

Paris sportifs au Brésil, sponsors et publics en mouvement

Le Brésil annonce une interdiction qui touche aussi les partenaires du sport. En Europe, Stella Artois prépare son arrivée dans les compétitions de l'UEFA et la NBA remplit ses deux salles. Le basket féminin et la sécurité des courses cyclistes apportent deux autres éclairages.

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

AU SOMMAIRE

- 01 / Le Brésil annonce l'arrêt des paris à cote fixe
- 02 / Stella Artois prendra la place d'Heineken en Ligue des champions
- 03 / Les matchs NBA de Paris et Manchester affichent complet
- 04 / Le Mondial féminin de basket élargit son audience numérique
- 05 / L'UCI fixe de nouvelles exigences pour les arrivées de course

01 / Le Brésil annonce l'arrêt des paris à cote fixe

Le 25 septembre, le président Lula a signé une mesure provisoire interdisant l'exploitation, l'intermédiation et la publicité des paris à cote fixe au Brésil. Elle concerne les paris sportifs et les jeux en ligne visés par ce régime, avec une fermeture des sites et applications prévue le 6 octobre. Les opérateurs doivent retirer leurs supports publicitaires et de sponsoring avant cette échéance. Les autres loteries autorisées par la loi sont exclues du dispositif. Ce calendrier est celui annoncé par le gouvernement lors de la signature.

Pour les clubs liés à ces opérateurs, le risque est immédiat : un revenu prévu sur plusieurs saisons peut devenir incertain avant qu'un remplaçant ait été trouvé. La question dépasse le retrait d'un logo sur un maillot. Elle touche aux budgets déjà engagés et à la capacité de renégocier des contrats. Cette décision rappelle l'intérêt de diversifier les partenaires, surtout lorsqu'une part importante des recettes dépend d'un secteur dont la réglementation peut changer rapidement.

Gouvernement brésilien / ministère de la Santé, 25 septembre 2026

02 / Stella Artois prendra la place d'Heineken en Ligue des champions

AB InBev a choisi Stella Artois pour porter son partenariat avec les compétitions européennes de clubs de l'UEFA à partir de juillet 2027. L'annonce, relayée le 24 septembre, concerne la Ligue des champions, la Ligue Europa et la Ligue Conférence, sur le cycle allant jusqu'en 2033. Heineken, présent depuis 1994, laissera ainsi sa place à la nouvelle marque. Le changement commercial ne s'applique pas à la saison actuellement disputée. David Beckham, ambassadeur de Stella Artois, fait partie du dispositif présenté.

Pour un groupe possédant plusieurs marques, le choix de celle qui apparaît compte presque autant que le contrat lui-même. Les soirs de match offrent une répétition régulière, dans les stades comme dans les lieux où les supporters se retrouvent. Stella Artois devra s'installer dans ces habitudes après une association très longue avec Heineken. La visibilité est acquise par le contrat ; son effet sur les achats dépendra des activations et de la disponibilité des produits dans chaque marché.

Sport Buzz Business, 24 septembre 2026

03 / Les matchs NBA de Paris et Manchester affichent complet

Les deux rencontres entre San Antonio et New Orleans prévues en janvier 2027 à Paris et Manchester sont annoncées à guichets fermés. Selon les chiffres de la NBA relayés le 23 septembre par Hoops Wire, environ un million de personnes avaient enregistré leur intérêt pour les billets. Les matchs se joueront les 14 et 17 janvier, à l'Accor Arena puis à Co-op Live. Le million annoncé correspond à des manifestations d'intérêt, pas à des billets vendus ni à autant d'acheteurs prêts à payer le même prix.

Cette demande donne néanmoins à la NBA un argument commercial solide pour ses partenaires européens. Deux dates rares concentrent l'attention et permettent de proposer des hospitalités, des animations et des produits autour des équipes. Il faut garder cette rareté en tête : remplir deux rencontres exceptionnelles ne démontre pas qu'un championnat entier trouverait le même public chaque semaine. La suite se jouera aussi dans la relation avec tous ceux qui n'ont pas obtenu de place.

Hoops Wire, 23 septembre 2026

04 / Le Mondial féminin de basket élargit son audience numérique

Dans son bilan du Mondial féminin 2026, publié après la compétition et relayé le 24 septembre, la FIBA annonce 1,4 milliard de vues vidéo et 3,3 milliards d'impressions sur les réseaux sociaux. Les vues progressent de 195 % par rapport à 2022. Les comptes du tournoi ont également gagné 400 000 abonnés pendant l'événement. Ces indicateurs mesurent des consommations de contenus et des affichages cumulés : une même personne peut en produire plusieurs. Ils ne doivent donc pas être présentés comme une audience de plusieurs milliards de personnes.

Le nombre de nouveaux abonnés est particulièrement intéressant pour la suite. Il donne à la FIBA un public qu'elle peut retrouver après la finale, pour raconter les joueuses et annoncer les prochaines compétitions. Cette continuité peut aider les diffuseurs et les partenaires à investir au-delà d'un seul tournoi. La difficulté sera de maintenir l'attention entre les rendez-vous internationaux et de la transformer en suivi régulier des matchs, plutôt qu'en consommation ponctuelle de vidéos.

FIBA, 24 septembre 2026

05 / L'UCI fixe de nouvelles exigences pour les arrivées de course

À l'issue de sa réunion de Montréal, l'UCI a annoncé le 23 septembre de nouvelles règles pour les barrières installées dans les 200 derniers mètres des courses. Des équipements conformes aux normes issues d'une étude suisse seront obligatoires dès 2027 sur le WorldTour et le Women's WorldTour. La fédération veut également généraliser le suivi de sécurité par GPS des coureurs et des véhicules. Pour ce second chantier, les protocoles et le calendrier de mise en œuvre restent à établir.

Ces décisions ont une traduction très concrète pour les organisateurs : choisir les fournisseurs, renouveler ou louer du matériel et intégrer de nouvelles prestations dans leurs budgets. Des exigences communes peuvent faciliter ces achats et donner de la visibilité aux fabricants. Elles demandent aussi une préparation suffisamment tôt pour éviter une mise en conformité dans l'urgence. Le suivi GPS sera utile s'il améliore effectivement la réaction aux incidents ; la collecte de positions ne suffit pas sans équipes et procédures pour les exploiter.

Union cycliste internationale, 23 septembre 2026

En bref

25 septembre - L'ETTU confie à Dyn des droits de diffusion jusqu'en 2028, exclusifs en Allemagne et non exclusifs en Autriche et en Suisse. L'accord couvre notamment les Championnats d'Europe et certaines phases de la Ligue des champions de tennis de table, en s'appuyant sur un public déjà familier de la discipline. ETTU, 25 septembre 2026