

Amazon et DAZN gagnent les droits locaux, Lottomatica prépare sa fusion

Le streaming reprend une partie de la diffusion locale américaine. Le rapprochement Lottomatica-CIRSA et les nouveaux contrats de Nike et de l'UEFA complètent la semaine.

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

AU SOMMAIRE

- 01 / Amazon devient le diffuseur local de six franchises de NHL
- 02 / Lottomatica et CIRSA signent un rapprochement à finaliser en 2027
- 03 / Nike devient sponsor maillot des London City Lionesses
- 04 / Strauss devient partenaire de l'arbitrage UEFA
- 05 / Les Spurs associent DAZN payant et télévision locale gratuite

01 / Amazon devient le diffuseur local de six franchises de NHL

Prime Video obtient les droits locaux de six franchises de NHL à partir de 2026-2027 : Carolina, Anaheim, Columbus, Dallas, Minnesota et St. Louis. L'accord pluriannuel couvre les matchs non retenus au niveau national, les émissions associées et les contenus des clubs. Quatre équipes annoncent 19,99 dollars par mois ou 99,99 dollars par an ; Dallas et Anaheim sont compris dans Prime.

Quatre clubs cherchaient un relais après la fermeture de FanDuel Sports Network. Amazon leur apporte une plateforme connue, mais les supporters n'achèteront pas tous le même accès. L'inclusion dans Prime peut faciliter la découverte ; un supplément demande une motivation plus forte pour suivre son équipe. Ce choix mérite d'être observé dans la fidélisation du public local. Les franchises devront également s'accorder avec Amazon sur l'accès aux données des abonnés. La question commerciale sera autant de savoir qui entretient la relation avec le supporter que de savoir où il regarde les matchs.

NHL / Prime Video, 2 septembre 2026 ; The Hollywood Reporter, 2 septembre 2026 ; Awful Announcing, 2 septembre 2026

02 / Lottomatica et CIRSA signent un rapprochement à finaliser en 2027

Lottomatica et CIRSA signent le 2 septembre un rapprochement payé intégralement en actions. CIRSA est valorisée 2,8 milliards d'euros ; les actionnaires de Lottomatica détiendraient 67,5 % de l'ensemble et ceux de CIRSA 32,5 %. Blackstone deviendrait le premier actionnaire avec 24 %. La finalisation est attendue au deuxième trimestre 2027, sous réserve de la réalisation des conditions de l'accord.

Les groupes visent 115 millions d'euros de synergies annuelles, pour un résultat d'exploitation combiné annoncé proche de 2 milliards. Le paiement en actions rend les anciens propriétaires de CIRSA dépendants, eux aussi, de la réussite du rapprochement. C'est un partage du risque intéressant à relever. Les économies promises supposent ensuite de faire fonctionner ensemble des plateformes, des réseaux et des licences nationales. C'est dans ce travail d'intégration que le rapprochement devra faire ses preuves. Les synergies restent un objectif ; leur réalisation donnera une mesure plus concrète de l'intérêt de l'accord.

Reuters, 2 septembre 2026 ; Lottomatica et CIRSA (présentation investisseurs, via Pulse 2.0), 2 septembre 2026 ; European Gaming, 2 septembre 2026

03 / Nike devient sponsor maillot des London City Lionesses

Nike prend la face avant du maillot des London City Lionesses et prolonge son contrat d'équipementier de quatre saisons à partir de 2027-2028. La propriétaire Michele Kang présente le partenariat comme un record pour une équipe exclusivement féminine. La presse évoque plus de 3 millions de livres par saison, mais ni le club ni Nike ne publient de montant confirmé.

Le club n'est pas adossé à une équipe masculine : Nike négocie ici directement la valeur d'une audience de football féminin. C'est ce qui me paraît important dans cet accord, au-delà du qualificatif de record avancé par la propriétaire. Le maillot réunit la présence de l'équipementier et celle du sponsor principal, avec une association très visible pour les supporters. Ce contrat pourra nourrir les discussions d'autres clubs sur la valeur de leurs propres partenariats. L'absence de montant officiel limite toutefois la comparaison ; le record revendiqué n'est pas établi par un classement financier indépendant.

SportsPro, 4 septembre 2026 ; The Guardian, 3 septembre 2026 ; City AM, 4 septembre 2026

04 / Strauss devient partenaire de l'arbitrage UEFA

Strauss devient le premier partenaire officiel de l'arbitrage de l'UEFA, avec un accord courant jusqu'à la fin de 2028-2029. Le dispositif annoncé comprend les manches des arbitres, les écrans VAR au bord du terrain et la salle des opérations vidéo de Nyon. La marque contribue également à un fonds de formation des arbitres.

Le choix des arbitres est cohérent avec une marque de vêtements de travail qui souhaite évoquer la précision et la responsabilité. Les écrans VAR offrent aussi une visibilité dans des moments où toute l'attention se concentre sur une décision. Cette exposition peut devenir délicate lorsque le public conteste l'arbitrage. L'intérêt du contrat s'accompagne donc d'une association d'image moins maîtrisable qu'un panneau au bord du terrain. La contribution à la formation lui donne un contenu utile ; la séparation entre le financement commercial et les décisions sportives devra rester parfaitement lisible pour le public.

Strauss (salle de presse), 4 septembre 2026 ; Inside World Football, 7 septembre 2026 ; SportsMint Media, 5 septembre 2026

05 / Les Spurs associent DAZN payant et télévision locale gratuite

San Antonio choisit DAZN comme partenaire exclusif de son abonnement direct à partir de 2026-2027. L'offre couvre les matchs hors diffusion nationale, la présaison et les contenus du club, qui conserve la production. Le tarif annoncé est de 19,99 dollars par mois ou 119,99 dollars la saison ; 22 matchs restent gratuits sur une chaîne locale.

La presse évoque des droits annuels de 8 à 10 millions de dollars et une clause de sortie en cas d'offre locale centralisée de la NBA, sans confirmation du club. La coexistence du gratuit et du payant me paraît judicieuse : les matchs en clair entretiennent le lien avec les spectateurs occasionnels, l'abonnement s'adresse à ceux qui veulent suivre régulièrement l'équipe. Les Spurs gardent aussi la production, donc la main sur le contenu proposé. Cette répartition mérite d'être suivie pour voir comment un club peut élargir son public tout en vendant un accès direct.

Sports Video Group, 2 septembre 2026 ; Yahoo Sports, 3 septembre 2026 ; Sports Business Journal (via SVG), 2 septembre 2026

En bref

Haier signe un partenariat mondial UEFA couvrant notamment la Ligue des champions de juillet 2027 à juin 2031. Haier (communiqué, PR Newswire), 4 septembre 2026

Cathy Engelbert annonce son départ de la WNBA au 31 décembre ; aucun successeur n'est désigné. WNBA, 4 septembre 2026 ; Associated Press, 4 septembre 2026 ; CNBC, 4 septembre 2026

La NFL prolonge Roger Goodell jusqu'au 31 mars 2031. Associated Press (via CNBC), 6 septembre 2026 ; Sports Business Journal, 6 septembre 2026 ; Front Office Sports, 6 septembre 2026

World Athletics prépare l'Ultimate Championship de Budapest du 11 au 13 septembre, doté de 10 M\$. World Athletics, 3 juin 2024 ; Daily News Hungary, 6 septembre 2026

Vingt-cinq dirigeants britanniques réclament un crédit d'impôt pour produire le sport féminin en direct. Insider Sport, 4 septembre 2026 ; Irish Examiner, 4 septembre 2026

Intersport annonce un partenariat mondial avec la FIBA jusqu'en 2031. Intersport / SPORSORA, 1 septembre 2026