

Puma et la NBA signent un partenariat marketing pluriannuel

Après avoir effectué dans les années 2010 un retour marquant dans le sponsoring d'équipes professionnelles de football (équipementier de l'équipe nationale d'Italie, d'Arsenal, du Borussia Dortmund, et plus récemment de l'Olympique de Marseille), la marque allemande signe l'un des contrats de l'année dans le monde du sport puisqu'elle devient la partenaire marketing officiel de la NBA. Dans le cadre de cet accord, Puma pourra désormais utiliser la marque et l'image de la NBA ainsi que les logos et l'uniforme de ses franchises afin de commercialiser ses produits. L'officialisation de ce partenariat s'est tenue ce 17 février lors des célèbres All-Star Games, qui réunissait le temps d'une soirée les meilleurs joueurs de la ligue.

Un retour en force pour Puma, qui s'offre la NBA aux dépens de son rival Nike : si la marque à la virgule reste partenaire officiel de la ligue (pour plus d'1 milliard de dollars sur 8 années), Puma, dans la commercialisation de ses produits, pourra désormais apostropher son puma à la place du *swoosh*. 20 ans après son dernier deal dans le basket (Puma était le partenaire de Vince Carter, l'une des idoles du basket américain, jusqu'en 1999), la marque allemande avait déjà entrepris un retour dans le basket en 2018 en signant plusieurs joueurs stars de la NBA (Marvin Bagley, Zhaire Smith et DeAndre Ayton) ainsi qu'en devenant partenaire la Women NBA en tant que chaussure officielle de la ligue féminine.