



Bordeaux Métropole recherche un nouveau partenaire pour le naming du Stade Atlantique

Bordeaux Métropole lance un appel à manifestation d'intérêt pour trouver le futur partenaire "namer" de son enceinte. Cette opportunité unique s'adresse aux entreprises souhaitant associer leur marque à un équipement d'exception, véritable levier de rayonnement. Elles pourront candidater du 16 septembre au 31 octobre.

Un équipement emblématique du grand sud-ouest

Inauguré en 2015, le Stade Atlantique s'est rapidement imposé comme un équipement structurant du grand sud-ouest. Conçu par les architectes suisses Herzog & de Meuron, il se distingue par une architecture épurée, plusieurs fois primée, une capacité modulable (42 115 places en configuration matchs, jusqu'à 55 000 spectateurs pour les concerts), et une intégration urbaine réussie.

Classé dans le top 6 des plus grands stades français, le Stade Atlantique a déjà accueilli les plus grands rendez-vous sportifs : UEFA Euro 2016, Coupe du Monde de Rugby 2023, tournoi olympique de football de Paris 2024, demi-finales du Top 14 (2015, 2019, 2024), ainsi que des concerts d'artistes nationaux et internationaux comme Ed Sheeran, Muse, The Weeknd, Indochine ou Céline Dion. Il est également le terrain de jeu des deux grands clubs locaux : le Football Club des Girondins de Bordeaux (football) et l'Union Bordeaux Bègles (rugby), qui attirent chaque saison des dizaines de milliers de passionnés.

Un atout de rayonnement pour les marques

Devenir le "partenaire naming" du Stade Atlantique, c'est l'occasion unique d'associer une marque à un équipement emblématique du grand sud-ouest. Le fort potentiel de visibilité du stade, sa fréquentation régulière et son ancrage territorial affirmé en font un support de naming particulièrement attractif.

Le partenaire bénéficiera d'une exposition durable et qualitative, aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur du stade, et sur tous les supports de communication officiels, incluant le site internet et les réseaux sociaux.

Ce rayonnement est renforcé par l'ambition d'une programmation forte. En plus des matchs réguliers du FCGB et de deux matchs de l'UBB pour la saison 2025-2026, plusieurs événements prestigieux sont d'ores et déjà confirmés :

- *France – Fidji (15 novembre 2025) et France – Angleterre féminin (27 mai 2026),*

- L'étape finale du circuit mondial du rugby à 7 en 2026, 2027 et 2028, faisant du Stade Atlantique un véritable ambassadeur d'un format spectaculaire qui a conquis le public lors des Jeux Olympiques de Paris 2024
- Le retour des demi-finales du Top 14 en 2027.
- Et encore de nombreux événements à venir...

Modalités de la candidature et processus de sélection

Cet appel à manifestation d'intérêt s'adresse aux marques désireuses de soumettre un projet à la hauteur des ambitions du stade et de la Métropole. Tous les détails concernant le calendrier et la procédure de sélection sont disponibles sur le site internet de Bordeaux Métropole. Les marques intéressées sont invitées à transmettre leur candidature avant le 31 octobre 2025 12h à l'adresse : entreprise@stade-atlantique.fr

Avec ce naming, Bordeaux Métropole souhaite construire un partenariat fort et durable avec une marque désireuse d'associer son identité à un équipement iconique.

Contacts presse

Bordeaux Métropole :

- Virginie Bougant, 06 27 52 48 69 vi.bougant@bordeaux-metropole.fr
- Margot Pinsolles, 06 61 80 61 23 m.pinsolles@bordeaux-metropole.fr

Stade Atlantique :

- Elisa Leroy, 06 15 21 70 81 el.leroy@stade-atlantique.fr