

INFINITI : champion du Monde de la visibilité 2013 en Formule 1

Sponsor titre et partenaire majeur de l'écurie Red Bull Racing Formula One a marqué une nouvelle fois la F1 en devenant le premier sponsor d'équipe F1 à dépasser le milliard de dollars en termes d'équivalent publicitaire lors de la saison 2013 selon Repucom, société experte dans les études du sport.

Le constructeur de voitures de luxe, qui est entré en F1 en 2011, est devenu la marque la plus exposée à l'écran lors des diffusions TV des sessions de qualifications et des courses de chaque Grand Prix de la saison 2013.

Jérôme Bouchat, expert Repucom Motorsport France Belgique explique :

“Cette excellente performance est le résultat d'une part d'un positionnement optimal de la marque sur les deux monoplaces Red Bull ainsi que sur l'ensemble des supports de visibilité offerts tels que les combinaisons de ses pilotes et de son staff. D'autre part, Infiniti a également bénéficié d'un temps à l'écran extrêmement important du fait des excellentes performances de Sebastian Vettel qui se trouvait toujours en tête de course et qui a terminé la saison de manière impériale. Nous devons également ajouter comme facteur d'influence les audiences télévisées qui sont l'un des leviers majeurs dans cette valorisation record. Les audiences se sont en effet maintenues à un niveau élevée cette année et ce malgré des évolutions importantes en termes de consommation media causées par les tablettes et les smartphones. La Formule 1 prouve une nouvelle fois qu'elle est l'un des sports incontournables en termes de retour média dans le monde.”

Andreas Sigl, Directeur Général d'Infiniti Formula One ajoute :

“L'un des objectifs clés de notre stratégie est de construire une notoriété mondiale pour notre marque. Ce résultat est donc une preuve réelle de la puissance de la Formule 1 et des bénéfices que nous pouvons en retirer si elle est accompagnée d'une approche marketing innovante. Ces chiffres ne montrent d'ailleurs qu'une partie de l'histoire puisqu'ils ne prennent pas en compte la visibilité importante que nous obtenons aussi lors de nos actions marketing ainsi que via nos relations publiques en dehors des circuits et autour des Grand Prix. Mais lorsque celles-ci sont combinées avec une couverture télévisée significative, il est clair que nous possédons ici un puissant atout pour atteindre nos objectifs au niveau mondial.”

A propos de REPUCOM

Repucom, leader mondial et entreprise indépendante, offre une source unique d'expertise et de conseil sur le marché du sponsoring sportif.

Avec plus de 20 bureaux à travers le monde, nos experts étudient les retombées du sport dans les médias, conduisent des études d'opinion, observent l'industrie du sponsoring et analysent les opinions des fans au quotidien afin de vous délivrer les informations décisives pour atteindre vos objectifs marketing et sponsoring.

Depuis sa création en 2004, notre entreprise fournit des données et des recommandations à plus de 1 000 marques, agences, détenteurs de droits et diffuseurs les plus réputés dans l'industrie du sport.

En 2010, REPUCOM fusionne avec SPORT+MARKT pour former le groupe RSMG Insights, regroupant ainsi plus de 1 400 collaborateurs à travers le monde. IFM Sports group (composé de IFM Sports et IFM Sports Marketing Survey), acquis en 2012 par RSMG Insights, vient à son tour agrandir le réseau.

En tant que REPUCOM, ce sont 25 années d'expériences et d'expertise dans le sport business que nous mettons à votre disposition. C'est notre ADN. Nous accompagnons nos clients dans leurs décisions de sponsoring en les aidant à mieux comprendre leurs cibles et l'environnement sportif dans lequel ils évoluent. En tant que leader indépendant et reconnu, nous offrons une source unique d'expertise et de conseil sur le marché du sport et du sponsoring sportif.

Votre Contact:

TOM SCOTT

Global PR Manager

+49 (0) 221 430 73 177

tscott@repucom.net