

Nouvelle vague de partenariat pour les fédérations

En l'espace d'une semaine, les fédérations françaises d'Escrime, de Natation, de Rugby et de Triathlon ont annoncé la signature de nouveaux partenaires.

S'agissant de la **Fédération Française d'Escrime**, celle-ci a signé le 28 janvier dernier un partenariat avec l'enseigne de fast-food Burger King, qui a pour objectif de faire « *découvrir la pratique de la discipline à un large public afin d'attirer de nouveaux pratiquants potentiels* ». Du 29 janvier au 10 mars les clients de Burger King pourront renseigner sur le site dédié à cette opération leurs coordonnées et leur preuve d'achat afin d'obtenir un pass personnalisé qui sera à remettre à l'enseignant en club pour bénéficier de 4 séances d'initiations.

Fin janvier également, la **Fédération Française de Natation** a annoncé avoir conclu un partenariat avec Acoufun, société spécialisée dans le secteur de la santé et de la protection auditive, pour une durée de 6 années. La marque, qui travaille déjà avec des salles de concert et les 24h du Mans, s'associe désormais avec la FFN pour protéger les oreilles des nageurs français. Le nouveau fournisseur a déjà entamé sa nouvelle campagne de communication et proposera des protections auditives pour les nageurs à partir d'avril.

Côté rugby, la **FFR** a signé avec la Région Île-De-France un partenariat de promotion de son sport en région francilienne en vue de la Coupe du Monde 2023 qui aura lieu en France. Avec près de 35.000 pratiquants et 135 clubs, la région IDF va continuer à développer son investissement dans le rugby par les nombreuses constructions à prévoir de nouveaux terrains synthétiques visant la protection des joueurs. Aussi, la région va élaborer une charte éthique afin d'encourager le respect des valeurs de la République et favoriser l'accès au sport pour tous et notamment des femmes et des personnes en situation de handicap.

La **Fédération Française de Triathlon** a également annoncé avoir engagé l'agence de communication Comquest pour accompagner ses équipes jusqu'aux J.O de Tokyo de 2020. Déjà prestataire de plusieurs fédérations françaises (Football, Rugby, Randonnée) et de clubs (SCO Angers, Stade Français), Comquest accompagnera la nouvelle fédération en vogue du sport français dans sa stratégie de communication, le développement de ses partenariats et le « *déploiement omnicanal de ses prises de parole* ».