Partenariats mondiaux, produits dérivés et nouveaux financements

Basket, football et tennis développent leurs relations commerciales. SPORTA finance son projet de banque dédiée au sport, tandis que le flag football féminin élargit son réseau universitaire.

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

AU SOMMAIRE

01 / American Express étend son partenariat NBA et WNBA à l'international

02 / Dortmund prolonge avec SPORTFIVE jusqu'en 2034

03 / SPORTA lève cinq millions de livres pour son projet bancaire sportif

04 / La WTA lance une collection officielle avec Hello Kitty

05 / Un demi-million de dollars supplémentaire pour le flag football féminin

01 / American Express étend son partenariat NBA et WNBA à l'international

Le 2 novembre, la NBA, la WNBA et American Express annoncent l'extension mondiale de leur partenariat. L'accord prévoit des activations internationales, une présence sur certaines NBA Houses et un rôle de partenaire associé de matchs organisés hors des États-Unis, notamment à Mexico, Paris et Manchester. American Express renforce aussi ses liens avec USA Basketball. Un programme doit permettre aux titulaires de cartes éligibles de relier leur carte à NBA ID pour accéder à des avantages spécifiques pendant la saison.

Le partenariat cherche à relier une audience mondiale à des usages précis : acheter une place, participer à une expérience ou profiter d'une offre. Pour une marque de paiement, la valeur ne réside donc pas seulement dans l'exposition du logo. Elle dépend de la capacité à convertir l'intérêt pour le basket en services appréciés et utilisés. L'extension géographique ouvre davantage de points de contact, mais chaque marché devra proposer des avantages adaptés à ses publics et réellement accessibles.

NBA Communications, 2 novembre 2026

02 / Dortmund prolonge avec SPORTFIVE jusqu'en 2034

Le Borussia Dortmund annonce le 5 novembre une prolongation anticipée de son accord avec SPORTFIVE jusqu'au 30 juin 2034. Le club et l'agence travaillent ensemble depuis 1999. Le mandat couvre la recherche et la gestion des sponsors, de nouvelles opportunités commerciales ainsi que la commercialisation des hospitalités du Signal Iduna Park. Les partenaires souhaitent également développer les accords existants, de nouveaux domaines d'activité et le positionnement international du club. Les conditions financières ne sont pas détaillées dans le communiqué.

Un engagement aussi long donne de la visibilité pour prospecter des marques et préparer des offres qui dépassent une saison sportive. Il permet aussi de relier sponsoring et hospitalités dans une même stratégie commerciale. La durée n'est toutefois pas un résultat en elle-même : l'intérêt pour le club dépendra des revenus obtenus, de la fidélisation des partenaires et de la qualité des opérations proposées aux supporters. La continuité de l'agence devra aller de pair avec une capacité à renouveler les idées.

Borussia Dortmund / EQS, 5 novembre 2026

03 / SPORTA lève cinq millions de livres pour son projet bancaire sportif

SPORTA annonce le 4 novembre un investissement supplémentaire de cinq millions de livres du Lazaroo-Hood Group. Le financeur devient son principal actionnaire aux côtés des fondateurs et rejoint le conseil d'administration. Les fonds doivent soutenir les recrutements, la technologie, les partenariats et l'organisation opérationnelle. L'entreprise souhaite devenir au Royaume-Uni une banque dédiée au sport. Elle précise cependant qu'elle n'est pas encore une banque agréée et qu'aucun produit ni service bancaire n'est actuellement disponible ; le projet reste soumis aux autorisations réglementaires.

L'idée repose sur des besoins spécifiques aux clubs, aux athlètes et aux organisations sportives, dont les recettes peuvent être saisonnières ou dépendre de contrats particuliers. Une spécialisation peut aider à mieux comprendre ces clients, mais elle doit se traduire par des services utiles et un modèle viable. Cette levée finance d'abord une phase de construction. L'obtention des autorisations, le lancement effectif de l'offre et son adoption seront les étapes déterminantes avant de juger la portée du projet.

SPORTA, 4 novembre 2026

04 / La WTA lance une collection officielle avec Hello Kitty

La WTA et Sanrio annoncent le 3 novembre leur première collaboration officielle de produits dérivés autour de Hello Kitty. La collection comprend notamment des tee-shirts, des sweats et une peluche, proposés au village des WTA Finals à Indian Wells du 8 au 15 novembre, ainsi que sur Sanrio.com. Cette opération accompagne une stratégie plus large de commercialisation de produits officiels. La WTA prévoit l'ouverture de sa première boutique en ligne dédiée aux supporters au printemps 2027.

Associer le tennis féminin à un personnage connu en dehors du sport permet de toucher des acheteurs qui ne suivent pas nécessairement tout le circuit. Le produit devient aussi une manière d'exprimer son attachement entre deux tournois. Pour la WTA, l'enjeu est de construire une activité régulière à partir de ces premiers lancements. Les ventes, les marges et les achats répétés permettront d'en mesurer la valeur. Une collaboration visible peut attirer l'attention ; la future boutique devra ensuite donner envie de revenir.

WTA, 3 novembre 2026

05 / Un demi-million de dollars supplémentaire pour le flag football féminin

Les New York Jets et la Betty Wold Johnson Foundation annoncent le 5 novembre une nouvelle contribution de 500 000 dollars à la ligue universitaire féminine de flag football Jets ECAC. Le nombre d'établissements participants doit passer de 15 en 2026 à 29 en 2027. Ce financement complète un premier don d'un million de dollars accordé en 2025, portant le soutien total de la fondation à 1,5 million. L'annonce concerne donc l'extension programmée du dispositif pour sa deuxième saison.

Le financement porte ici sur l'organisation d'un parcours de pratique, avec davantage d'équipes et de compétitions accessibles aux étudiantes. L'augmentation du nombre d'établissements est un indicateur concret de développement, mais la pérennité dépendra aussi de leur capacité à encadrer les joueuses et à financer les saisons suivantes. L'appui d'une franchise professionnelle apporte de la visibilité au projet. Pour apprécier l'impact du don, il sera utile de suivre la participation effective et la continuité des programmes après leur lancement.

New York Jets, 5 novembre 2026

En bref

NASCAR : Joe Gibbs Racing annonce le 6 novembre que Progressive sera sponsor principal de la voiture de Denny Hamlin pour 24 courses en 2027, dont le Daytona 500. Le partenariat engagé en 2025 poursuit ainsi son développement. Joe Gibbs Racing, 6 novembre 2026