



BNP PARIBAS - COUPE DAVIS

UN SPONSORING INTERNATIONAL POUR UNE MARQUE MONDIALE

Depuis près de 28 ans, la BNP, puis BNP Paribas, associe son image au tennis en sponsorisant notamment le tournoi des Internationaux de France de Roland Garros, mais aussi le Masters Series de Bercy, et du 12 au 18 février prochain, les Internationaux de Nice Tennis féminin. Parallèlement, BNP Paribas est également partenaire de plus de 50 tournois locaux en France et partenaire des écoles de tennis pour enfants en France. Cette histoire d'amour avec le tennis constitue le plus connu et le plus ancien des sponsoring sportifs en France, grâce auquel la marque BNP, créée en 1966, est devenue N°1 pour la notoriété sur son marché domestique, et a acquis une notoriété significative hors de France. En mai 2000, le tournoi Roland Garros a permis de faire connaître et d'imposer la nouvelle identité visuelle du nouveau groupe BNP Paribas, conçue en un temps record de six mois pour être dévoilée en France et dans le monde à l'occasion des Internationaux de France.

En effet, la fusion de la BNP et de Paribas a donné naissance à une grande entreprise internationale avec une nouvelle marque mondiale. Le groupe est N° 2 de la zone euro par le montant de ses bénéfices et le N° 3 par le montant de ses fonds propres. Il emploie 80 000 collaborateurs dont 30 000 hors de France; la même marque est utilisée dans 84 pays pour la banque de financement et d'investissement, la banque privée et la gestion d'actifs, et en France, en Afrique et Océan Indien pour la banque de détail. Pour installer la notoriété de cette nouvelle marque, BNP Paribas a décidé d'investir fortement dans des campagnes publicitaires "corporate" ciblant la communauté financière internationale, et dans des campagnes dans la presse internationale haut de gamme, valorisant ses activités de banque privée et de gestion d'actifs.

Mais la dimension publicitaire ne suffit pas. Le sponsoring du tennis international, grâce à la très grande visibilité télévisuelle des sponsors, les possibilités d'événements de relations publiques pour la clientèle haut de gamme et les valeurs véhiculées par le sport, permettra d'accélérer la construction de l'image et de la notoriété mondiale de BNP Paribas. La Coupe Davis est le partenaire idéal pour développer une relation de qualité comparable à celle qui existe depuis 1973 entre BNP Paribas et la Fédération Française de Tennis. Cette compétition internationale prestigieuse, par équipes, disputée sur toute l'année, centrée sur des valeurs de fair play, suscite un enthousiasme populaire dans tous les pays, qu'il s'agisse de grandes nations industrielles ou de pays émergents. Elle offre à BNP Paribas une très grande visibilité mondiale.

BNP Paribas deviendra le principal partenaire mondial de la Coupe Davis ("Title sponsor") à partir de 2002, et est dès cette année l'un de ses sponsors internationaux.

Le logo BNP Paribas figurera donc pour la première fois sur les bâches de fond de cour du premier tour du World Group de la Coupe Davis 2001 qui se déroulera du 9 au 11 février à Gand (Belgique / France), à Basel (Suisse / Etats-Unis) et Rio de Janeiro (Brésil / Maroc).