

## « On ne peut pas défendre des valeurs si on ne les partage pas »



**Françoise Bresson**  
Directrice Sponsoring et  
Partenariats

**Marine-Caroline CHENUT**  
Chef de projet sponsoring

<http://www.nestle-waters.fr/>

Nom Nestle Waters

Profil Secteur : Industrie des eaux de table

Code NAF : 1107A

Date de création 1992

Chiffre d'affaires 2011 8,7 milliards d'euros (monde), 91,5 millions d'euros (France).

Implantation 4 sites en France : 2 sites administratifs (siège international à Issy les Moulineaux (150 collaborateurs), siège France à Meudon (330 collaborateurs), usine de Vittel et Usine de Vergèze.

Nombre de collaborateurs France : 2700 collaborateurs

Site Concerné Holding (Issy les Moulineaux)

Effectif du site concerné 150

### Présentation de l'entreprise

Nestlé Waters Management & Technology est le siège social du groupe Nestlé Waters, filiale de Nestlé, qui regroupe ses activités sur le marché des eaux de table. Nestlé Waters est présente dans 130 pays via plus de 70 marques. En France, elle commercialise des marques telles que Vittel, Perrier, Contrex, Quétzac ou San Pellegrino. Dans la mesure où les eaux minérales sont associées à la santé et au bien-être, Nestlé Waters est attentive à la qualité de ses produits. A l'interne, elle insiste sur la formation des collaborateurs (relative tant aux aspects techniques qu'au contexte de son activité - problématiques environnementales, hydratation, etc...). A l'externe, la valorisation de l'image du groupe est centrée sur les produits. Nestlé Waters communique donc essentiellement via ses marques (Vittel, Perrier, San Pellegrino).

## Rapport au sport

Le groupe est depuis longtemps engagé dans des partenariats avec le monde sportif, privilégiant les évènements sportifs d'envergure internationale tels que Roland Garros et le Tour de France. Le volet sport en entreprise est pour l'heure assez peu mobilisé. Néanmoins, l'entreprise active certains volets de ses contrats de sponsoring à l'interne.

---

### Dispositif sport en entreprise

**Contexte de mise en œuvre des projets :** dans la mesure où Nestlé Waters met l'accent sur la santé et le bien-être, elle favorise la pratique sportive de ses collaborateurs, en mettant à leur disposition une salle de sport et en leur proposant de participer à des évènements dont elle est partenaire.

**Nature du dispositif :** offre sportive du CE, infrastructures sportives in situ ; évènements sportifs intra-entreprise; interventions de personnalités du monde sportif, participation à des évènements sportifs, intervention de coachs sportifs.

- **Infrastructures sportives in situ**
  - En 2009, le siège s'est doté d'une salle de sport (vélos, tapis de course, appareils de musculation).
  - Celle-ci étant ouverte toute la journée, les collaborateurs la fréquentent sans autre contrainte que leurs emplois du temps respectifs.
  - La salle est gratuite d'accès
- **Offre sportive du CE**
  - Le CE octroie chaque année une participation de 400 euros à chaque salarié pour ses activités sportives et/ou culturelles.
- **Intervention de personnalités du monde sportif**
  - Christian Prudhomme et une tenniswoman ont été invités lors d'une conférence de Nestlé Waters en janvier 2009 pour parler des évènements sportifs.
- **Participation à des évènements sportifs**
- **Marathon et Semi-marathon de Paris.**
  - Dans le cadre de son partenariat avec l'organisateur d'évènements sportifs ASO (voir infra), le groupe invite les collaborateurs qui le souhaitent à participer au Semi-marathon ainsi qu'au Marathon de Paris.
  - 51 salariés sur le Semi-marathon et 33 sur le Marathon de Paris. Le nombre de collaborateurs participant à ces courses augmente chaque année.

- Un coach sportif est sollicité un mois avant chaque course pour proposer un programme d'entraînement (à raison d'une fois par semaine entre 12h et 14h).
  - Le jour de l'évènement, les collaborateurs qui participent à la course disposent d'un accompagnement comparable à une prestation de Relation Publique : accueil, massage après la course, restauration, suivi du coach.
- **Evènements locaux via l'Office Municipal des Sports d'Issy les Moulineaux**
    - L'Office Municipal des Sports d'Issy les Moulineaux souhaite intégrer les salariés des entreprises implantées sur leur territoire (et donc « habitants à temps partiel ») à la vie sportive locale.
    - Elle leur propose donc, dans le cadre d'un partenariat, diverses activités et en les invitant aux évènements sportifs organisés par la ville : Corrida de Noel (partenariat + challenge inter-entreprises auquel participent certains salariés).
    - L'OMS réfléchit à la possibilité d'étendre le partenariat en présentant aux salariés l'ensemble des activités sportives pouvant être pratiquées à Issy-les-Moulineaux

### Acteurs impliqués

**Internes** : La direction ; direction de la communication ; Le CE, salariés

**Externes** : personnalités du monde du sport, Office Municipal des sports d'Issy les Moulineaux, entités sportives parrainées (ASO), coachs sportifs.

**Relais de communication** : les salariés sont informés via les canaux de communication internes (intranet) des partenariats sportifs de l'entreprise ainsi que de la possibilité de participer à des évènements sportifs : l'entreprise compte notamment sur certaines personnes relais pour faciliter le bouche à oreille et l'émulation au sein des collaborateurs. Le Président du groupe utilise par ailleurs régulièrement la salle de sport.

**Facteurs clefs de succès** : simplicité d'accès, gratuité.

**Perspectives de développement** : conserver ce qui se met en place actuellement

---

### Dispositif de partenariat

**Partenariats avec le monde sportif déjà engagés : sponsoring d'évènements sportifs, partenariat avec un service des sports.**

**Motivations principales** : Nestlé Waters s'associe essentiellement à de grands évènements sportifs, l'objectif principal étant « d'assurer la bonne perception de ses produits par les consommateurs en étant présent dans leur vie et leurs centres d'intérêts afin de générer non seulement de la visibilité mais aussi de l'expérience produit ».

La Direction du Sponsoring procède donc en trois étapes : sélection de l'évènement, détermination de la marque à valoriser lors de cet évènement (la Direction Sponsoring de Nestlé Waters gère les partenariats de ses différentes marques) et développement d'activations adaptées au profil des différentes cibles.

Il est à noter que les partenariats sont également orientés vers les ventes (avec la sortie d'éditions limitées dans les supermarchés - Vittel, Perrier) et Relations Publiques. Enfin, si la communication évènementielle de l'entreprise ne se limite pas au sport (mais inclut également des évènements culturels tels que le Festival de Cannes), son expérience dans le secteur des évènements sportifs est longue (le partenariat entre Perrier et Roland Garros date de 1978).

- **Roland Garros (marque Perrier, depuis 1978)**

**Motivations principales :** partenariat historique (35 ans), la marque Perrier est fortement associée à l'évènement dans l'esprit du public.

Activations :

- Hormis sa forte visibilité sur les courts avec les zones de repos et l'hydratation des joueurs, Perrier met en place un ensemble d'animations pendant la quinzaine du tournoi (jeux, accès VIP à gagner, organisation de rencontres avec des joueurs).
- La marque est également associée au Tournoi des légendes Perrier.
- Elle tourne des spots publicitaires à l'occasion de l'évènement (le dernier met en scène Cédric Pioline et Mansour Bahrami).
- Enfin, Perrier met en œuvre des actions citoyennes en récupérant par exemple les bouteilles vides afin de les transformer en matériel destiné aux clubs.

- **Tour de France (Aquarel 2001- 2007 / Vittel, depuis 2001)**

**Motivations principales :**

- Créer une interaction avec le public en proposant une expérience de marque singulière.
- Permettre un rayonnement international à la marque grâce à la forte exposition médiatique de l'évènement

Activations :

- Distribution d'un million de bouteilles afin d'hydrater le public, les organisateurs et les sportifs.
- Vittel est la caravane préférée du public avec plus de 14 véhicules d'animation. Son dispositif tourne autour d'une vraie fausse équipe de cycliste, la Team Vittel, composée de 5 comédiens cyclistes qui communiquent leur bonne humeur auprès du public.
- Vittel est par ailleurs le créateur et distributeur de l'Eaufficiel, véritable programme à destination du spectateur, qui présente les différentes animations commerciales des marques du groupe ainsi que des autres partenaires.

- La marque a également formé le Team Vittel, composé de 5 collaborateurs qui participent aux étapes amateurs en communiquant de manière humoristique sur les réseaux sociaux («notre équipe carbure à l'eauptimisme»).
- **Marathon et Semi-marathon de Paris (2005)**

**Motivations principales:** Illustrer la pertinence de l'association Vittel / Running / hydratation.

Activations :

- Distribution de bouteilles pour l'hydratation des coureurs

Présence aux points de ravitaillements

- **Autres courses de running**

**Motivations principales :** le running met en avant le besoin d'hydratation. Maillage important sur toute la France (une centaine de courses à l'année) à travers une agence qui met en relation les organisateurs en recherche de partenaires chronométrage, dossards, ravitaillement -> Uniteam Active

Activations :

- Partenariat dossards.
- Partenaire ravitaillement.