



Communiqué de presse  
11 avril 2008

## La marque Vittel devient un des 4 grands partenaires du Tour de France

**Dans le cadre du 50<sup>ème</sup> congrès de l'UJSF  
(Union des Journalistes Sportifs Français),  
les représentants de la Société du Tour de France et de Nestlé Waters  
ont annoncé le retour de Vittel  
en tant que partenaire du Club du Tour de France\*.**

La marque Vittel se substitue donc dès cette année à Nestlé Aquarel, présente depuis 2001, comme l'eau officielle du Tour de France.

Le retour de Vittel sur le Tour de France atteste de la force d'un événement qui, en dépit d'un environnement tourmenté, n'a rien perdu de son pouvoir d'attraction pour des marques grand public.

### Ce n'est pas la première fois que les destins du Tour de France et de Vittel se croisent

**La célèbre marque vosgienne a célébré en 2004 son 150<sup>ème</sup> anniversaire**, tout juste un an après que le Tour ne souffle ses 100 bougies. Ce sont donc deux grandes histoires, deux patrimoines français qui se rejoignent aujourd'hui. Déjà à la **fin des années 60, Vittel offrait son eau minérale naturelle au public du Tour de France** via la caravane publicitaire et organisait la Flèche Vittel, ancêtre de l'actuel Classement par Equipe. En 1968, le Tour s'élançait de la célèbre station thermale vosgienne.

Pour Hubert GENIEYS, Vice-Président Communication Corporate et Sponsoring de Nestlé Waters, « *avec son histoire à forte connotation sportive, sa notoriété internationale et sa puissance commerciale, la marque Vittel donne une nouvelle dimension au partenariat qui unit depuis 2001 Nestlé Waters au Tour de France. Au-delà des intérêts commerciaux, l'arrivée de Vittel atteste de la confiance et du soutien renouvelés du groupe Nestlé Waters aux organisateurs de la Grande Boucle, pour le courage, la détermination et le sérieux dont ils font preuve dans le dur combat qu'ils mènent pour un Tour propre.* »

Pour Christian PRUDHOMME, Directeur du Tour de France, « *le retour de Vittel sur la Grande Boucle est un formidable témoignage de confiance adressé par l'un de nos partenaires au Tour de France, mais aussi au cyclisme professionnel en*

*général. Il traduit toute l'importance que conserve notre événement dans le cœur du public et nous engage à poursuivre notre combat pour un Tour propre».*

## Un puissant levier d'animation commerciale

Pour Vittel, le partenariat avec le Tour de France constitue aussi, au cœur de son pic de saisonnalité estival, un levier puissant pour animer ses multiples réseaux de distribution.

**3<sup>ème</sup> événement sportif au monde**, il rassemble, chaque année, des millions de spectateurs. En plus de jouir d'une couverture TV touchant des dizaines de millions de téléspectateurs à travers le monde, l'aura du Tour de France est particulièrement forte dans les pays où la marque Vittel est bien implantée (France, Belgique, Allemagne, Suisse, Royaume-Uni...). Le Tour est un bon prétexte pour développer d'importantes actions publi-promotionnelles.

## La proximité et la vitalité au cœur du dispositif Vittel sur le Tour de France

La marque Vittel hérite du **dispositif de visibilité sponsoring** de Nestlé Aquarel, articulé autour du marquage des 25 derniers kilomètres de l'étape, du portique d'arrivée et du parrainage du vainqueur d'étape. Par ailleurs, la marque vosgienne entend insuffler un **vent de vitalité** aux suiveurs et au public du Tour de France, notamment grâce à une caravane publicitaire inédite et à un ton résolument humoristique. Le maître-mot de son dispositif d'animation : faire de la **proximité avec le public** une vraie marque de fabrique ! Un savoir-faire acquis par Nestlé Aquarel au cours des précédentes éditions, qui demeura pendant 7 ans, la caravane préférée du public du Tour de France.

## Un retour aux racines sportives de Vittel

Enfin, cet accord de partenariat témoigne avec force de la volonté de renouer avec les racines sportives de Vittel.

Située au cœur des Vosges, dans un espace naturel préservé, la station thermale de Vittel a bâti au cours du siècle dernier un **parc d'équipements sportifs** de haut niveau tout à fait unique en France pour une ville de cette dimension : 3 piscines dont une olympique, 3 parcours de golf, une quarantaine de terrains de tennis, un stade de près de 10 000 places, un centre de préparation omnisports pouvant accueillir la quasi-totalité des disciplines olympiques... Associés aux bienfaits de l'hydrothérapie et à un parc hôtelier adapté, ces équipements haut de gamme ont permis à la ville de Vittel de se hisser au rang officieux de **capitale de la remise en forme** et de devenir un centre de préparation et de mise au vert prisé par l'élite sportive européenne.

Par ailleurs, la marque Vittel fut pionnière, à bien des égards, dans le domaine du sponsoring sportif en France. À la fin des années 60, un accord était signé avec la LNF, permettant à la marque de devenir partenaire maillot de l'ensemble des équipes du Championnat de France de football. Dans les années 90, en prolongement de la célèbre communication « Buvez, éliminez » et du positionnement « Vitalité », Vittel déploya une **politique sponsoring ambitieuse** auprès d'une dizaine de fédérations olympiques françaises:

athlétisme, natation, handball, basket-ball, volley-ball, judo, tennis de table, escrime, cyclisme...

À la même époque, en complément de son soutien à l'élite du sport, Vittel proposait pour le monde amateur une offre tout à fait inédite : le Club Vittel (qui deviendra par la suite le Club du Sport). Ce dispositif a permis à une dizaine de milliers de clubs amateurs en France d'acquérir du matériel et des équipements sportifs à bon compte, simplement en encourageant la consommation collective de Vittel auprès de leurs propres licenciés.

*\* les 4 partenaires du Club du Tour de France sont Champion, LCL, Skoda et Vittel.*

### À propos de Vittel



- ⇒ 2<sup>ème</sup> marque d'eau minérale naturelle plate en France en volume (source IRI et Gira, sept. 07).
- ⇒ Marque internationale **distribuée** dans une **centaine de pays** : Vittel exporte près de 55% de ses volumes, leader notamment sur le marché des eaux minérales plates naturelles en Allemagne.
- ⇒ **Chaque minute**, près de **1 900 bouteilles de Vittel** sont **consommées** à travers le monde (source interne).
- ⇒ Vittel est une marque de **Nestlé Waters**, leader mondial et en France du marché des eaux embouteillées. Nestlé Waters propose en France une gamme complète d'eaux minérales naturelles et d'eaux de source, à la fois plates et gazeuses : Contrex, Hépar, Valvert, Nestlé Aquarel, Acqua Panna, Perrier, Quézac, S. Pellegrino, ...

***Pour en savoir plus : [www.vittel.com](http://www.vittel.com)***

#### **Service de presse Vittel :**

VFC Relations Publiques

Tél : 01 47 57 67 77

Sophie Ravier – [sravier@vfc.fr](mailto:sravier@vfc.fr)

Caroline Chadal – [cchadal@vfc.fr](mailto:cchadal@vfc.fr)

#### **Contact Presse A.S.O.**

Christophe Marchadier

+33 6 07 02 42 17

[cmarchadier@aso.fr](mailto:cmarchadier@aso.fr)

Matthieu Desplats

+33 6 75 37 11 03

[mdesplats@aso.fr](mailto:mdesplats@aso.fr)