
1^{ère} ÉDITION DE L'OBSERVATOIRE DES GESI

SPORSORA réunit les experts et propose un état des lieux des Grands Evénements Sportifs Internationaux

SPORSORA, l'Organisation référente pour penser et influencer le développement de l'économie du sport, a réuni mercredi dernier sur la plateforme BeSport, un plateau de qualité pour la 1^{ère} édition de l'Observatoire des GESI (Grands Événements Sportifs Internationaux). Cette initiative, dans la continuité de la création de la Commission GESI SPORSORA, a été l'occasion d'informer le secteur sur des éléments très concrets et d'identifier des opportunités business autour de ces GESI, ainsi que de recueillir les témoignages des événements qui ont été maintenus et/ou ont changé de modèles.

Lien pour accéder au replay de l'émission : [ici](#)

Lien confidentiel, merci de ne pas partager ni diffuser publiquement ce contenu

Magali Tézenas du Montcel, Déléguée Générale SPORSORA : « *Ce projet correspond à la mission de SPORSORA de penser et influencer le développement de l'économie du sport. Nous rassemblons tous les détenteurs de droits et organisateurs de ces grands événements mais aussi leurs agences, prestataires et partenaires.*

Par le biais de cet observatoire et de notre commission GESI, nous souhaitons partager les bonnes pratiques, créer les conditions favorables aux opportunités business ainsi créer des espaces de concertation entre les GESI afin d'en comprendre les enjeux et aboutir à une préparation optimale. En cette période de crise sanitaire, il nous a paru aussi pertinent de mettre en avant les innovations mises en place et qui peuvent se pérenniser en créant de la valeur pour les événements et leurs partenaires. »

Lucien Boyer, Co-fondateur de Global Sports Week et d'Inspiring Sport Capital et Chairman de Fnatic : « *les GESI ont une vocation à stimuler l'économie du sport notamment avec les grandes échéances qui arrivent. Nous avons cette opportunité en France de saisir ces occasions, en profitant aussi de l'expérience que nous avons de tout événement de nature internationale afin de tirer un maximum de profit de ces rendez-vous. Avec SPORSORA, nous œuvrons dans une démarche constructive et positive en nous préparant à ces grands événements et en aidant à la relance. »*

Paris 2024 : transformer l'espoir en réalité

Le secteur attend que les acteurs majeurs mobilisent les compétences du secteur pour une organisation parfaite. Comment la situation actuelle a influencé les road maps, quels sont les enjeux, le calendrier, les appels d'offre et autres opportunités pour le secteur ?

Etienne Thobois, Directeur Général, Paris 2024 : « *Pour Paris 2024, cette crise est un challenge. Le sport international, professionnel et amateur est face à cette situation d'adaptation. Nous devons déjà tirer des leçons pour être plus efficace et adapter les niveaux de service avec nos*

partenaires et le CIO. Nous irons à Tokyo en 2021 pour observer et apprendre avant d'entrer dans une phase plus opérationnelle du projet.

Le sport est important pour les français et les Jeux de Paris 2024 sont une lumière au bout du tunnel. Les français y sont attachés. Avec Paris 2024, nous soutenons le mouvement sportif, avec les clubs et les fédérations, pour créer un nouvel élan mais aussi contribuer à la relance économique du pays. Autour des Jeux, nous devons dynamiser l'écosystème et l'industrie du sport. C'est une volonté partagée par tous les acteurs. Pour cela, nous avons créé deux plateformes, une avec le MEDEF et une pour les entreprises de l'ESS, pour informer sur les marchés en cours. A ce jour, 60% de nos marchés ont été attribués à des TPE/PME françaises. Et nous avons établi une stratégie responsable des achats qui s'articule autour de l'économie circulaire, l'environnement, l'innovation sociale, l'inclusion et la création de valeur sur notre territoire. »

Les perspectives à l'international : présentation du GIE France Sport Expertise

Claude Revel, Présidente, GIE France Sport Expertise : « Ce GIE privé est composé de 24 entreprises membres qui ont toutes en commun d'avoir une expertise reconnue. Il vise à développer le positionnement de ses entreprises vis-à-vis des donneurs d'ordre domestiques et internationaux de l'économie du sport, des grands événements sportifs internationaux, des marchés des fédérations sportives, des marchés des infrastructures sportives en proposant des solutions utiles face aux défis environnementaux et sociétaux. La crise sanitaire et économique, doit nous servir à montrer que le sport est un besoin collectif, économique et social. »

UTMB : un modèle 100% réinventé

Retour sur l'initiative digitale et solidaire « UTMB For The Planet ». Quelle est la genèse de cette transformation. Quels résultats ? Quelles opportunités créées et qui seront conservées à l'avenir ?

Antoine Aubour, Marketing, Communication & Media Director, UTMB Group : « Nous avons dû annuler l'édition 2020 de l'UTMB Mont-Blanc le 20 mai 2020. Il a fallu réagir. Nous nous sommes projetés rapidement dans un projet virtuel et solidaire autour de la marque UTMB. Nous avons lancé « UTMB For The Planet » le 20 juillet 2020 : une initiative qui permettait grâce à une plateforme digitale que nous avons développée in house de remonter et comparer les performances des coureurs internationaux inscrits à nos divers challenges. Un modèle hybride (course physique et plateforme virtuelle), 100% gratuit, avec sensibilisation systématique à la cause environnementale et invitation à faire un don à la WWF. Nous avons recensé des coureurs issus de plus de 100 pays et permis de lever 45 000 euros au profit de la WWF.

C'est une année très difficile économiquement pour le Groupe ; néanmoins, nous avons su rebondir en développant ce software qui va désormais nous permettre d'apporter une solution clé en main aux événements en cas d'impact majeur sur la tenue de leurs courses : annulation, report, jauges limitées, etc. De manière plus pérenne, cet outil leur permettra d'aller conquérir de nouvelles typologies de coureurs, sur de nouveaux territoires, et d'animer leurs communautés tout au long de l'année, où qu'elles soient à travers le Monde. »

Le Tour de France et Roland Garros : résilience et révision de la copie face à la crise

Quelles modifications majeures apportées à ces deux événements ? Comment se sont adaptées les différentes parties prenantes ? Quelles opportunités et innovations à garder ?

Florian Vuillaume, Responsable du pôle organisation Cyclisme, ASO : « La première décision en mars a été de reporter le Tour de France à une date la plus raisonnable pour maintenir l'écosystème du cyclisme et son activité. Notre Direction a reçu le soutien des élus, des partenaires et de l'État grâce un à travail méthodique de réduction des risques. L'écho médiatique de l'événement, même au mois de septembre, a été un véritable succès.

Nous sommes capables aujourd'hui de nous adapter, de réduire notre fonctionnement global pour livrer un événement plus responsable. La covid-19 a été un accélérateur vers cette transition, mais aussi vers la digitalisation de la Grande Boucle avec la création du Tour de France Virtuel : une 1^{ère} édition qui nous a permis d'occuper le mois de juillet, de toucher une cible plus féminine et d'offrir une visibilité supplémentaire à nos partenaires. À nous désormais de transformer l'essai et pérenniser ses innovations à l'avenir. »

Stéphane Morel, Directeur Général Adjoint, FF Tennis : « Nous avons dû nous adapter. La jauge de spectateurs est passée à 1 000 à 48 heures de l'événement. Nous nous sommes donc encore concentrés davantage sur nos millions de fans devant leurs écrans en leur faisant profiter des images de notre nouveau Court Central Philippe Chatrier avec son toit finalement très utile en cette période automnale, nos 12 courts éclairés rendant notamment possible la diffusion de matches en prime time, en amont des sessions de soirée officielles en 2021. Au-delà de nos autres innovations technologiques (vidéo 5G, images 360, studio virtuel pour des interviews à l'international), les joueurs et joueuses nous ont surtout permis de faire rayonner le Tournoi dans le monde entier. Nous avons également accordé une importance particulière à nos partenaires en adaptant nos contrats en fonction des bénéfices marketing délivrés et avons notamment travaillé avec eux sur l'ensemble de nos communautés avec de nouvelles initiatives digitales, solidaires et responsables (RG eSeries by BNP Paribas, label #RGensemble). Toutefois la dimension physique représente une vraie valeur ajoutée pour notre Tournoi et nous espérons accueillir l'an prochain l'ensemble de nos clients, partenaires et média dans les meilleures conditions possibles. »

Au coeur de l'actualité : le Vendée Globe

Comment s'est co-construite cette 9^{ème} édition avec l'ensemble des skippers et des teams ? Quelles adaptations et innovations ont été mises en œuvre ? Avec quel impact ?

Laura Le Goff, Directrice Générale, Vendée Globe : « Depuis mars dernier, nous sommes passés par toutes les étapes. Nous avons beaucoup d'incertitudes mais l'espoir de pouvoir tenir l'événement, de par le concept même, permettait d'assurer la sécurité sanitaire des marins en mer. La problématique concernait les conditions d'accueil du public. Nous avons travaillé en concertation avec nos partenaires, les skippers et la DIGES et une relation de confiance s'est créée pour maintenir l'événement. Les innovations se sont imposées à nous dans le respect d'un protocole strict, renforcé dès l'annonce du huis clos. Cela a très bien fonctionné. Le départ a fait sensation. Les chiffres de cette édition sont remarquables : plus de 4 millions de téléspectateurs avec un pic sur France TV à 2,7 millions. Le volume de diffusion est en hausse également et largement repris à l'international. Le Vendée Globe était attendu. C'est un vrai bol d'air pour tout le monde. »

Le rôle de Délégation Interministérielle aux Grands Événements Sportifs

Qu'est-ce que la DIGES ? Comment ses fonctions ont-elles évolué en temps de la Covid-19, en accompagnant les GESI entre exigences sanitaires et livraison d'événements ?

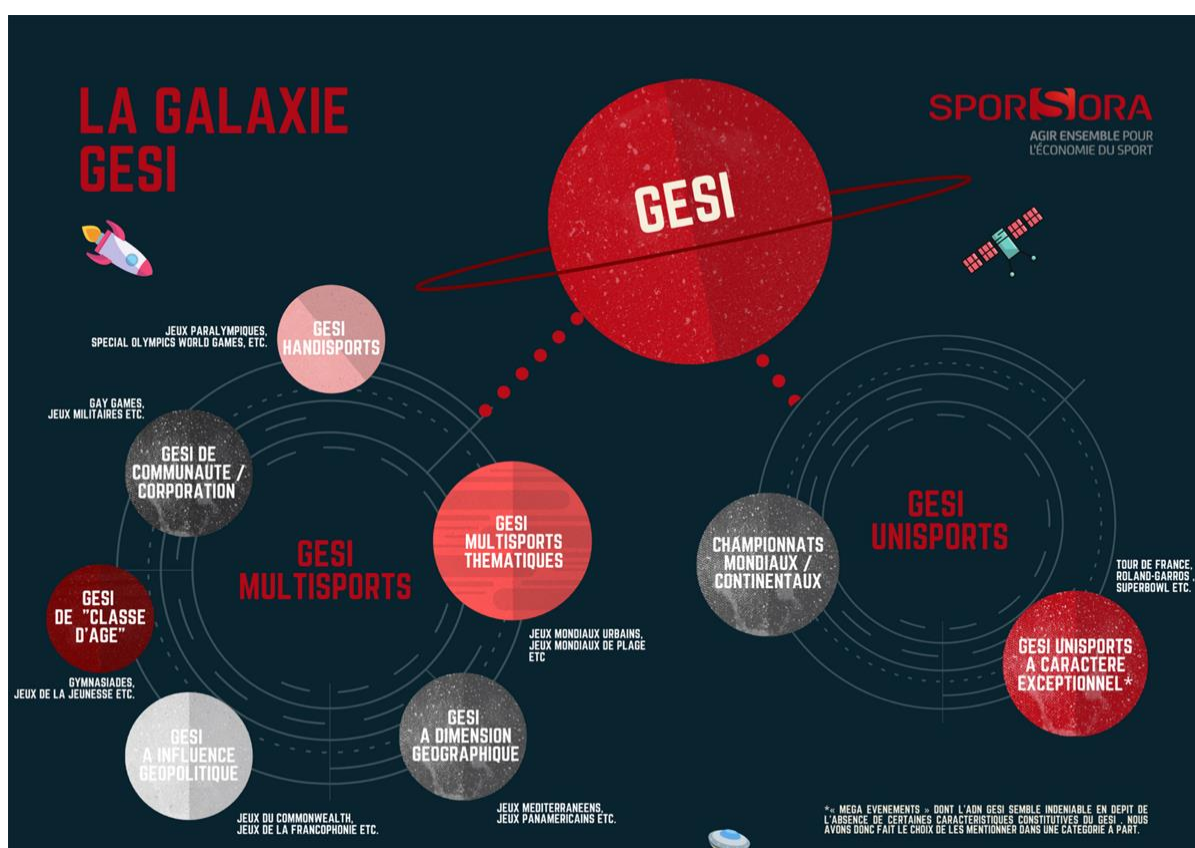
Karim Herida, Adjoint au Délégué Interministériel aux Grands Événements Sportifs, DIGES :

« Cette délégation a été créée en 2006 et assure une fonction d'appui, de coordination, de soutien et d'évaluation auprès des organisateurs de GESI. Elle est au carrefour du lien entre les acteurs et imagine avec eux de nouvelles solutions face aux défis considérables que nous impose la crise sanitaire. Innover, se réinventer dans nos approches, au plus près des acteurs en mobilisant tous les services de l'Etat au plan national comme territorial avec la perspective d'accompagner les acteurs à livrer les événements dans les plus hauts standards d'organisation, cela reste l'objectif majeur de la DIGES. »

Lien pour accéder au replay de l'émission : [ici](#)

Lien confidentiel, merci de ne pas partager ni diffuser publiquement ce contenu

Retrouvez également l'approche cartographique des GESI, réalisée par le LAB' Sporsora et la Commission des GESI, pour identifier et représenter l'ensemble des événements concernés : [découvrir la définition et la cartographie des GESI](#)



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. www.sporsora.com