STRATÉGIE DE POCHE - N° 1

Exister sans être sponsor.

L’ambush marketing en 5 minutes : ce qui marche, ce qui est risqué, ce qui est interdit.

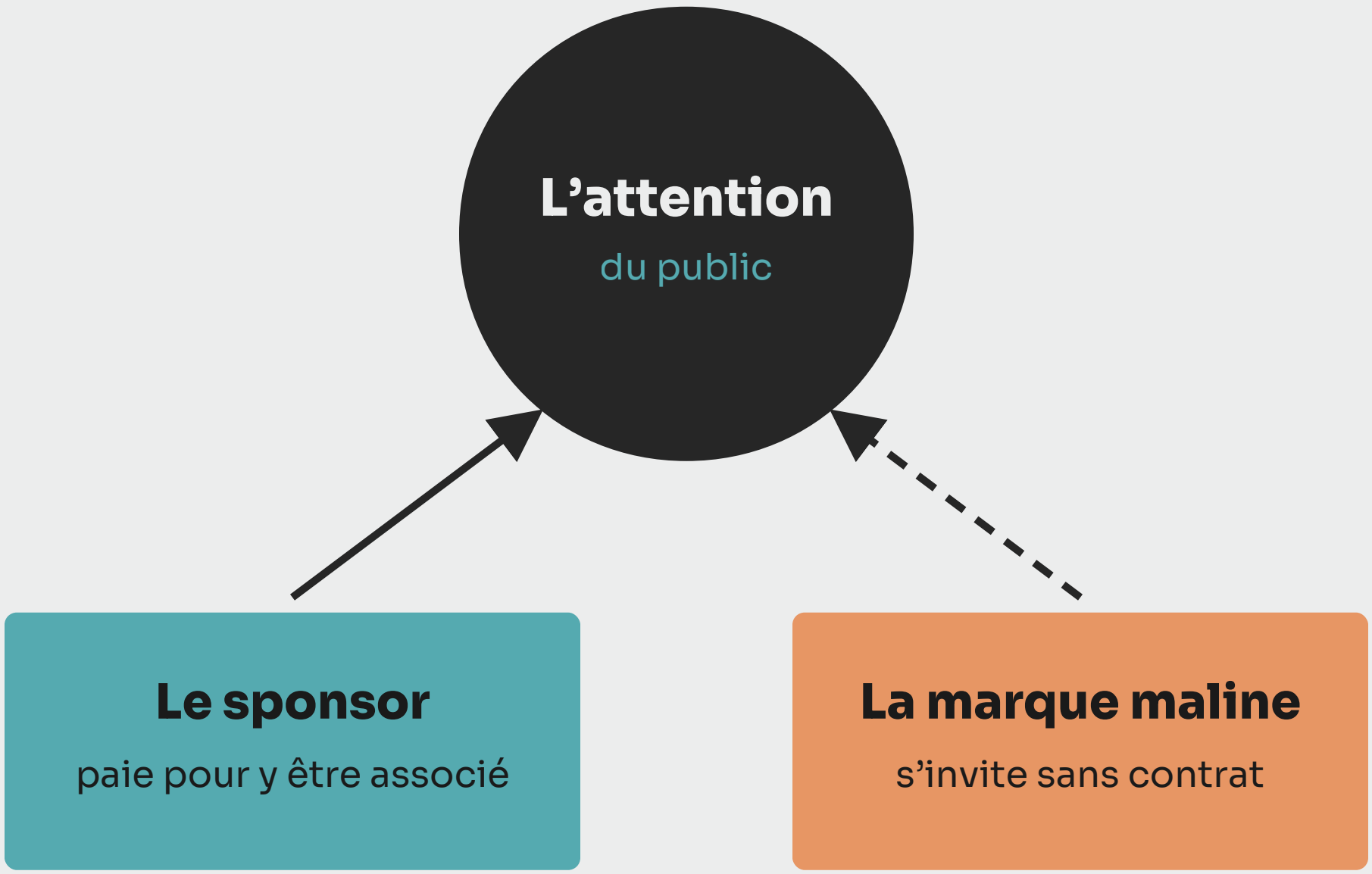


Abdoulaye Nguer

Swipe →

C’EST QUOI ?

Capter l’attention d’un événement sans payer le ticket.



Le problème : **le public ne sait pas toujours qui a payé.**



5 façons de s'inviter.

1

Le contexte
Parler du moment, sans symbole officiel

2

Les athlètes
Mettre en avant ceux qui concourent

3

La proximité
Occuper la ville autour des sites

4

L'intrusion
Entrer dans les sites officiels

5

L'association
Utiliser logos, anneaux, mascotte



JEUX OLYMPIQUES – ATLANTA 1996

Nike

LE CONTEXTE Reebok est sponsor officiel.

LE COUP Affiches partout en ville, un espace de marque près des sites, et Michael Johnson en pointes dorées Nike.

LE RÉSULTAT Nike reste associé aux images de ces Jeux.

LA LEÇON

Le public retient les images, pas les contrats.



COUPE DU MONDE - AFRIQUE DU SUD 2010

Bavaria

LE CONTEXTE

Une autre bière est sponsor officiel.

LE COUP

Des supportrices en robes orange de la marque, en tribune d’un match des Pays-Bas.

LE RÉSULTAT

Expulsées du stade, poursuites lancées puis abandonnées. Buzz mondial.

LA LEÇON

Entrer dans le stade, c’est un vrai risque juridique.



JEUX OLYMPIQUES – LONDRES 2012

Beats

LE CONTEXTE Une autre marque d'électronique est sponsor officiel.

LE COUP Des casques offerts aux athlètes, portés devant les caméras à leur arrivée et à l'échauffement.

LE RÉSULTAT Une visibilité énorme, sans un seul logo olympique.

LA LEÇON

Un produit porté par les stars vaut toutes les pubs.



EURO DE FOOTBALL - 2012

Paddy Power

LE CONTEXTE

Le bookmaker n’est pas partenaire du tournoi.

LE COUP

Après un but, l’attaquant Nicklas Bendtner dévoile un sous-vêtement aux couleurs de la marque.

LE RÉSULTAT

Amende et suspension… pour le joueur.

LA LEÇON

Ne fais jamais porter le risque à un athlète.



LE FEU TRICOLORE

Tu peux. Attention. Stop.

✔ TU PEUX

Parler de sport, d’effort, de fierté nationale
Féliciter une équipe
Réagir en temps réel avec humour

! ATTENTION

Afficher en masse près des sites
Montrer des athlètes pendant l’événement
Mettre des billets en jeu

× STOP

Logo, anneaux, mascotte, nom officiel
Se dire « partenaire » ou « officiel »
Ta marque dans les sites officiels



LA BOÎTE À OUTILS

7 façons d’exister légalement.

01
Parle du moment, pas de l’événement

02
Appuie-toi sur tes valeurs

03
Soutiens le sport local toute l’année

04
Réagis en temps réel

05
Crée ton propre rendez-vous

06
Ose le clin d’œil, avec élégance

07
Montre les gens, pas les logos : supporters, familles, bénévoles.



AVANT DE TE LANCER

5 questions à te poser.

- [ ] Ma marque a-t-elle une **raison légitime** de parler de ce moment ?
- [ ] Mon idée tient-elle **sans logo ni nom officiel** ?
- [ ] Le message se comprend-il **en 3 secondes** ?
- [ ] Ça va faire **sourire**, ou grincer des dents ?
- [ ] Suis-je prêt si l'organisateur **conteste** ?





L’attention appartient à ceux qui la méritent. Pas seulement à ceux qui la paient.

Et toi, quelle marque t’a marqué pendant les JOJ ?
Dis-le en commentaire.

Abdoulaye Nguer
Brand & Com’ Manager – Planneur Stratégique
abdoulayenguer.com

Contenu pédagogique, pas un avis juridique. Les règles varient selon les pays et les événements.