annonce pour les 18-20 septembre le prototype THE TOY et une immersion SYNNOÏA de trois minutes à 5 €. [Sport Stratégies](#), 28 août 2026