

HYROX attire les investisseurs, Liverpool change de sponsor maillot

Les fondateurs de HYROX retrouvent la majorité avec l'appui de L Catterton. Liverpool prépare l'arrivée de Turkish Airlines, tandis que la NFL et World Athletics testent de nouveaux rendez-vous. Canal+ et LaLiga s'allient contre le piratage.

Références consultables depuis les liens au fil du texte. Les bilans publiés après la semaine couverte portent leur date de publication.

AU SOMMAIRE

- 01 / Les fondateurs de HYROX reprennent la majorité avec L Catterton
- 02 / Turkish Airlines prendra place sur le maillot de Liverpool en 2027
- 03 / À Budapest, World Athletics teste un championnat plus court et plus spectaculaire
- 04 / La NFL rassemble 100 021 spectateurs pour sa première australienne
- 05 / Canal+ et LaLiga coordonnent leur lutte contre le piratage dans près de 50 pays

01 / Les fondateurs de HYROX reprennent la majorité avec L Catterton

Infront a annoncé le 8 septembre la vente de sa participation majoritaire dans HYROX à un consortium conduit par L Catterton, aux côtés des fondateurs Christian Toetzke et Moritz Fürste et de WndrCo. Les fondateurs retrouvent le contrôle majoritaire, précisent les cabinets qui les accompagnent. Les conditions financières restent confidentielles ; Reuters relaie une valorisation d'environ 600 millions d'euros rapportée par plusieurs médias. Infront recense plus de 100 événements et 1,4 million de participations sur la saison 2025-2026.

HYROX a un atout commercial facile à comprendre : ses clients paient pour participer, puis peuvent revenir comparer leur performance sur le même format. Inscriptions, salles affiliées et équipement entretiennent ainsi une relation qui dépasse le jour de course. Pour apprécier la solidité de ce modèle, je regarderais surtout la réinscription et la qualité de l'expérience quand les événements se multiplient. Le volume annoncé compte des participations : il ne faut pas le lire comme autant de personnes différentes, ni comme une garantie de fidélité.

Infront, 8 septembre 2026 ; Kirkland & Ellis, 8 septembre 2026 ; Reuters / Boursorama, 9 septembre 2026

02 / Turkish Airlines prendra place sur le maillot de Liverpool en 2027

Liverpool a annoncé le 8 septembre un contrat de cinq ans avec Turkish Airlines, qui deviendra son partenaire principal le 1er juin 2027. Le logo figurera sur les maillots des équipes masculine, féminine et de l'académie. Standard Chartered quittera la face avant après dix-sept saisons, tout en restant partenaire mondial du club. Le prix officiel n'est pas divulgué ; Reuters relaie une estimation de presse supérieure à 300 millions de livres sur cinq ans.

Liverpool conserve donc un partenaire historique tout en vendant à une autre entreprise son emplacement le plus visible. La compagnie aérienne trouve une cohérence avec les déplacements de supporters répartis dans le monde entier. Offres de voyage, fidélité et hospitalité pourraient donner un usage concret à cette exposition. La valeur du contrat ne se jouera cependant pas uniquement sur les images du maillot : les réservations et la préférence de marque dans les marchés ciblés permettront d'apprécier ce que Turkish Airlines retire réellement de l'accord.

Liverpool FC, 8 septembre 2026 ; Reuters / The Star, 8 septembre 2026

03 / À Budapest, World Athletics teste un championnat plus court et plus spectaculaire

Le premier World Athletics Ultimate Championship s'est tenu du 11 au 13 septembre à Budapest. Il concentrait 28 finales sur trois soirées, avec 10 millions de dollars de primes, dont 150 000 dollars par victoire individuelle. Dans son bilan publié le 14 septembre, World Athletics annonce trois sessions complètes et 61 671 entrées cumulées. La compétition servait aussi de terrain d'essai pour la présentation des épreuves et les nouvelles technologies.

Le format répond à une difficulté que l'on connaît en regardant l'athlétisme : suivre plusieurs concours et courses tout au long de sessions parfois très longues. Des soirées resserrées et riches en finales peuvent rendre le rendez-vous plus lisible pour le spectateur comme pour un diffuseur. La billetterie apporte un premier signal encourageant, mais ne suffit pas à juger la rentabilité. Avec de telles primes et une production ambitieuse, les audiences, les droits médias et le renouvellement des sponsors devront aussi suivre.

World Athletics, 14 septembre 2026 ; World Athletics, 7 septembre 2026

04 / La NFL rassemble 100 021 spectateurs pour sa première australienne

Le 11 septembre, les Rams et les 49ers ont disputé au Melbourne Cricket Ground le premier match de saison régulière de NFL en Australie, devant 100 021 spectateurs. Selon le gouvernement de Victoria, près de la moitié des détenteurs de billets venaient d'un autre État ou de l'étranger. Son bilan relaie une estimation de la banque NAB : plus de 300 millions de dollars australiens de dépenses attendues dans plusieurs quartiers de Melbourne pendant le week-end.

L'intérêt de cette implantation apparaît dans la provenance du public : une partie des supporters achète aussi un voyage, des nuits d'hôtel et des repas. Le match devient un motif de séjour, ce qui explique l'intérêt des autorités locales. Le chiffre de dépenses doit toutefois rester une estimation, sans être confondu avec un bénéfice net pour la ville. Pour la NFL, le prochain test sera de retrouver cette demande après l'effet de nouveauté et de maintenir l'attention du public australien entre deux visites.

Melbourne Cricket Ground, 11 septembre 2026 ; Gouvernement de Victoria, 13 septembre 2026

05 / Canal+ et LaLiga coordonnent leur lutte contre le piratage dans près de 50 pays

Canal+ et LaLiga ont annoncé le 11 septembre un accord de lutte contre le piratage couvrant près de 50 pays d'Europe, d'Afrique subsaharienne et Haïti. Le dispositif prévoit un partage de renseignements, de technologies et de moyens d'action contre les réseaux de diffusion illégale. Il prolonge leur relation de distribution du football espagnol. Les conditions financières de cette coopération ne sont pas rendues publiques.

Cette alliance montre que la protection des droits fait désormais partie de la relation commerciale entre une ligue et ses diffuseurs. Leur intérêt est commun : un contrat ne conserve sa valeur que si l'offre légale attire assez d'abonnés. Travailler sur plusieurs territoires peut éviter que chaque acteur recommence les mêmes enquêtes de son côté. L'efficacité devra se mesurer dans la durée, au-delà du nombre de services bloqués. Elle dépendra aussi de la capacité des offres légales à rester accessibles et simples à utiliser pour les supporters.

LaLiga, 11 septembre 2026

En bref

7 septembre - Hyundai devient partenaire automobile de la Ligue des champions à partir de 2026-2027. La marque compte notamment utiliser cette exposition pour accompagner le lancement de l'IONIQ 3 en Europe. [Hyundai, 7 septembre 2026](#)

9 septembre - Reuters Imagen présente quatre modules réunissant gestion des contenus, direct, distribution et recherche dans les archives. Pour les détenteurs de droits, l'intérêt est de réutiliser plus facilement les images sur plusieurs canaux. [Reuters Imagen, 9 septembre 2026](#)

10 septembre - L'UEFA s'oppose devant un tribunal de Manhattan à l'intervention de filiales américaines de la FIFA dans sa demande de documents sur le projet commercial abandonné. Il s'agit d'une procédure de collecte de preuves, sans décision établissant une faute. [Reuters / The Star, 11 septembre 2026](#)

10 septembre - Selon Bloomberg, repris par Reuters, le fonds saoudien PIF étudie un rapprochement entre Electronic Arts et Savvy Games. Aucune décision définitive n'est annoncée : le projet reste au stade des discussions. [Reuters / StreetInsider](#), 10 septembre 2026

11-13 septembre - Le premier Grand Prix d'Espagne au Madring affiche 353 000 entrées cumulées sur trois jours, selon les organisateurs. Ce total mesure la fréquentation du week-end, pas le nombre de visiteurs uniques ni les retombées nettes pour Madrid. [Forbes](#), 13 septembre 2026