

VEILLE SPORT BUSINESS

SEMAINE DU 31 AOÛT → 6 SEPTEMBRE 2026

N°06

Le streaming remplace le câble, et l’UEFA vend son arbitrage. Amazon devient la télévision locale de six clubs de NHL, Lottomatica et CIRSA fusionnent pour 2,8 milliards d’euros, et Starbucks entre dans le football par une manche de maillot toulousaine.

LES 5 INFOS À RETENIR

6 franchises	Amazon devient le diffuseur local de six franchises de NHL Prime Video récupère notamment les Carolina Hurricanes, les Dallas Stars et les Anaheim Ducks. Le streaming remplace les chaînes sportives régionales, fragilisées par le recul du câble.	p. 2
2,8 Md€	Lottomatica et CIRSA préparent une fusion à 2,8 milliards d’euros Le nouvel ensemble deviendrait le deuxième groupe coté mondial des jeux et paris derrière Flutter, avec environ 2 milliards d’euros de résultat d’exploitation combiné.	p. 3
3 M€	Nike signe le plus gros sponsoring maillot du football féminin London City Lionesses présente l’accord comme un record pour une équipe exclusivement féminine. La presse britannique évoque plus de 3 millions de livres par saison.	p. 3
3 ans	L’UEFA vend son arbitrage à un sponsor pour la première fois Strauss apparaîtra sur les manches des arbitres, sur les écrans VAR et dans la salle des opérations vidéo de Nyon, jusqu’à la fin de la saison 2028-2029.	p. 4
1re mondiale	Starbucks choisit Toulouse pour sa première apparition sur un maillot La marque devient partenaire officiel et fournisseur de café du TFC, avec son logo sur la manche de l’équipe professionnelle et du centre de formation.	p. 5

ÉGALEMENT DANS CETTE ÉDITION

DROITS MÉDIAS ET DISTRIBUTION	Les San Antonio Spurs confient leur diffusion locale à DAZN	p. 2
SPONSORING ET NOUVEAUX INVENTAIRES	Haier s’installe dans la Ligue des champions jusqu’en 2031	p. 4
FRANCE	À Nice, un maillot comme support de mémoire	p. 5
GOUVERNANCE ET NOMINATIONS	La WNBA cherche qui succédera à Cathy Engelbert	p. 6
	Roger Goodell prolongé jusqu’en 2031	p. 6
ÉVÉNEMENTS ET RÉGULATION	L’athlétisme teste un format court à Budapest	p. 6
	Le sport féminin britannique réclame un crédit d’impôt	p. 7
	Tendances de fond	p. 8
	Sources	p. 8

DROITS MÉDIAS ET DISTRIBUTION

Amazon devient la télévision locale de six clubs de NHL

LES FAITS

À partir de la saison 2026-2027, Prime Video diffusera en exclusivité les matchs de six franchises dans leur territoire respectif : les Carolina Hurricanes, champions en titre, les Anaheim Ducks, les Columbus Blue Jackets, les Dallas Stars, le Minnesota Wild et les St. Louis Blues.

L'accord pluriannuel couvre les rencontres non retenues par les diffuseurs nationaux, les émissions d'avant et d'après-match et les contenus des clubs. Chaque équipe fixe son tarif. Saint-Louis, le Minnesota, la Caroline et Columbus annoncent 19,99 \$ par mois ou 99,99 \$ par an. À Dallas et Anaheim, l'accès est compris dans l'abonnement Prime.

Quatre de ces six clubs cherchaient un diffuseur local depuis la fermeture de FanDuel Sports Network au printemps. Amazon détenait déjà les droits du Seattle Kraken.

ANALYSE

Le modèle américain des chaînes sportives régionales s'effondre. Pendant quarante ans, les clubs vendaient leurs droits à une chaîne locale distribuée dans les bouquets câble. Le système reposait en partie sur des abonnés qui ne regardaient pas le sport et payaient quand même.

Le streaming rend le calcul transparent. La valeur dépend du nombre de supporters réellement prêts à payer. Amazon y gagne un usage répété de Prime Video, une connaissance fine des préférences régionales et la possibilité de vendre de la publicité ciblée.

Les clubs gagnent une distribution solide et une interface déjà installée chez le spectateur. Ils perdent une partie du contrôle sur leurs données et sur le lien direct avec leurs supporters. La NBA et la MLB font l'inverse et regroupent leurs droits locaux pour les vendre ensemble.

Sources [\[1\]](#) [\[2\]](#) [\[3\]](#)

Les San Antonio Spurs confient leur diffusion locale à DAZN

LES FAITS

Les Spurs ont choisi DAZN comme partenaire exclusif pour l'abonnement direct à partir de 2026-2027. La plateforme diffusera les matchs non retenus par un diffuseur national, la présaison et les contenus du club, qui garde la production.

L'abonnement coûte 19,99 \$ par mois ou 119,99 \$ pour la saison. Une formule supérieure à 24,99 \$ ajoute des angles de caméra et le multi-écran. Vingt-deux matchs restent gratuits sur une chaîne locale, et les abonnés du club obtiennent 20 % de réduction.

San Antonio est la quatrième franchise NBA à rejoindre DAZN, après Cleveland, Minnesota et Indiana. La presse spécialisée évoque des droits de 8 à 10 M\$ par an, avec une clause de sortie si la NBA lance sa plateforme locale centralisée.

ANALYSE

L'annonce complète la stratégie américaine de DAZN, une semaine après le rachat d'EverPass. Trois étages se dessinent : l'abonnement au particulier, la vente aux bars et aux hôtels, et l'hébergement technique de clubs ou de réseaux régionaux.

Le mélange payant et gratuit est bien vu. Les 22 matchs en clair entretiennent la notoriété locale, l'abonnement monétise les supporters les plus assidus. Les chiffres à suivre seront le taux de conversion du fichier clients, le coût d'acquisition et le taux de résiliation en fin de saison.

Sources [4] [5] [6]

PARIS ET JEUX

Lottomatica absorbe CIRSA et crée un géant européen du pari

LES FAITS

Lottomatica, leader italien, et l'espagnol CIRSA ont signé le 2 septembre un rapprochement payé intégralement en actions. Blackstone, actionnaire majoritaire de CIRSA, deviendra le premier actionnaire du nouvel ensemble.

Conditions de l'opération

ÉLÉMENT	VALEUR
Valorisation de CIRSA	2,8 Md€
Prime offerte aux actionnaires	+21 %
Part des actionnaires Lottomatica	67,5 %
Part des actionnaires CIRSA	32,5 %
Participation de Blackstone	24 %
Résultat d'exploitation combiné	≈ 2 Md€
Synergies annuelles visées	115 M€
Dividende exceptionnel de CIRSA	262 M€

La finalisation est espérée au deuxième trimestre 2027. Le nouvel ensemble deviendrait le deuxième groupe coté du secteur derrière Flutter.

ANALYSE

Le rapprochement répond à trois pressions : la hausse des coûts technologiques et marketing, le durcissement réglementaire, et le besoin de répartir le risque entre plusieurs pays et plusieurs types de jeux.

Les 115 M€ de synergies représentent moins de 6 % du résultat combiné. L'objectif paraît atteignable, mais il dépendra de l'intégration des plateformes, des réseaux de points de vente et des licences nationales.

L'action Lottomatica a reculé après l'annonce. Le marché s'interroge moins sur la taille que sur l'endettement et l'usage du capital. La taille ne garantit pas la rentabilité si les régulateurs limitent en même temps la publicité, les bonus et les mises.

Sources [7] [8] [9]

SPONSORING ET NOUVEAUX INVENTAIRES

Nike pose un record sur le maillot d'un club féminin

LES FAITS

Nike devient sponsor de la face avant du maillot de London City Lionesses, club de Women's Super League. L'équipementier prolonge aussi son contrat technique de quatre saisons à partir de 2027-2028.

Le montant n'est pas publié. La propriétaire Michele Kang affirme qu'il s'agit du plus gros contrat de face avant jamais signé pour une équipe exclusivement féminine, supérieur à celui de la future franchise d'Atlanta, estimé à 4 M\$ par an. La presse britannique évoque plus de 3 M£ par saison.

Le logo habituel cède la place à une représentation de la déesse grecque Niké, dont l'entreprise tire son nom. Le maillot a été étrenné le 4 septembre contre Manchester United, devant 5 402 spectateurs.

ANALYSE

London City est le seul club de l'élite anglaise à ne pas être adossé à une équipe masculine. Il ne partage donc ni son audience, ni ses revenus, ni ses espaces publicitaires.

Le contrat valide en partie le modèle multiclub de Michele Kang, qui détient aussi Lyon et le Washington Spirit. Les recrutements coûteux ont fait monter la visibilité, puis l'audience, puis la valeur commerciale, laquelle finance les recrutements suivants.

Une réserve s'impose. La valeur du contrat repose sur la seule parole de la propriétaire, et ni Nike ni le club n'ont publié de chiffre.

Sources [10] [11] [12]

Haier s'installe dans la Ligue des champions jusqu'en 2031

Haier devient partenaire mondial des compétitions de clubs masculines de l'UEFA du 1er juillet 2027 au 30 juin 2031. L'accord a été négocié avec UC3, la coentreprise entre l'UEFA et les clubs européens, et annoncé le 4 septembre au salon IFA de Berlin.

Le groupe chinois obtient l'exclusivité mondiale sur trois catégories : l'électroménager, les téléviseurs et les écrans professionnels. Le contrat couvre la Ligue des champions, la Supercoupe et les finales de Youth League et de Futsal. Aucun montant n'a été communiqué.

ANALYSE

Les téléviseurs entretiennent un lien direct avec la compétition, l'électroménager ouvre des activations autour de la consommation à domicile. Haier est déjà partenaire du PSG, de Liverpool, de LaLiga et de la Serie A. La Ligue des champions lui donne une plateforme centrale pour relier ces investissements dispersés.

Pour UC3, c'est la première vente du nouveau cycle commercial 2027-2031, et un test de sa stratégie : vendre des catégories mondiales plus larges qu'auparavant.

Sources [13] [14]

L'UEFA vend pour la première fois son arbitrage

LES FAITS

La marque allemande de vêtements de travail Strauss devient le premier partenaire officiel de l'arbitrage de l'UEFA. L'accord court jusqu'à la fin de la saison 2028-2029.

Le logo apparaît sur les manches des arbitres dans toutes les compétitions de l'UEFA, de la Ligue des champions masculine et féminine à l'Euro 2028 et à l'Euro féminin 2029. Il figure aussi sur les écrans VAR au bord du terrain et dans la salle des opérations vidéo de Nyon. La marque abonde un fonds consacré à la formation des arbitres.

Le lancement a eu lieu lors de la première journée de Ligue des champions, du 8 au 10 septembre.

ANALYSE

L'UEFA transforme une fonction institutionnelle en espace commercial autonome. L'association tient debout : vêtements de travail, précision, protection, responsabilité sous pression.

L'espace reste sensible. Une marque visible près d'un écran VAR peut se retrouver associée à une décision contestée. L'UEFA devra maintenir une séparation nette entre le financement et l'indépendance des décisions. Si l'opération passe bien, d'autres fonctions pourraient suivre : équipes médicales, bénévoles, opérations de match.

Sources [15] [16] [17]

FRANCE

Starbucks choisit Toulouse pour sa première apparition sur un maillot

LES FAITS

Starbucks devient partenaire officiel du Toulouse FC pour la saison 2026-2027. L'accord a été négocié par Sportfive et par JAUNE, l'agence créative de la marque en France, et annoncé le 3 septembre.

Le logo apparaîtra sur la manche du maillot de l'équipe professionnelle masculine et sur celles du centre de formation. Starbucks devient aussi fournisseur officiel de café du club. C'est la première fois au monde que la marque figure sur le maillot d'un club de football. Ni le montant ni la durée n'ont été communiqués.

ANALYSE

Starbucks n'a aucun besoin de notoriété, et une manche de maillot de Ligue 1 n'offre pas une portée mondiale. La marque achète donc autre chose que de la visibilité.

Toulouse fonctionne comme un marché d'essai. Le club apporte une communauté jeune et active en ligne, une grande métropole étudiante, et un environnement moins encombré de sponsors que les grands clubs européens.

La valeur se jouera dans les activations : offres liées au billet, gobelets en édition limitée, rencontres avec les joueurs dans les cafés de la ville, programmes de fidélité croisés. Pour Sportfive, l'opération montre qu'on peut créer une catégorie de sponsors au lieu d'en déplacer une.

Sources [18] [19] [20]

À Nice, un maillot comme support de mémoire

L'OGC Nice et Kappa ont dévoilé le 2 septembre un troisième maillot entièrement doré, dédié aux 86 victimes de l'attentat du 14 juillet 2016, dix ans après. Les 86 étoiles de la face avant reprennent la courbe de la Baie des Anges. Un cœur formé des noms des victimes figure en bas du maillot, et la date au dos, sous le col.

Le doré vient des 86 faisceaux lumineux projetés depuis la Promenade des Anglais lors des commémorations, et des flashes allumés dans les tribunes à la 86e minute de chaque match à domicile depuis août 2016. Le maillot a été porté pour la première fois le 5 septembre contre Le Mans, pour le retour du public à l'Allianz Riviera.

ANALYSE

L'opération n'est pas une activation commerciale, et c'est ce qui la rend remarquable. Le club donne une forme textile à un rituel de tribune déjà installé, sans chercher à l'exploiter. Un club a aussi besoin de savoir quand laisser le symbolique passer avant la recette.

Sources [21] [22] [23]

GOUVERNANCE ET NOMINATIONS

La WNBA cherche qui succédera à Cathy Engelbert

LES FAITS

Cathy Engelbert, première commissioner de l'histoire de la WNBA, quittera ses fonctions le 31 décembre après sept ans. L'annonce a été faite le 4 septembre par le patron de la NBA, Adam Silver. Aucun successeur n'est désigné.

Son mandat a vu la ligue passer de 12 franchises en 2019 à un objectif de 18 en 2030, signer de nouveaux contrats médias, instaurer les vols charters, allonger le calendrier de 44 à 50 matchs à partir de 2027, et conclure une convention collective ouvrant la voie aux premiers salaires supérieurs au million de dollars.

ANALYSE

La croissance a été réelle, et la relation avec les joueuses souvent tendue. Engelbert affirme avoir décidé seule et y penser depuis des mois.

La personne qui lui succédera hérite d'une ligue en expansion rapide. Ses priorités seront l'intégration des nouvelles franchises, la conversion de l'audience en revenus locaux, la rentabilité des équipes et la reconstruction du lien avec les joueuses.

Sources [24] [25] [26]

Roger Goodell prolongé jusqu'en 2031

Les propriétaires de NFL ont prolongé le 6 septembre le contrat de Roger Goodell de quatre saisons. Il expirera le 31 mars 2031, en même temps que la convention collective avec les joueurs. Plus de 95 % de sa rémunération sera liée à des objectifs de performance.

ANALYSE

Le calendrier n'est pas un hasard. Goodell conduira deux négociations majeures : la prochaine convention collective, avec la possible saison à 18 matchs, et le renouvellement des contrats médias attendu d'ici 2030.

Les propriétaires privilégient la continuité au moment où se redéfinissent en même temps le calendrier, les droits audiovisuels et l'expansion internationale. Aucun successeur évident n'apparaît.

Sources [27] [28] [29]

ÉVÉNEMENTS ET RÉGULATION

L'athlétisme teste un format court à Budapest

LES FAITS

World Athletics lance du 11 au 13 septembre son Ultimate Championship, au Centre national d'athlétisme de Budapest. Le format tient en trois soirées de moins de trois heures, pour 28 épreuves.

Dotation de l'épreuve

POSTE	MONTANT
Dotation totale	10 M\$
Vainqueur d'une épreuve	150 000 \$
Deuxième	75 000 \$
Troisième	40 000 \$
Relais vainqueur	80 000 \$

Seuls les champions olympiques, les champions du monde et les vainqueurs de la Diamond League en titre sont qualifiés. Il n'y a ni or, ni argent, ni bronze. La compétition doit revenir tous les deux ans, les années sans championnats du monde.

ANALYSE

World Athletics cherche à créer un rendez-vous distinct des Mondiaux : format court adapté à la télévision, plateaux garantis, finales concentrées, récit centré sur les personnalités.

Le risque tient à cette promesse même. Plus la communication insiste sur la présence des meilleurs, plus chaque forfait abîme la proposition. Le succès se jugera sur l'audience, le remplissage et la valeur des droits futurs, pas sur le montant des primes.

Sources [30] [31]

Le sport féminin britannique réclame un crédit d'impôt**LES FAITS**

Vingt-cinq dirigeants du sport et des médias britanniques ont écrit le 4 septembre au chancelier de l'Échiquier. Parmi eux, les patrons de la fédération de football, de la fédération de rugby et du conseil du cricket, ainsi que Sky Sports, ITV et YouTube. La BBC n'a pas signé.

Ils demandent d'étendre à la production en direct du sport féminin le crédit d'impôt audiovisuel réservé aujourd'hui au cinéma indépendant et aux programmes jeunesse. Ils avancent que 13 % seulement du sport diffusé au Royaume-Uni en 2025 concernait des femmes, et chiffrent le retour à 1,40 £ pour chaque livre investie.

Il s'agit d'une demande adressée au gouvernement, pas d'une mesure adoptée.

ANALYSE

L'argument pointe un blocage réel. Beaucoup d'épreuves féminines ne sont pas diffusées faute d'audience, et ne peuvent pas construire cette audience faute d'être produites. Certains détenteurs de droits paient déjà les diffuseurs pour être retransmis.

Un crédit d'impôt peut amorcer le marché. Il devrait rester temporaire et conditionné à des engagements mesurables : volume diffusé, qualité de production, accessibilité et investissement éditorial du diffuseur.

Sources [32] [33]

TENDANCES DE FOND

Ce que la semaine dit du marché

Le streaming remplace les chaînes régionales américaines. Amazon prend six clubs de NHL, DAZN une quatrième franchise NBA.

Le sport féminin sort de la dépendance aux clubs masculins. London City signe seul un record que les autres clubs partagent avec leur équipe masculine.

Les marques entrent par les petits marchés. Starbucks teste le football par une manche de Ligue 1 plutôt que par un grand club.

La consolidation gagne les paris. Lottomatica et CIRSA répondent par la taille à la hausse des coûts et au durcissement réglementaire.

Les fédérations ouvrent des espaces jusque-là protégés. Après le stade de Michigan, l'UEFA commercialise son arbitrage.

Les formats courts cherchent leur public. L'athlétisme tente trois soirées de moins de trois heures contre neuf jours de Mondiaux.

SOURCES

Les données utilisées

Les sources **principales** de chaque dossier, et non des sources primaires : la presse et les agences y rapportent le plus souvent une annonce publiée ailleurs. Les numéros entre crochets renvoient aux mentions portées dans le corps du texte. **Officiel** : communiqué, comptes publiés, règlement ou texte de loi émanant de la partie concernée. **Presse** : média ou agence, source secondaire. **Estimation** : chiffre avancé sans confirmation de la source primaire, signalé comme tel dans le corps du texte.

Amazon devient la télévision locale de six clubs de NHL

[1] **NHL / Prime Video**, « *Prime Video acquires exclusive local streaming rights for 6 NHL teams* », 2 septembre 2026.
OFFICIEL www.nhl.com/news/prime-video-acquires-exclusive-local-streaming-rights-for-6-nhl-teams

[2] **The Hollywood Reporter**, « *Prime Video Grabs Local Streaming Rights for Six NHL Teams* », 2 septembre 2026.
PRESSE www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/nhl-prime-video-local-streaming-6-teams-1236688200/

[3] **Awful Announcing**, « *Prime Video becomes local streaming home for six NHL teams* », 2 septembre 2026.
PRESSE awfulannouncing.com/amazon/prime-video-six-nhl-teams-local-streaming-2026-27.html

Les San Antonio Spurs confient leur diffusion locale à DAZN

[4] **Sports Video Group**, « *San Antonio Spurs Name DAZN Exclusive Streaming Home Beginning 2026-27 Season* », 2 septembre 2026.
OFFICIEL www.sportsvideo.org/2026/09/02/san-antonio-spurs-name-dazn-exclusive-streaming-home-beginning-2026-27-season/

[5] **Yahoo Sports**, « *Spurs pick DAZN to stream many 2026-27 games* », 3 septembre 2026.
PRESSE sports.yahoo.com/articles/spurs-pick-dazn-stream-many-194041316.html

- [6]** **Sports Business Journal (via SVG)**, « *Spurs annual rights fee likely in the \$8M-to-\$10M range* », 2 septembre 2026.
 ESTIMATION www.sportsvideo.org/2026/09/02/san-antonio-spurs-name-dazn-exclusive-streaming-home-beginning-2026-27-season/
montant des droits et clause de sortie rapportés par la presse, non confirmés par le club ni par DAZN

Lottomatica absorbe CIRSA et crée un géant européen du pari

- [7]** **Reuters**, « *Italy's Lottomatica to buy Spain's CIRSA to create Blackstone-backed betting giant* », 2 septembre 2026.
 PRESSE live.euronext.com/en/financial-news/italys-lottomatica-buy-spains-cirsa-create-blackstone-backed-betting-giant
- [8]** **Lottomatica et CIRSA (présentation investisseurs, via Pulse 2.0)**, « *Lottomatica And CIRSA Agree All-Share Merger To Create €2 Billion EBITDA Gaming Group* », 2 septembre 2026.
 OFFICIEL pulse2.com/lottomatica-and-cirsa-agree-all-share-merger-to-create-e2-billion-ebitda-gaming-group/
- [9]** **European Gaming**, « *Lottomatica to absorb CIRSA in all-share merger creating €2bn EBITDA group* », 2 septembre 2026.
 PRESSE europeangaming.eu/portal/latest-news/2026/09/02/213529/lottomatica-cirsa-all-share-merger-terms/

Nike pose un record sur le maillot d'un club féminin

- [10]** **SportsPro**, « *Michele Kang: London City's Nike shirt deal 'worth more' than some in Premier League* », 4 septembre 2026.
 PRESSE www.sportspro.com/news/sponsorship-marketing/london-city-lionesses-nike-shirt-sponsorship-michele-kang-september-2026/
- [11]** **The Guardian**, « *'It's huge': Nike deal breaks new ground in WSL for London City Lionesses* », 3 septembre 2026.
 PRESSE www.aol.co.uk/articles/huge-nike-deal-breaks-ground-213317000.html
- [12]** **City AM**, « *Nike becomes London City Lionesses sponsor as well as kit partner in world record deal* », 4 septembre 2026.
 ESTIMATION www.cityam.com/nike-becomes-london-city-lionesses-sponsor-as-well-as-kit-partner-for-new-wsl-season/
montant de plus de 3 M€ par saison rapporté par la presse ; ni Nike ni le club n'ont publié de chiffre, le record reposant sur la déclaration de la propriétaire

Haier s'installe dans la Ligue des champions jusqu'en 2031

- [13]** **Haier (communiqué, PR Newswire)**, « *Haier Announces Global Partnership with UEFA Champions League* », 4 septembre 2026.
 OFFICIEL prnewswire.com/news-releases/haier-anuncia-una-alianza-global-con-la-uefa-champions-league-302870062.html
- [14]** **Footy Headlines**, « *Haier Signs Four-Year UEFA Champions League Global Partnership Starting in 27-28 Season* », 4 septembre 2026.
 PRESSE footyheadlines.com/3265975057/haier-signs-four-year-uefa-champions-league-global-partnership-starting-in-27-28-season.html

L'UEFA vend pour la première fois son arbitrage

- [15] OFFICIEL** **Strauss (salle de presse)**, « *Lead when it's loud: STRAUSS becomes first official partner of UEFA Refereeing* », 4 septembre 2026.
presse.strauss.com/en
- [16] PRESSE** **Inside World Football**, « *Landmark UEFA deal sees STRAUSS backing refereeing across European football* », 7 septembre 2026.
www.insideworldfootball.com/2026/09/07/landmark-uefa-deal-sees-strauss-backing-refereeing-across-european-football
- [17] PRESSE** **SportsMint Media**, « *STRAUSS becomes UEFA's first official refereeing partner* », 5 septembre 2026.
sportsmintmedia.com/strauss-becomes-uefas-first-official-refereeing-partner/

Starbucks choisit Toulouse pour sa première apparition sur un maillot

- [18] OFFICIEL** **Toulouse FC**, « *Le Toulouse Football Club accueille STARBUCKS comme Partenaire Officiel* », 3 septembre 2026.
www.toulousefc.com/play/blog/2026/09/le-toulouse-football-club-accueille-starbucks-comme-partenaire-officiel
- [19] OFFICIEL** **SPORTFIVE**, « *Toulouse Football Club welcomes STARBUCKS as an Official Partner* », 3 septembre 2026.
sportfive.com/press-media/tfc-x-starbucks
- [20] PRESSE** **SportBuzzBusiness**, « *Starbucks s'affiche pour la première fois sur un maillot de football avec le TFC* », 3 septembre 2026.
www.sportbuzzbusiness.fr/starbucks-saffiche-pour-la-premiere-fois-sur-un-maillot-de-football-avec-le-tfc.html

À Nice, un maillot comme support de mémoire

- [21] PRESSE** **CNews**, « « *Un maillot, 86 étoiles* » : l'OGC Nice dévoile sa troisième tenue en hommage aux victimes de l'attentat du 14 juillet 2016 », 2 septembre 2026.
www.cnews.fr/sport/2026-09-02/un-maillot-86-etoiles-logc-nice-devoile-sa-troisieme-tenue-en-hommage-aux-victimes
- [22] PRESSE** **Les Petites Affiches**, « *Dix ans après l'attentat de Nice, l'OGC Nice dévoile un maillot hommage aux 86 victimes* », 2 septembre 2026.
www.petitesaffiches.fr/sport,015/l-ogc-nice-devoile-un-troisieme,45407.html
- [23] PRESSE** **La Clé publique**, « *À l'Allianz Riviera, 86 torches pour le retour du public niçois* », 5 septembre 2026.
laclepublique.fr/alpes-maritimes/articles/2026/2026-09-05-ogc-nice-retour-public-hommage/

La WNBA cherche qui succédera à Cathy Engelbert

- [24] OFFICIEL** **WNBA**, « *WNBA Commissioner Cathy Engelbert to Retire at the End of 2026* », 4 septembre 2026.
www.wnba.com/news/commissioner-cathy-engelbert-to-retire-at-end-of-year
- [25] PRESSE** **Associated Press**, « *WNBA Commissioner Cathy Engelbert to retire after transformative, tumultuous tenure* », 4 septembre 2026.
abcnews.com/Sports/wireStory/wnba-commissioner-cathy-engelbert-retire-december-after-transformative-136204748
- [26] PRESSE** **CNBC**, « *WNBA Commissioner Cathy Engelbert to retire at the end of 2026* », 4 septembre 2026.
www.cnn.com/2026/09/04/wnba-commissioner-cathy-engelbert-to-retire-at-the-end-of-2026.html

Roger Goodell prolongé jusqu'en 2031

[27] **Associated Press (via CNBC)**, « *NFL Commissioner Roger Goodell agrees on a 4-year contract extension* », 6 septembre 2026.
PRESSE www.cnbc.com/2026/09/06/nfl-commissioner-roger-goodell-agrees-on-a-4-year-contract-extension.html

[28] **Sports Business Journal**, « *NFL extends Roger Goodell through 2031* », 6 septembre 2026.
PRESSE www.sportsbusinessdaily.com/Articles/2026/09/06/nfl-extends-roger-goodell-through-2031/

[29] **Front Office Sports**, « *NFL Owners Finalize Contract Extension for Roger Goodell* », 6 septembre 2026.
PRESSE frontofficesports.com/article/nfl-owners-finalize-contract-extension-roger-goodell/

L'athlétisme teste un format court à Budapest

[30] **World Athletics**, « *Ultimate Championship: a new global event* », 3 juin 2024.
OFFICIEL worldathletics.org/news/press-releases/world-athletics-ultimate-championship

[31] **Daily News Hungary**, « *Budapest is about to host an athletics event unlike any before: \$10 million in prize money and no medals* », 6 septembre 2026.
PRESSE dailynewshungary.com/budapest-world-athletics-championship-2026/

Le sport féminin britannique réclame un crédit d'impôt

[32] **Insider Sport**, « *Football, Cricket & Rugby unite for greater coverage of UK women's sport* », 4 septembre 2026.
PRESSE insidersport.com/2026/09/04/uk-womens-sport-letter-tax-credits/

[33] **Irish Examiner**, « *Broadcasters and governing bodies make tax plea for TV coverage of women's sport* », 4 septembre 2026.
PRESSE www.irishexaminer.com/sport/othersport/arid-41906749.html

Veille Sport Business, édition n°06, 31 août → 6 septembre 2026. Série « le business du sport par les chiffres », par Nicolas Herel. Les liens ont été vérifiés à la date de publication de l'édition.