

Paris, le 19 juin 2006

## Capgemini - Biarritz Olympique Pays Basque, le succès d'un partenariat

Samedi 10 juin dernier au Stade de France, le Biarritz Olympique Pays Basque (BOPB) était sacré Champion de France de Rugby Top 14 2005/2006. Capgemini, partenaire principal du club rouge et blanc, félicite le Biarritz Olympique Pays Basque pour ce titre, conquis pour la deuxième année consécutive et pour la troisième fois en cinq ans.

« *Le sport est un phénomène universel et un puissant vecteur d'émotions. Le rugby rassemble une communauté de plus en plus large, et avec cette seconde victoire consécutive, le BOPB y joue un rôle de leader. Comme partenaire principal du club nous nous en félicitons* » indique Philippe Donche-Gay, Directeur Général de Capgemini France.

Initié en 1992 par Serge Kampf, président fondateur de Capgemini, ce partenariat entre le Champion de France de rugby 2005 et 2006 et l'entreprise française de Conseil et de Services Informatiques s'inscrit dans une dynamique de succès, en puisant ses sources dans la pérennité et la fidélité à ce club depuis 14 ans. Capgemini a toutes les raisons de se féliciter de son engagement dans le rugby : ce sport, deuxième le plus apprécié du public français et bénéficiant d'une exposition médiatique sans cesse croissante (plus de 300 heures de retransmissions), a prouvé par ses qualités d'engagement et de partage combien il était porteur d'une image forte et saine. La proximité de la Coupe du Monde de Rugby, organisée en France en 2007, renforce la pertinence qu'il y a à associer notre marque et le monde de l'ovalie.

Le rugby, expression privilégiée de la notion de solidarité dans le combat, connaît avec le jeu proposé par Biarritz un aboutissement exemplaire. « *Attentif aux valeurs de ce sport qui lui ressemble, Capgemini a mis en place une politique de sponsoring reflétant naturellement sa démarche de partenaire œuvrant dans la durée* » explique Philippe Grangeon, Directeur de la communication du Groupe Capgemini. Dans cet esprit, Capgemini a progressivement créé en interne une véritable plateforme de communication multi-canaux, générant un volume notable de contenus visuels et rédactionnels, eux-mêmes mis en œuvre dans une grande variété de supports imprimés, internet ou audiovisuels. « *L'objectif est de multiplier les points de visibilité pour la marque* » précise Philippe Grangeon.



Les statistiques du site internet du BOPB\* ([www.bo-pb.com](http://www.bo-pb.com)), créé, conçu et animé par Capgemini et élu ce jour meilleur site du rugby professionnel français par la Ligue Nationale de Rugby, de même que la diffusion de documents (notamment le magazine Vie Ovale, avec quatre parutions dans la saison) auprès des publics cibles de l'entreprise et des partenaires du BOPB, en témoignent. D'autre part, la presse et les médias se font largement l'écho de la notoriété du Biarritz Olympique Pays Basque, et par corollaire de Capgemini. Avec 29 matchs retransmis cette saison et une estimation de plus de 10 millions de spectateurs touchés, avec plus de 2500 articles dans la presse, le BOPB se situe dans le Top 3 des clubs français les plus médiatisés. Signalons par ailleurs que ce partenariat profite de la hausse de la fréquentation des stades de rugby dans notre pays (34% de spectateurs en plus sur l'ensemble de la saison). « *Aux succès d'image et de notoriété s'ajoute un succès relationnel indéniable, pour notre société, avec près de 2000 personnes invitées sur les deux dernières saisons, dont 70% de clients* » conclut Stéphane Roques, Directeur de la communication de Capgemini France.

\* 11,5 millions de pages vues ; 2,5 millions de visites ; plus de 500 000 visiteurs uniques distincts, 9 articles par jour sur la saison, près de 8 minutes de durée moyenne de connexion.

### À propos de Capgemini

Capgemini, un des leaders mondiaux du conseil, des services informatiques et de l'infogérance, a développé une façon unique de travailler avec ses clients, appelée «Collaborative Business Experience» et basée sur les capacités de dialogue et de collaboration que lui reconnaissent ses clients. Plus qu'une philosophie, le «Collaborative Business Experience» est un mode de travail qui renforce l'engagement de Capgemini vis-à-vis de ses clients. En définissant conjointement les objectifs, en mettant en place des processus simples et plus efficaces, en partageant les risques comme les expertises, en structurant des équipes communes, Capgemini aide les entreprises à mettre en place des stratégies de croissance, à développer leurs technologies et à prospérer. Capgemini a réalisé un chiffre d'affaires 2005 de 6 954 millions d'euros et emploie environ 61 000 personnes dans le monde.

### Contacts Presse

Bermudes RP

**Fabrice Bidault**

01 41 10 42 90

[fbidault@bermudes-rp.com](mailto:fbidault@bermudes-rp.com)

Capgemini France

**Stéphane Roques, Directeur de la Communication**

01 49 67 40 66

[stephane.roques@capgemini.com](mailto:stephane.roques@capgemini.com)

