

15^e édition des Trophées SPORSORA du Marketing Sportif *Le football et les grandes tendances du sport business à l'honneur*

SPORSORA, l'organisation référente pour penser et influencer le développement de l'économie du sport, a récompensé ce lundi Salle Gaveau, les acteurs du marketing sportif français qui se sont illustrés par leur engagement, leur créativité et leur innovation en 2018. Cette cérémonie, présidée par Nathalie Boy de La Tour, Présidente de la Ligue de Football Professionnel (LFP) et présidente du Comité d'experts de cette 15^{ème} édition, a particulièrement mis à l'honneur les acteurs du football avec CONFORAMA (Sponsor de l'année), HYUNDAI (Activation) et le STADE DE REIMS (Spot publicitaire). Parmi les autres lauréats, HURRICANE GROUP (Stratégie d'un détenteur de droits), VOGO (Startup) et MÉCÉNAT CHIRURGIE CARDIAQUE (Coup de cœur) complètent le palmarès. Pascal GRIZOT, président du Comité Ryder Cup 2018 est élu « Personnalité de l'année ».



Nathalie Boy de La Tour, Présidente du Comité d'experts des 15^{es} Trophées SPORSORA du Marketing Sportif, Présidente de la Ligue de Football Professionnel (LFP) : « *La richesse et la qualité des dossiers présentés ont conduit à effectuer des choix pas toujours faciles. Ceci illustre la vitalité du sport français. Nous pouvons être fiers de l'ensemble des projets présentés et mis en valeurs par les Trophées SPORSORA.* »

Olivier Dulac, Président de SPORSORA : « *Cela fait 15 ans que le succès des Trophées SPORSORA ne s'est jamais démenti et cette édition en est la preuve éclatante. Je tiens à remercier tous les candidats pour la très grande qualité des dossiers présentés.* »

Magali Tézenas du Montcel, Déléguée Générale de SPORSORA : « *Ce palmarès montre une nouvelle fois le dynamisme des acteurs de l'économie du sport. Il illustre parfaitement les tendances identifiées par les agences et prestataires dans le cadre du guide SPORSORA « Qui sont les experts du sport business ? » : la naming, la relation entre le sport et le divertissement, l'émergence de nouveaux sports et pratiques, la place de la RSE ou encore l'ouverture à l'international.* »

LE PALMARÈS DÉTAILLÉ

SPONSOR DE L'ANNÉE : cette catégorie couronne l'annonceur qui a réussi à développer le partenariat le plus en phase avec ses objectifs stratégiques ou tactiques. L'approche primée sera la plus créative, la plus transversale, la plus aboutie, la plus responsable et la plus respectueuse des valeurs de l'organisation sportive ou de l'athlète.

TROPHEE OR : Conforama – La Ligue 1 Conforama

TROPHÉE D'ARGENT : Orange – Orange, passeur d'émotions

TROPHÉE DE BRONZE : Coca-Cola – Tous rassemblés autour des bleus

Pour re-dynamiser sa marque, Conforama a souhaité marquer les esprits et créer la surprise en devenant partenaire-titre de la Ligue 1. L'enseigne s'est positionnée comme « Equipementier officiel des supporters » et active son partenariat autour de 3 leviers complémentaires : les droits de la LFP au national, les droits avec 15 Clubs au local et un éco-système digital « Conforama FC » sur Twitter, Facebook et Instagram.



Alice Chapuzet, Responsable marketing, influence et partenariats CONFORAMA :

« C'est le fruit d'un travail d'équipe avec la LFP, les clubs et les équipes internes Conforama. Ce prix SPORSORA récompense notre partenariat titre et l'ensemble du dispositif d'activations national, local et digital que nous menons. »

TENDANCE ISSUE DU GUIDE SPORSORA DES AGENCES ET PRESTATAIRES : LE DÉVELOPPEMENT DU NAMING EN FRANCE - Nouvelles sources de revenus pour les détenteurs de droits, nouvelles techniques de communication pour les marques et opportunités à transformer pour les médias, le naming devient une tendance forte du développement de l'économie du sport en France.

LE PALMARÈS DÉTAILLÉ

ACTIVATION : cette catégorie récompense aussi bien un média, un annonceur, un détenteur de droits ou un prestataire qui aura su développer une activation media ou hors media, un contenu éditorial original et impactant, une plateforme technologiquement innovante, un service ou un produit original en lien avec un événement sportif, une actualité, une pratique ou un(e) sportif(ve).

TROPHEE OR : Hyundai – Accélérateur Hyundai

TROPHÉE D'ARGENT : PMU – Petit Poucet PMU

TROPHÉE DE BRONZE : FDJ – Tour de Chance

Hyundai, Partenaire Premium de l'OL enrichit son dispositif #HyundaiExperience avec « l'Accélérateur by Hyundai ». Pour chaque match à domicile de l'Olympique Lyonnais, Hyundai propose aux fans présents au stade une course de voiture digitale sur l'application mobile du Groupama Stadium. Tous les fans du public peuvent y participer pour tenter d'assister à la rencontre sur les sièges d'exception Hyundai placés en bord terrain. La course est retransmise en direct sur les écrans géants du stade. C'est la première expérience digitale en live dans un stade en Europe avec les fans !



Vincent Bernard, Directeur Marketing et Communication Hyundai :

« Partenaire de l'Olympique Lyonnais depuis 7 ans, ce prix SPORSORA récompense une volonté d'enrichir l'expérience fans en proposant des dispositifs innovants et créatifs. Nous sommes ravis de partager cette récompense avec les équipes de Lagardère Sports and Entertainment . »

TENDANCE ISSUE DU GUIDE SPORSORA DES AGENCES ET PRESTATAIRES : LE LIEN NATUREL ENTRE SPORT ET DIVERTISSEMENT - En complément de l'événement sportif, l'entertainment devient une proposition quasiment aussi importante que le match en lui-même. C'est l'avènement du lifestyle, de la fan experience et du sportainment. L'objectif étant d'attirer de nouveaux publics notamment plus jeunes, plus familiaux et plus connectés.

LE PALMARÈS DÉTAILLÉ

STRATEGIE D'UN DETENTEUR DE DROITS : cette catégorie récompense le sportif ou l'organisation sportive, privée ou publique, qui a déployé la stratégie marketing la plus créative, la plus aboutie, la plus responsable et la plus efficiente pour se démarquer et développer un ou plusieurs de ses marchés (ex : pratiquants, licenciés, spectateurs, sponsors, clubs, collectivités territoriales, médias etc.).

TROPHÉE OR : Hurricane Group – Le FISE Hiroshima, un tremplin pour les sports urbains

TROPHÉE D'ARGENT : UTMB® – Stratégie média d'un évènement outdoor international

TROPHÉE DE BRONZE : Fédération Française d'Athlétisme – L'athlétisme français en mouvement pour 2024

Propriétaire de la marque FISE (Festival International des Sports Extrêmes), Hurricane Group s'appuie sur une stratégie à l'international pour contribuer au développement des sports urbains. En 2018, le groupe a signé un contrat de 5 ans avec la ville d'Hiroshima au Japon pour y organiser une étape des Fise World Series, un évènement qui rassemble les meilleurs athlètes internationaux en BMX freestyle park, BMX freestyle flat, Roller freestyle, Parkour, Breakdance, Escalade et Skateboard. A l'occasion de la Fise World Series, cinq coupes du monde sont organisées.



Hervé André-Benoît, Directeur Général du FISE : « Depuis 23 ans, nous travaillons pour donner plus de popularité et de professionnalisme à ces sports urbains et outdoor. Faire voir, rendre accessible, structurer les pratiques sans dénaturer l'esprit de liberté sont des enjeux qui nous tiennent à cœur. On espère que Tokyo 2020 va contribuer à convaincre le secteur privé et à créer une véritable économie autour de ces sports. »

TENDANCE ISSUE DU GUIDE SPORSORA DES AGENCES ET PRESTATAIRES : L'ÉMERGENCE DE NOUVEAUX SPORTS ET PRATIQUES - Les mutations sociétales, comportementales et technologiques sont à l'origine d'une tendance de fond qui fait évoluer les pratiques sportives. Pratiques outdoor, recherche de bien-être, développement du e-sport et goût pour les sports de combat sont des illustrations de l'émergence de ces nouvelles pratiques.

LE PALMARES DÉTAILLÉ

SPOT PUBLICITAIRE : cette catégorie récompense le sportif ou l'organisation sportive, privée ou publique, qui a déployé la stratégie marketing la plus créative, la plus aboutie, la plus responsable et la plus efficiente pour se démarquer et développer un ou plusieurs de ses marchés (ex : pratiquants, licenciés, spectateurs, sponsors, clubs, collectivités territoriales, médias etc.).

TROPHEE OR : **Stade de Reims** – De la Domino's Ligue 2 à la Ligue 1 Conforama

TROPHÉE D'ARGENT : **Fédération Française de Football** – Fier d'être bleus

TROPHÉE DE BRONZE : **Société Générale** – Terrain Favorable



Mathieu Lacour, Directeur Général du Stade de Reims : « Je tiens à féliciter les équipes qui font preuve de beaucoup de créativité pour répondre à des contraintes budgétaires mais aussi aux attentes que l'on peut avoir d'un club qui a une histoire forte, souhaite s'ancre dans le présent et se construire un bel avenir. C'est important d'investir sur le sportif mais aussi sur les structures pour se doter de fondations stables et limiter l'impact de l'aléa sportif. »

START UP : cette catégorie récompense la startup française qui aura su développer la solution la plus innovante et la réponse la plus adaptée aux besoins du secteur. Seront valorisés la créativité, la simplicité de mise en œuvre, l'efficacité de la réponse apportée et son potentiel de réussite.

TROPHEE OR : VOGO – Proposez une expérience Live & Replay au cœur de votre événement

TROPHÉE D'ARGENT : **AIR PRINT** – Le terrain comme support de communication éco-responsable

TROPHÉE DE BRONZE : WINEVEN – Wineven Connect



Christophe Carniel, Co-fondateur, Président de VOGO :

« VOGO enrichit le spectacle sportif en permettant aux spectateurs d'avoir le replay sur leur téléphone. En 3 ans, plus de 1 000 événements ont été couverts dans 20 disciplines sur 4 continents. Une forte croissance qui a permis une introduction en bourse. Aujourd'hui nous souhaitons accroître notre développement à l'international notamment aux Etats-Unis et élargir les fonctionnalités des produits. »

LE PALMARES DÉTAILLÉ

PERSONNALITÉ DE L'ANNÉE : Pascal Grizot, président du Comité Ryder Cup 2018



Pascal Grizot, président du Comité Ryder Cup 2018 : « Je suis très fier et très heureux de partager ce prix SPORSORA avec tous ceux qui ont permis de faire le succès de cette Ryder Cup : les équipes de la Fédération Française de Golf et de l'European Tour, les partenaires mais aussi les licenciés qui grâce à leur soutien financier ont permis l'organisation de ce bel événement. »

TENDANCE ISSUE DU GUIDE SPORSORA DES AGENCES ET PRESTATAIRES : L'OUVERTURE À L'INTERNATIONAL - A l'instar d'autres secteurs économiques, le marché du sport business s'internationalise, grâce aux grands événements internationaux organisés en France comme la Ryder Cup. Le savoir-faire tricolore s'expose et s'exporte.

COUP DE CŒUR DU COMITÉ D'EXPERTS : Mécénat Chirurgie Cardiaque



Orso Chétochine, Directeur de Mécénat Chirurgie Cardiaque : « 3 300 enfants ont été opérés grâce à l'association dont un tiers grâce à notre présence sur les événements sportifs parmi lesquels le Marathon de Paris, les 24 Heures du Mans, le Tour de France, ou encore les matchs de football...Le sport ça change leur vie. »

TENDANCE ISSUE DU GUIDE SPORSORA DES AGENCES ET PRESTATAIRES : LA PLACE DE LA RSE - Le sport par nature a un rôle social et sociétal important et il est de la responsabilité des acteurs du sport, organisateurs, fédérations sportives et sponsors de s'engager dans cette voie. Il a aujourd'hui une véritable prise en compte de ces enjeux par l'ensemble des parties prenantes.

LE COMITÉ D'EXPERTS DES 15^{ES} TROPHÉES SPORSORA DU MARKETING SPORTIF

Présidé par **Nathalie Boy de La Tour, Présidente de la Ligue de Football Professionnel (LFP)**, le comité d'experts s'est réuni le 14 janvier au siège de l'Agence France Presse (AFP) pour désigner les nommés des cinq catégories ainsi que la « Personnalité de l'année » et un « Coup de cœur ».

La composition du comité d'experts :

- **Michael BARDES**, *Co-founder & Development Director - La Centrale du Sport*
- **Gilbert BRISBOIS**, *Rédacteur en chef - RMC Sport*
- **Amel BOUZOURA**, *Responsable des engagements sports - FDJ*
- **Vincent-Baptiste CLOSON**, *Head of International Sponsoring - BNP PARIBAS*
- **Laurence DELAVAL**, *Directrice Commerciale France - AFP*
- **Laurence DES ROTOURS**, *Directrice Générale Adjointe - NextRégie*
- **Estelle ELBOURG GRAVA**, *Communication Officer - Willa*
- **Jean-Pierre FEUILLAN**, *Vice-Président - FF Handball*
- **Laurence FISCHER**, *Fondatrice - Fight for Dignity*
- **Sylvain FRÉNOI**, *CEO - ON L'AGENCE*
- **Antoine HAINCOURT**, *Head of MSc in SIM - EM LYON*
- **Mathias ICARD**, *Directeur des ventes - AS Monaco*
- **Romain LACHENS**, *Directeur délégué à l'engagement - Paris 2024*
- **Marion MOISSONNIER**, *Responsable Événements - Nestlé Waters*
- **Lamyaa NADARI**, *Directrice Marketing - Allianz*
- **Souad ROCHDI**, *Directrice Générale - FF Athlétisme*
- **Léa RUBINSZTAJN**, *Responsable sponsoring sportif - LIDL*
- **Floriane SALGUES**, *Rédactrice en chef adjointe - Marketing Magazine*

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 220 entités membres (annonceurs, agences, détenteurs de droits, médias, instituts d'études et de formations..) et fédère un réseau de plus de 600 professionnels qui se rencontrent lors des nombreux événements organisés, échangent lors des workshops des collègues et commissions, bénéficient de services et agissent dans l'intérêt général.