

« Le marketing sportif face aux défis de l'innovation »

25 SEPTEMBRE 2014 AU MEDEF

Avec des organisations et des règles plus que centenaires, le sport est un des domaines d'activité qui incarne le plus la tradition. Parallèlement, l'évolution des technologies, des usages, mais aussi des moyens d'information et de diffusion, a fait du sport un terrain d'innovation et d'expérimentation privilégié. Innovation et expérimentation, deux enjeux majeurs qui composent d'ailleurs l'ADN du marketing sportif. Celui-ci cherche à se réinventer tous les jours dans les multiples pratiques qu'en font ses acteurs. Mais face à l'évolution de la « consommation » du sport par une opinion à la fois mondialisée, connectée et engagée, quelle posture les marques et les détenteurs de droits doivent-ils adopter ? Quels peuvent être les modèles économiques de demain ? Et pour quelle création de valeurs ?

Programme :

MATIN

8h30 : ACCUEIL & PETIT DÉJEUNER

9h00 : PROPOS INTRODUCTIFS

Vision et enjeux pour le sport de demain

- **Richard ATTIAS**, Président Fondateur, Richard Attias & Associates
- **Thierry BRAILLARD**, Secrétaire d'État aux Sports, auprès du ministre de la Ville, de la Jeunesse et des Sports
- **Laurent DAMIANI**, Président de SPORSORA
- **Geoffroy ROUX DE BEZIEUX**, Vice-président délégué du MEDEF

9h30 : REGARDS CROISÉS

L'innovation au cœur du développement économique

Modérateur : Carine Galli, journaliste Eurosport, L'Équipe 21, RMC

Dans un contexte de compétition internationale exacerbée – à la fois commerciale, financière mais aussi portant sur des éléments immatériels comme les images ou les données –, l'intelligence économique doit plus que jamais permettre d'anticiper les évolutions complexes. Grandes écoles, entreprises et institutions font de l'innovation l'un de leurs axes prioritaires de positionnement, de différenciation et de développement. Quelles sont les grandes tendances actuelles, les incontournables, les pièges ou erreurs à éviter ? De quelles bonnes pratiques le secteur du sport peut-il s'inspirer ?

- **Richard ATTIAS**, Président Fondateur, Richard Attias & Associates
- **Jean-Michel BLANQUER**, Directeur général, ESSEC
- **Marie GENESTE**, Directrice, Lagardère Innovation
- **Claude REVEL**, Déléguée Interministérielle à l'Intelligence Économique, D2IE

10h30 : TÉMOIGNAGES

Les sportifs, témoins ou acteurs de l'innovation ?

Modérateur : Jérôme Papin, Rédacteur en chef, responsable de l'antenne Eurosport France

L'innovation et ses nouveaux modèles économiques ne doivent pas faire oublier une composante essentielle du monde du sport : le sportif lui-même, l'humain. Quel regard les champions portent-ils sur les innovations dans le sport, que ce soit d'un point de vue technologique, réglementaire, médiatique ou lié à la performance ? En font-ils des leviers de développement, notamment en améliorant et en

optimisant leur préparation physique et mentale, leur matériel ou leur communication avec les fans et les médias ? Comment voient-ils l'évolution de leur discipline et son adaptation à un monde en perpétuel mouvement ?

- **Marion BARTOLI**, Vainqueur de Wimbledon 2013, Consultante
- **Astrid GUYART**, Fleurettiste olympique et Ingénieur aérospatial, Astrium EADS
- **Jérémy ROY**, Coureur cycliste de l'équipe FDJ.fr

11h15 : CONFÉRENCE 1

Sport spectacle et sport pratiqué, quelles innovations au bénéfice du consommateur, du fan et du pratiquant ?

Modérateur : Carine Galli, journaliste Eurosport, L'Équipe 21, RMC

L'innovation devance-t-elle les besoins ou les crée-t-elle ? Comment change-t-elle l'approche du sport par les médias, qui doivent faire face à une circulation de plus en plus rapide et plurielle de l'information ? Quels sont les impacts des différentes évolutions sur la consommation du sport dans les médias ? Quelles innovations les détenteurs de droits doivent-ils retenir pour créer de la valeur et enrichir l'expérience apportée aux spectateurs ? Comment être davantage attractif pour capter et interagir avec des fans de plus en plus sollicités et exigeants ? Quelles innovations les équipementiers doivent-ils développer afin de répondre aux nouveaux besoins des pratiquants, que ce soit en matière de produits ou de services ?

- **Vincent AMALVY**, Chef du service des Sports, AFP
- **Didier BARBÉ**, Vice-président marketing et communication, IBM France
- **Jérémy BOTTON**, Directeur général délégué, Fédération Française de Tennis
- **Virgile CAILLET**, Directeur, KantarSport
- **Guillaume DE MONPLANET**, Directeur de la marque, Adidas France
- **Xavier SPENDER**, Président Directeur général, L'Équipe 24/24

12h45 : DÉJEUNER / NETWORKING

APRÈS-MIDI

14h00 : GRANDS TÉMOINS

Comment le sport s'adapte-t-il aux enjeux économico-médiatiques ?

Modérateur : Lucien Boyer, PDG de Havas Sports & Entertainment

L'innovation est au cœur de l'évolution du paysage sportif international, des *business models* aux nouvelles pratiques. Comment les grandes institutions sportives prennent-elles en compte l'évolution des disciplines et de leurs pratiquants ? Comment, entre tradition et modernité, conserver l'âme des compétitions sportives tout en partant à la conquête de nouveaux territoires ? Comment intégrer les nouvelles technologies et les nouveaux modes de consommation du sport par les médias pour proposer aux fans des contenus toujours plus engageants et interactifs ? Quelles stratégies les grands groupes de médias internationaux mènent-ils aujourd'hui dans le monde du sport ?

- **Peter BAYER**, Managing Director, OSM/IMOCA Ocean Masters, CEO Youth Winter Olympics Innsbruck 2012
- **Chris HAYNES**, Director of External Affairs, Sky Sports/Team Sky

14h45 : CONFÉRENCE 2

Quel impact et quelles opportunités l'innovation génère-t-elle pour les événements sportifs et les marques ?

Modérateur : Carine Galli, journaliste Eurosport, L'Équipe 21, RMC

Entre tradition et innovation, quels sont les nouveaux modèles économiques d'un détenteur de droits ? Comment faire évoluer les événements sportifs pour qu'ils soient toujours plus proches de leurs fans et répondent aux stratégies des annonceurs ? Quelle posture les marques doivent-elles adopter dans cet univers mouvant ? Partenaires ou véritables acteurs du sport : quelle est aujourd'hui la place des sponsors ? En quoi sont-ils innovants et pour quel retour sur investissement ? Quels nouveaux leviers les marques actionnent-elles pour se rapprocher de leurs consommateurs ? Quelles passerelles relient-elles aujourd'hui sport virtuel et réel ?

- **Philippe CARDON**, Vice-Président Europe, PDG France Benelux, Sony Computer Entertainment
- **Alban DECHELOTTE**, Responsable des partenariats pour la région Europe Nord-Ouest, The Coca-Cola Company
- **Jean-François GRECO**, Directeur général adjoint, Intersport
- **Charles LANTIÉRI**, Directeur général délégué, FDJ
- **Baptiste KERN**, Directeur marketing et développement, Amaury Sport Organisation

16h00 : SYNTHÈSE ET CONCLUSION

Professeur associé à l'Université de Paris I La Sorbonne, Jean-Christophe GALLIEN tentera de décrypter les différents témoignages apportés tout au long de ces Assises pour dresser un panorama de l'innovation, créatrice de valeur et de richesse. Il analysera la posture que les détenteurs de droits et les marques doivent adopter face à une opinion mondialisée et hyper connectée, et les modèles économiques efficaces à l'avenir. Expert des relations entre sphère publique et société civile, il ouvrira le débat sur la place du sport dans l'avenir de notre pays.

- **Laurent DAMIANI**, Président de SPORSORA
- **Jean-Christophe GALLIEN**, Professeur associé, Université Paris I La Sorbonne

Liste complète des intervenants confirmés :

- **Vincent AMALVY**, Chef du service des Sports, AFP
- **Richard ATTIAS**, Président Fondateur, Richard Attias & Associates
- **Didier BARBÉ**, VP marketing et communication, IBM France
- **Marion BARTOLI**, Vainqueur de Wimbledon 2013, consultante
- **Peter BAYER**, Managing director, OSM/IMOCA Ocean Masters
- **Jean-Michel BLANQUER**, Directeur général, ESSEC
- **Jérémy BOTTON**, Directeur général délégué, Roland-Garros
- **Lucien BOYER**, Président Directeur Général, Havas Sports & Entertainment
- **Thierry BRAILLARD**, Secrétaire d'Etat aux Sports
- **Virgile CAILLET**, Directeur, KantarSport
- **Philippe CARDON**, Vice-président Europe, PDG France Benelux, Sony Computer Entertainment
- **Laurent DAMIANI**, Président, SPORSORA
- **Alban DECHELOTTE**, Responsable des partenariats pour la région Europe Nord-Ouest, The Coca-Cola Company
- **Guillaume DE MONPLANET**, Directeur de la marque, Adidas France
- **Jean-Christophe GALLIEN**, Professeur associé, Université Paris I La Sorbonne
- **Marie GENESTE**, Directrice, Lagardère Innovation
- **Jean-François GRECO**, Directeur général adjoint, Intersport
- **Astrid GUYART**, athlète olympique et ingénieur aérospatial, Astrium EADS
- **Chris HAYNES**, Director of External Affairs, Sky Sports / Team Sky
- **Baptiste KERN**, Directeur marketing et développement, ASO
- **Charles LANTIÉRI**, Directeur général délégué, FDJ
- **Jérôme PAPIN**, Rédacteur en chef, responsable de l'antenne Eurosport France
- **Claude REVEL**, Déléguée Interministérielle à l'Intelligence Economique, D2IE
- **Geoffroy ROUX DE BEZIEUX**, Vice-président délégué du MEDEF
- **Jérémy ROY**, coureur cycliste, équipe FDJ.fr
- **Xavier SPENDER**, Président Directeur Général, L'Équipe 24/24