

## SPORSORA DÉVOILE SON PROGRAMME POUR 2022

### Des nouveautés et des approches au cœur du secteur

SPORSORA, l'Organisation référente pour penser et influencer le développement de l'économie du sport, a présenté son programme 2022, à l'occasion de sa conférence de rentrée, depuis les studios de l'agence WIN-WIN, en live digital sur BE SPORT. Après une année 2021 charnière entre distanciel et présentiel, l'année 2022 s'annonce pleine de nouveautés : nouveaux collèges, nouveaux contenus et approches toujours au plus proche des tendances. SPORSORA continuera d'œuvrer pour défendre les intérêts et le développement du secteur.

Retrouvez le replay de la conférence en [cliquant ici](#).



**Olivier Dulac, Président de SPORSORA :** « *Souhaitons au sport que la pratique et les événements sportifs redeviennent le plus normal et le plus durable possible. Les mesures que nous avons défendues autour des jauges et du retour des spectateurs dans les enceintes sportives ont portées leur fruit. En 2021, SPORSORA a développé de nombreuses activités et en a transformé beaucoup. Le panorama que nous vous réservons en 2022 est rythmé par 3 temps forts : les Trophées SPORSORA du Marketing Sportif en avril, l'Assemblée Générale Élective en juin et la traditionnelle Garden Party en septembre. Nous avons hâte de tous vous retrouver pour continuer à œuvrer pour les intérêts et le développement de l'économie du Sport.* »

**Magali Tézenas du Montcel, Déléguée Générale de SPORSORA :** « *Nous proposons à nos adhérents un programme riche et varié, toujours plus proche de nos membres, de nos collègues, de nos commissions et basé sur les tendances issues du Guide des agences et prestataires. De nouveaux rendez-vous tels que « L'Observatoire des médias », des Rendez-Vous Débats « Les fonds investissent le sport », ou encore « NFT, Fan Token, Crypto », plus que jamais en lien avec notre cœur d'activité et des enjeux du marché, sont également au programme. Et l'influence et le networking auront bien sûr toujours toute leur place.* »

## Programme SPORSORA 2022

Retrouvez [les grands rendez-vous 2022](#) proposés par SPORSORA avec notamment :

- **NEW** - 5 février : [SMART SPORT](#) sur B SMART, l'émission TV dédiée à l'économie du sport
- **NEW** - 29 mars : L'Observatoire SPORT et MEDIA dans le cadre du SPORTEM
- **NEW** - 7 avril : première session de la [SPORSORACADEMIE](#)
- **ÉVÉNEMENT** - 19 avril : 18<sup>e</sup> édition des [Trophées SPORSORA](#) aux Folies Bergères
- **RDV Débats** - 10 ou 12 mai : « Les fonds investissent le sport »
- **RDV Débats** - 2 juin : « NFT, Fan Token, Crypto : plongée dans la nouvelle lubie du sport »
- **RDV Débats** - 12 juillet : « Esport »
- **Observatoire** - Octobre : Observatoire du Naming
- **Observatoire** - Novembre : Observatoire des GESI dans le cadre d'HEAVENT PARIS

## Retour sur les tendances du marché

Identifiées dans la 3<sup>e</sup> édition du [Guide des agences & prestataires](#)

- **Les réseaux sociaux et les nouvelles interactions avec le public** : tendance la plus installée due à la digitalisation des interactions entre les acteurs du sport et les fans. Couplée à une éditorialisation des contenus partagés, elle permet aux détenteurs de droits de développer leur écosystème marketing et économique.
- **E-commerce et social commerce** : tendance au plus fort potentiel économique. Elle est liée à la forte augmentation des intentions d'achat en développées en ligne. Cette tendance pousse les acteurs du sport à optimiser leur politique de merchandising pour récolter de la data et compléter leur politique commerciale globale.
- **Contenu interactif, streaming et l'éclatement des modèles de diffusion** : les nouveaux comportements des fans et l'émergence de nouvelles technologies sont en train de transformer la manière dont le sport est diffusé et consommé. Les détenteurs de droits et marques doivent s'engager dans une stratégie plus directe envers leurs fans et clients pour les satisfaire.
- **Marketing inclusif, durable, de contenu, de sens... bref, marketing sportif** : tendance la plus discutée tant la RSE est au cœur des enjeux d'entreprises. Les marques sont très impliquées et le sport est une valeur cardinale qui rassemble autour de ces problématiques (égalité des chances, inclusion, environnement, citoyenneté...).
- **Les fonds investissent le sport** : tendance la plus symptomatique de notre époque parce qu'elle répond aux enjeux de performances économiques. Les raisons sont multiples (faible financiarisation du sport français, manques de capitaux, effets de la crise, liquidités abondantes sur les marchés...). L'idée est de concurrencer les entreprises de divertissement pour faire progresser le "produit" sport.
- **L'avènement du virtuel poussé par la technologie** : la relation aux organisations s'est dématérialisée en raison des contraintes entourant la distanciation sociale. La technologie a permis d'en dépasser certaines avec l'apparition de nouvelles solutions (incrustation virtuelle) et de nouveaux outils (NFT, crypto...).

- **Les sportifs-ambassadeurs-investisseurs** : les athlètes investissent de plus en plus dans le sport et les technologies ce qui amplifie leur prise de parole et la rend plus impactante. Cette tendance s'accompagne de l'émergence de nouveaux acteurs spécialisés.

## Paroles d'experts qui reviennent sur deux tendances

**Charles Kremer, CEO de The Blockchain Group, sur l'avènement du virtuel poussé par la technologie** : « La technologie blockchain et plus généralement le web3 va favoriser la digitalisation et l'échange de toute forme de valeur sans tiers de confiance. Le sport, comme l'art ou le luxe actuellement, fait partie des secteurs dont la valeur est fortement corrélée à l'image de marque et la relation avec son écosystème. C'est précisément cette relation entre le client, le fan de sport ou l'amateur d'art que web3 va révolutionner, à travers un rôle plus prépondérant et une plus grande inclusivité de ces derniers dans la création et la gestion de la valeur de ces marques. »

Après une formation ingénieur, Charles Kremer entame sa carrière au sein de PSA puis de Thales Avionics avant de rejoindre The Blockchain Xdev en 2019 et d'en devenir son CEO. The Blockchain Xdev est une société de services et de technologie blockchain spécialisée dans l'accompagnement de clients de tous secteurs.

**Arthur Bernard, Fondateur et General Partner de l'Athletico Ventures, sur les sportifs-ambassadeurs-investisseurs** : « Les athlètes ont un "unfair advantage" pour investir dans les start-ups et nous les aidons à utiliser cet avantage du mieux possible. Aux Etats-Unis, cela fait plus de 20 ans que cette tendance des athlètes qui investissent dans des start-ups existe et elle s'est accélérée depuis 10 ans (NBA, Tennis, NFL). Quand j'ai commencé à réfléchir au sujet pour l'Europe, il y a 5-6 ans, le marché n'était pas prêt ni côté athlète, ni côté levées de fonds. Aujourd'hui nous pensons que les conditions sont réunies pour que la tendance s'accélère aussi en Europe. Il y a trois grandes verticales qui intéressent aujourd'hui les athlètes : consumer, impact (dont éducation, santé, écologie, futur de l'alimentation) et sports & médias. »

Arthur Bernard, Fondateur et General Partner de l'Athletico Ventures, a plus de 15 ans d'expérience réussie dans l'industrie du sport et des médias dans des fonctions de stratégie, d'investissement, d'exploitation et d'innovation. Athletico Ventures est la première entité européenne qui aide des athlètes de haut niveau à investir dans les start-ups les plus prometteuses, aux côtés d'investisseurs de premier plan.

**Retrouvez le replay de la conférence SPORSORA en [clicquant ici](#)**

## À PROPOS DE SPORSORA

SPORSORA est l'Organisation référente pour penser et influencer le développement de l'économie du sport grâce à une convergence d'expertises, l'influence d'un collectif et un réseau engagé. Créée en 1994, SPORSORA regroupe plus de 230 membres (annonceurs, agences, détenteurs de droits, médias, instituts d'études et de formations...) et fédère un réseau de plus de 1 200 professionnels qui se rencontrent lors des nombreux événements organisés, échangent lors des workshops, des collèges et commissions, bénéficient de services et agissent dans l'intérêt général. [sporsora.com](http://sporsora.com)