

A partir des documents 1,2 et 3, vous répondez aux questions suivantes :

1. Qui est le sponsor ?
2. Qui est sponsorisé ?
3. Quel est le type de sponsoring organisé dans ce cas ?
4. Quels sont les objectifs du sponsor en organisant un tel partenariat ?
5. A quoi s'est engagé le sponsor ?
6. Calculez les coûts générés par cette opération ? (coût d'une tenue : 20 € / 20 tenues achetées par an)
7. Cette opération a été à l'origine d'un article dans l'impartial. A quel type de média et de support appartient « l'impartial » ?
8. Le sponsor aurait pu faire un simple publicité dans le journal l'impartial. Sachant que le tarif moyen pour passer un encart publicitaire dans le journal hebdomadaire l'impartial est de 400 €, que pensez vous de cette opération de sponsoring locale ?

Document 1

Diminut'if habille les « moins de 13 »

Après le magasin de prêt-à-porter « Chic et Choc » de Pont-Saint-Pierre venu équiper les « moins de 15 ans », c'est au tour du salon de coiffure « Diminut'if » de Fleury-sur-Andelle d'apporter son soutien à la dynamique section handball du Foyer des Jeunes et d'Éducation Populaire fleuryisien. Un geste amical et généreux qui profite cette fois à l'équipe féminine des « moins de 13 ans » managée par Sandrine Guerrier, Éric Mouchard et Gérard Guerrier.

De l'aveu même de ses dirigeants, la formation se débrouille « plutôt bien » cette saison puisqu'elle pointe en milieu de tableau de son championnat. Elle a reçu ses nouveaux équipements des mains de Séverine Colas, la propriétaire du salon qui, en guise de remerciements, a pu apprécier la prestation de ses jeunes protégées. L'équipe s'est en effet donnée à fond ce même jour, ne s'inclinant que d'un petit but face à son homologue des Andelys.

L'équipe locale était composée de Marion Colas, Juliette Pompili, Gwendoline Mouchard, Camille Vaillant, Juliette Guerrier, Brenda L'Hermitte, Angélique Cordonnier et Marine Carpentier. Absentes sur la photo : Julie Legendre et Chloé Seigneurie.



■ Samedi après-midi, sur le parquet fleuryisien, la remise des nouveaux équipements

Document 2



Document 3 : Définition du sponsoring

Un sponsor désigne une entreprise qui soutient une personne, un organisme ou une action d'intérêt général (culture, santé, social, etc...), non pas dans un but philanthropique comme pour le mécénat, mais commercial.

En effet le sponsoring (ou parrainage) induit des contre-parties au sponsor, à savoir notamment la promotion des produits et services de l'entreprise, ainsi que sa notoriété et son image de marque.

Il existe plusieurs types de sponsoring, à savoir :

- financier : il peut s'agir de dons (particuliers ou entreprises, de subventions (institutions), d'apports en numéraire, etc...)
- technologique : le sponsor met à disposition son savoir-faire technologique
- en nature : le sponsor met à disposition des marchandises ou des services, des moyens matériels, humains ou techniques
- de compétences : le sponsor met à disposition les compétences salariales