



PARTENAIRES ELEGANTS



LANCIA & STADE FRANCAIS PARIS LE COUP DE Foudre

10° Edition des Trophées SPORSORA du Marketing Sportif

Paris, octobre 2013 - janvier 2014

Une jolie promesse, Lancia, à la dote prometteuse



PARTENAIRES ELEGANTS

nos
envies

- **Constructeur automobile depuis 1906**
 - Qui porte le nom de son créateur, Vincenzo Lancia
- **Dont l'ADN repose sur 4 piliers historiques**
 - L'Italie du Nord
 - L'élégance
 - L'esprit d'avant-garde
 - Le tempérament
- **Qui légitiment son positionnement aujourd'hui :**
 - L'élégance en mouvement
- **Appartient au Groupe Fiat de puis 1969**
 - Un groupe industriel international
 - Plus fort avec l'alliance avec Chrysler Group LLD
- **Acteur d'une convergence inédite en juin 2011**
 - 1 seule marque (Lancia/Chrysler), 2 blasons
 - Lancia en Europe, Chrysler en Amérique/Asie/Océanie
 - Une gamme élargie
 - Une nouvelle cible : plus masculine & plus familiale

SAVOIR FAIRE

FAIRE SAVOIR

- **Accentuer notre différenciation**
 - Ligne de conduite depuis toujours
- **Enrichir notre image**
 - Mettre l'accent sur nos valeurs
 - L'élégance, en particulier
- **Gagner en visibilité**
 - Affirmer nos nouvelles ambitions
 - Faire évoluer notre stratégie marketing
 - Multiplier les occasions de créer du contenu de marque
- **Capitaliser sur un public plus mixte**
 - À forte audience
 - Au profil premium
- **Mobiliser le réseau**



PARTENAIRES ELEGANTS

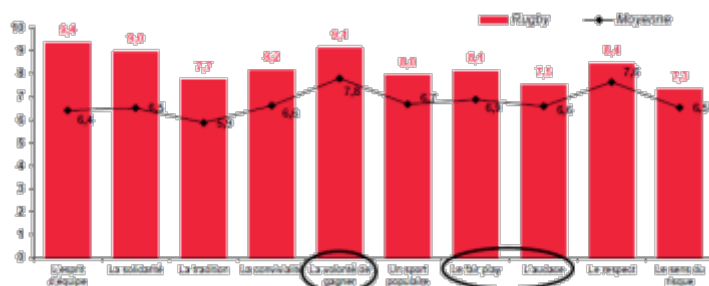
Un terrain d'entente : Le Rugby

• A la recherche d'un nouveau territoire : Le sport

- Lancia était historiquement impliqué dans le cinéma
- Possède un des plus beaux palmarès du sport auto

• Pourquoi le Rugby ?

- Une large et qualitative audience,
 - 2e sport le plus broadcasté à la TV
 - Un public masculin et familial , 35 ans+ et plutôt CSP+
- Des valeurs affirmées, positives, consensuelles qui renvoient à l'univers Lancia



- La volonté de gagner (2e/10) => Le tempérament
- Le fair-play (6e/10) => L'élégance
- L'audace (9e/10) => L'esprit d'avant-garde



- Un sport peu exploité par les marques auto, qui plus est, haut de gamme
 - Le 3e sport le plus utilisé par les marques automobiles en France derrière les sports mécaniques et le football,
 - Des marques le plus souvent généralistes (Renault, Peugeot, Toyota)
 - L'exception Land Rover mais avec un territoire de marque (4x4) non concurrentiel à celui de Lancia
 - Dès émules depuis : BMW, partenaire de la FFR depuis juillet 2013

Un univers nouveau pour Lancia
 Avec de vraies valeurs fortes
Une opportunité de se différencier
 Mais pas avec n'importe quel club !!!



PARTENAIRES ELEGANTS

Le coup de foudre avec le Stade Français Paris

- L'alliance de 2 marques historiquement compatibles



Née en 1906
A l'origine un constructeur élitiste qui s'est ouvert au grand public.

13 titres de Champion du Monde (11 rallyes + 2 en endurance).

Des automobiles stars qui ont marqué son histoire : Alpha, Lambda, Aprilia, Fulvia, Stratos, Delta, Ypsilon, etc ...



Fondé en 1883
Par des élèves du Lycée Saint-Louis. S'est ouvert à un large public.

13 fois Champions de France.

Des joueurs et entraîneurs stars : Gimbert, Laporte, Dominici, Marconnet, Swarzeski, Galthié, Skrela, Dominguez, de Villiers, Comba, Bergamasco, Parisse, etc ...

- Une attitude commune

Dans le respect de leurs fondamentaux, les deux marques se retrouvent dans la philosophie de Vincenzo Lancia :

Pour la rupture des règles codifiées par la tradition

- Des valeurs de marques partagées

L'élégance

Modèles de luxe
Grands designers italiens
Stylistes de mode, Egéries.

L'élégance

Sur le terrain, maillots rose, look décalé, fleur de Lys
En de dehors, port du blazer et de la cravate club obligatoire
Les Mairaines glamour, le Calendrier les Dieux du Stade, le Nouveau Stade Jean Bouin.

Le tempérament

La compétition,
13 titres de champions du Monde (11 en rallye dont 6 consécutifs et 2 titres en endurance)
l'innovation (90 brevets mondiaux).

Le tempérament

Le rugby,
13 titres de Champions de France,
Un club innovant dans sa communication

L'esprit d'avant garde

L'innovation
L'avance technologique (90 brevets mondiaux).

L'esprit d'avant-garde

1^{er} club a avoir rassemblé 80.000 personnes au Stade de France
Le calendrier des Dieux de Stade
Les shows au Stade de France

Le Stade Français Paris, c'est aussi :

- 1 des 2 équipes de Rugby préférée des français
- Le 2^{ème} club le plus retransmis/vu à la TV (10 millions de téléspectateurs pour la saison 2012/2013)
- 43% de femmes, un public plus mixte que la moyenne des clubs
- 2 millions de plan media annuel
- 1 business club de 40 entreprises

Les avantages pour Lancia :

- Un club avant-gardiste qui fait le lien avec son univers
- Une évolution positive de son image
- L'opportunité de ventes B2B/B2C additionnelles

Une belle histoire à 360°



PARTENAIRES ELEGANTS

• Des faire-parts à grande échelle

- Création d'un logo spécifique capitalisant sur l'élégance : LANCIA/SFP Partenaires Elégants
- Plan presse (magazine/Equipe/Midi Olympique) dédié annonçant notre coup de foudre mutuel
- De septembre à décembre 2012 : 10 titres, 40 parutions, 3 types de créations

• Des grandes fêtes pour mieux partager l'union

- Expositions, jeux et parade Lancia au Stade de France et au Grand Stade de Lille
- Soirée VIP et grand public au Mondial de l'Automobile 2012 – Stand Lancia

• Des petits mots doux chaque semaine

- Fil rouge dans les quotidiens L'Equipe (rubrique spécifique spécialement créée dans le classement du Top 14) et Midi Olympique (page Stade Français Paris)
- Clin d'œil humoristique faisant le lien entre le Modèle, le match et le résultat

• La famille au sens large réunie

- Implication de près d'1 distributeur Lancia sur 2 (42 sur un total de 96) au cumul des 26 rencontres du TOP 14 (Réceptifs et invitations clients a chaque match)

• Un reportage vidéo inédit : Inside Stade Français Paris by Lancia

- Création d'une websérie de 16 épisodes sur les coulisses du club (pas seulement que sportives...) avec la complicité de Canal+, suivie d'une nouvelle saison en 2013/2014

• Et déjà, 3 heureux évènements !!!

- Commercialisation de 3 séries spéciales (Ypsilon/Delta/Voyager) S by Stade Français Paris
- Réalisation d'une campagne de publicité spécifique (TV et presse) avec shooting joueurs
- Plans TV (2 vagues à 450 GRP en juin et septembre) et presse de juillet à novembre (30 insertions)





PARTENAIRES ELEGANTS

Un avenir sous le soleil...

• Audience (2012/2013)

- Dans les stades : 512.000 spectateurs
- A la TV : 10.000.000 téléspectateurs

• Visibilité media (2012/2013)

- Marque vue 1400 fois en TV
- Equivalence média : 1.5 m€

• Inside Stade Français Paris by Lancia

- Saison 1 : 250 000 vidéos vues à 100%
- Soit 15000 vidéos / épisode
- Durée moyenne / épisode ; 5 min.

• Génération de trafic

- + 80% sur lancia.fr
- + 60% de fans Facebook

• Ventes

- 300 ventes des Séries Spéciales en 3 mois (30% de ventes totales)
- 150 ventes flottes générées par l'activation du partenariat sur des cibles flottes

• Un nouveau logis

- Le Nouveau Jean Bouin
- 20000 spectateurs
- Plus de visibilité
- Plus d'occasion RP
- Plus d'opportunités Business Club
- Plus de possibilités d'animations/exposition
- Plus d'implication réseau : meilleure concession de France à 500 m....

• Des débuts en réussite et encourageants

- 2^{ème} ex-aequo à 1 point du 1^{er} après 8 matchs
- Retransmission Rugby TV sur canal + la plus suivie à date (journée 5 – 875000 téléspectateurs)
- Encore plein de potentiel à exploiter



PARTENAIRES ELEGANTS



LANCIA 

PARTENAIRES ELEGANTS

STADE FRANÇAIS PARIS

MERCI ! GRAZIE ! FORZA !