

# LES TROPHÉES SPORSORA DU MARKETING SPORTIF

Communiqué de presse - Paris, le 06/03/2023

## LES LAURÉATS DE LA 19<sup>e</sup> ÉDITION DES TROPHÉES SPORSORA DU MARKETING SPORTIF

### L'innovation 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 au théâtre des Folies Bergères, les acteurs du marketing sportif français aux réalisations les plus impactantes, cohérentes, durables et responsables du secteur. Cette cérémonie, présentée par Thomas Thouroude et dont le jury était présidé cette année par Cédric Pioline, a particulièrement mis à l'honneur les campagnes innovantes.

Les Trophées d'or : **EDF** (Sponsor de l'année), **Accor (ALL)** (Activation 360°), **RC Lens** (Activation Événementielle), **Crédit Agricole** (Activation Média), **FFH/LNH/LFH** (Stratégie Marketing d'un Détenteur de Droits) et **Intermarché** (Engagement Responsable). **StadiumGO** complète le palmarès dans la catégorie Start-up.

Cette année, SPORSORA s'inscrit dans la tendance forte de l'entrée du sport dans l'ère du Web3, en remettant à chaque lauréat un deuxième Trophée sous forme de NFT.

Découvrez le palmarès, les déclarations, les photos et le guide complet en téléchargement.



La 19<sup>e</sup> édition des Trophées SPORSORA du Marketing Sportif au théâtre des Folies Bergère © Morgan Bove

**Cédric Pioline, Président du jury de la 19<sup>e</sup> édition des Trophées SPORSORA du Marketing Sportif :** « Les Trophées SPORSORA sont un moment attendu, ils réunissent l'ensemble des acteurs de l'économie du sport lors d'une cérémonie majeure du secteur. C'est avec beaucoup d'enthousiasme, de professionnalisme et de réflexion que nous avons analysé les nombreuses candidatures avec les membres du jury de cette 19<sup>e</sup> édition. Nous sommes très fiers d'avoir pu échanger et juger les meilleurs projets qui ont été récompensés dans les différentes catégories lors de cette très belle cérémonie. »

**CONTACT PRESSE : AGENCE SPORT MARKET**

Julien SIMONNET - 06 60 25 37 71 [jsimonnet@sportmarket.fr](mailto:jsimonnet@sportmarket.fr)

Toute l'information sur [www.sporsora.com](http://www.sporsora.com)



# LES TROPHÉES SPORSORA DU MARKETING SPORTIF

## **Raymond Bauriaud, Président de SPORSORA :**

« Je souhaitais que cette cérémonie rende mieux compte du marché actuel du marketing sportif. La richesse des contenus présentés ce soir a permis je le pense d'atteindre cet objectif. Félicitations aux nommés et aux lauréats. Nous avons reçu un nombre record de dossiers de grande qualité signe de la vitalité de notre secteur et de notre organisation. »

## **Magali Tézenas du Montcel, Directrice Générale de SPORSORA :**

« Le palmarès de cette 19<sup>ème</sup> édition est marqué par l'engagement des marques partenaires pour un impact positif sur la société et en particulier pour le sport féminin, par la créativité des campagnes de marketing sportif ainsi que l'émergence de nouveaux modèles économiques pour les détenteurs de droits sportifs. »

## **LE PALMARÈS DÉTAILLÉ DE LA 19<sup>e</sup> ÉDITION DES TROPHÉES SPORSORA DU MARKETING SPORTIF**

### **SPONSOR DE L'ANNÉE**

**OR : EDF** avec Sportfive - EDF x Paris 2024, une ambition : des Jeux plus inclusifs et responsables

**ARGENT : TikTok** - TikTok Women's Six Nations

**BRONZE : Xbox** avec Unitem - Xbox x FFF : Power Your Dreams

**A propos du vainqueur** - Les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 vont être historiques à bien des égards, avec pour ambition d'aller au-delà des performances sportives pour prouver que le sport peut être le moteur de toutes les transitions : sociétales et environnementales. EDF, acteur majeur du sport français, convaincu que le sport constitue une plateforme inspirante pour accélérer le changement s'engage depuis des années pour accompagner cette transition au travers du sport et de l'innovation. Des engagements qui ont permis de grandes avancées en matière de sensibilisation. Parce que nous sommes convaincus que des expériences concrètes, innovantes et inspirantes seront toujours plus fortes qu'un discours pour engager les Français dans le changement. EDF s'implique toute l'année à travers le déploiement d'actions positives et ambitieuses, autour de 3 enjeux majeurs pour la marque en lien avec son métier et son historique dans le sport : changer le regard sur le handicap, soutenir l'apprentissage de la nage et accélérer la transition énergétique dans le sport. Il est temps de donner au sport l'énergie de briller. Parce que faire briller, c'est envoyer un signal au monde que c'est possible et que tout un chacun peut le faire.

**Alexandre Boulleray - responsable sponsoring et activations externes Paris 2024 chez EDF :** « EDF est très fier de recevoir ce prix de Sponsor de l'année par SPORSORA. Au-delà de reconnaître la légitimité et la crédibilité de nos engagements dans le sport depuis plus de 30 ans, cette récompense vient mettre en lumière des problématiques sociétales et environnementales majeures, une amplification plus que nécessaire pour faire changer les mentalités et les comportements. Cet engagement n'aurait pu voir le jour sans la participation de nos partenaires fédéraux et les athlètes du Team EDF, qui s'engagent au quotidien à nos côtés. Cette récompense est tout autant la leur que la nôtre. A l'approche des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, nous allons continuer d'accélérer nos initiatives avec des programmes concrets et des opérations inspirantes pour engager les français dans le changement. »

### **CONTACT PRESSE : AGENCE SPORT MARKET**

Julien SIMONNET - 06 60 25 37 71 jsimonnet@sportmarket.fr

Toute l'information sur [www.sporsora.com](http://www.sporsora.com)



# LES TROPHÉES SPORSORA DU MARKETING SPORTIF

## ACTIVATION 360°

**OR : Accor (ALL)** avec Digital Playas - Where It ALL Started

**ARGENT : Jules** avec Hurricane Groupe et 3L - Un partenariat 360° avec la FISE, au service d'engagements partagés

**BRONZE : adidas** avec We Are Young Agency - Champion's League 22

**A propos du vainqueur** - On vous fait dormir dans les chambres d'enfant de 5 joueurs du PSG. Enfant, notre chambre représentait un lieu magique dans lequel nos rêves prenaient vie. Avec l'aide de leurs proches, nous avons pu reproduire les chambres d'enfants de 5 joueurs du PSG dans leur ville natale, au sein des hôtels Accor, et les rendre disponibles à la réservation pour que d'autres petits rêveurs s'imaginent être à la place de leurs idoles.

**Stuart Wareman, Global SVP Experiences, Events & Sponsorships - Accor** : « Nous sommes très fiers de recevoir ce prix SPORSORA pour notre campagne « Where it ALL Started ». Notre objectif était triple, puisqu'il s'agissait à la fois de développer la notoriété qualifiée de la marque ALL, de valoriser l'écosystème hôtelier et les marques du groupe Accor, à travers le Paris Saint-Germain et de proposer une nouvelle expérience aux membres de notre programme de fidélité ALL - Accor Live Limitless. La campagne nous a permis d'activer cinq hôtels, de cinq marques d'hôtels dans cinq pays, avec cinq joueurs du club parisien en faisant appel à leurs souvenirs et rêves d'enfance. Au-delà d'une campagne de brand content, nous avions à cœur que nos membres et fans du Paris Saint-Germain à travers le monde puissent découvrir, en famille, nos univers et ceux de leurs idoles. Nous sommes particulièrement satisfaits des résultats de cette activation car, en outre des retombées d'image et presse record à l'international, nous avons généré des retombées Business intéressantes et de belles performances en social media. Cette expérience reflète notre ambition de faire vivre aux membres ALL et aux fans du Paris Saint-Germain, des expériences d'exception et empreintes de sens. »

## ACTIVATION ÉVÉNEMENTIELLE

**OR : RC Lens** - Le rond central comme zone de vérité

**ARGENT : Mécénat Chirurgie Cardiaque** avec l'A.C.O - Faire battre plus vite le cœur des enfants

**BRONZE : Domitys** avec Feelings Event - Les 10 bornes Domitys

**A propos du vainqueur** - À l'heure où les signatures donnent lieu à une surenchère de vidéos, de photos, d'articles, la prolongation d'un joueur est un acte de communication plus qu'un événement. Quand le rond central d'un stade éteint, au terme d'une rencontre de Ligue 1 le dernier jour du mercato, devient un lieu d'officialisation, l'événement délivre tout un peuple d'un suspense haletant et renforce les valeurs du sport : celles des émotions et du partage.

**Benjamin Parrot, directeur communication, marketing et revenus du RC Lens** : « Nous sommes très honorés de recevoir ce trophée Or qui met à l'honneur une action inédite, pourtant simple mais ô combien authentique et collective, dans le prolongement des valeurs du Racing Club de Lens. A l'heure où les signatures donnent lieu à une surenchère de vidéos, de photos, d'articles, la prolongation d'un joueur est devenue un acte de communication plus qu'un événement. Quand le rond central d'un stade Bollaert éteint, au terme d'une rencontre de Ligue 1, le dernier jour du mercato, devient le lieu grandeur nature pour prolonger le contrat du capitaine Seko Fofana, l'événement délivre tout le peuple artésien d'un suspense haletant et renforce les valeurs du sport : celles des émotions et du partage. »

**CONTACT PRESSE : AGENCE SPORT MARKET**

Julien SIMONNET - 06 60 25 37 71 jsimonnet@sportmarket.fr

Toute l'information sur [www.sporsora.com](http://www.sporsora.com)



# LES TROPHÉES SPORSORA DU MARKETING SPORTIF

## ACTIVATION MÉDIA

**OR : Crédit Agricole** avec *La Fourmi* - Tous ensemble pour les rendre plus fortes

**ARGENT : Accor (ALL)** avec *We Are Social* - Play Limitless

**BRONZE : L'Équipe** avec *Doors Sport* - Le Ballon d'Or entre dans une nouvelle ère avec sa collection NFT !

**A propos du vainqueur** - L'un des axes de positionnement historique du Crédit Agricole se base sur une participation active, profonde, mais sans militantisme, à la transformation de notre société. Le sport est un vecteur puissant de ces messages de cohésion et d'inclusion sociale qui sont chers à la marque. L'agence signe une campagne 360 permettant à la marque d'agir concrètement en rassemblant les Français autour des émotions générées par la compétition et en amplifiant ainsi le lien social, en s'appuyant sur son réseau de 39 caisses régionales dispersées sur tout le territoire et intégrant : Un film publicitaire, une campagne Print, une mécanique sociale, un volet solidaire.

**Irène Bloch, Responsable Sponsoring et Partenariat** : « *Nous sommes très heureux de recevoir ce Trophée d'or qui souligne notre engagement en faveur du football féminin. Le Crédit Agricole accompagne depuis plus de 20 ans le football féminin, qu'il soit amateur ou professionnel, via des dispositifs déployés par l'ensemble des Caisses régionales. Nous soutenons également depuis 2010, aux côtés de notre partenaire la FFF, l'Équipe de France féminine, la e de France féminine, la semaine de foot féminin ou encore plus récemment le label FFF-Crédit Agricole pour la catégorie « école de foot féminine. Au Crédit Agricole, nous considérons que la footballeuse est un sportif comme les autres et l'une de nos ambitions est de rendre accessible le sport partout et pour tous, convaincu qu'il est un formidable moteur de vivre ensemble, une école de la vie. Aussi, nous continuerons à agir en faveur du sport féminin et du sport en général.* »

## STRATÉGIE MARKETING D'UN DÉTENTEUR DE DROITS

**OR : FFHandball / LNH / LFH** - HandballTV, la plateforme vidéo de tous les handballs

**ARGENT : Rolex Paris Masters** - « Le Tennis en scène », la nouvelle ambition marketing du Rolex Paris Masters

**BRONZE : LFP** avec *Uniteam* - eligue 1 Uber Eats

**A propos du vainqueur** - HandballTV est la nouvelle plateforme vidéo OTT lancée conjointement en août 2022 par la Fédération Française de Handball, la Ligue féminine de handball et la Ligue Nationale de Handball pour tous les fans de handballs. Le projet est soutenu par beIN SPORTS, le diffuseur historique du handball français et vient en complément de l'offre TV existante. C'est la première fois dans l'histoire des sports collectifs majeurs français, peut-être même européens, qu'une fédération et ses ligues professionnelles masculines et féminines et leurs clubs s'associent pour lancer une seule et même plateforme OTT en partenariat avec leur diffuseur commun afin d'y diffuser des contenus « sport » et des contenus éditoriaux tout au long de l'année.

**Philippe Bana, Président de la FFHandball** : « *La Fédération française de handball est fière de recevoir ce trophée SPORSORA pour la création d'HandballTV. C'est le fruit de mois de travail en collaboration avec la Ligue féminine de handball, la Ligue nationale de handball et avec le soutien de notre diffuseur beIN SPORTS. Cette chaîne OTT répond aux enjeux de la Fédération notamment ceux d'offrir au handball un nouveau canal de diffusion qui répond aux modes de consommation d'aujourd'hui et de favoriser la médiatisation du handball féminin.* »

**CONTACT PRESSE : AGENCE SPORT MARKET**

Julien SIMONNET - 06 60 25 37 71 [jsimonnet@sportmarket.fr](mailto:jsimonnet@sportmarket.fr)

Toute l'information sur [www.sporsora.com](http://www.sporsora.com)



# LES TROPHÉES SPORSORA

DU MARKETING SPORTIF

## ENGAGEMENT RESPONSABLE

**OR : Intermarché** avec WomanUp - Sensationnelles

**ARGENT : RC Lens** avec l'UNFP - Notre sang est or

**BRONZE : LFP** avec Rosbeef! - Homos ou hétéros, on porte tous le même maillot

**A propos du vainqueur** - Intermarché a lancé le 8 mars 2022, en partenariat avec la FFF, un appel à projet au niveau national ouvert à tous les clubs amateurs disposant d'une équipe féminine (de U14 à U18). Intermarché souhaite accompagner le football féminin amateur et son développement à travers ses pratiquantes. Le football féminin amateur est une priorité de nos engagements liés au sponsoring sportif. 296 clubs ont participé, avec des projets d'une extrême richesse. A l'issue d'une finale au siège de la FFF, le Bandrélé Foot Féminines a remporté cette première édition avec son projet « école de football communale et inclusive » visant à réduire les violences inter-villages. Le club a remporté un soutien financier de 10 000€/an pendant 3 ans ainsi qu'un séjour sportif, culturel et linguistique unique de 15 jours au Lewes FC en août 2022, club de football anglais le plus RSE au monde.

**Camille Sassi - Adhérente INTERMARCHÉ de la direction marketing et de la communication :**  
*« Intermarché est très fier de recevoir le Trophée SPORSORA de l'Engagement Responsable pour le Programme Sensationnelles que nous avons lancé l'année dernière. Notre enseigne soutien le sport en général à travers nos contrats de sponsoring nationaux et régionaux mais soutenir le sport amateur et le football féminin amateur nous rend particulièrement fier et rejoint les valeurs et les enjeux que nous défendons chaque jour dans nos points de ventes. La parité, l'inclusion, l'équité, l'émancipation par le sport sont des défis sociétaux qui nous concernent toutes et tous, avoir mis en place ce programme en partenariat avec la Fédération Française de Football est donc une nouvelle pierre à l'édifice de l'accompagnement de toutes ces jeunes filles pendant les années à venir au sein des clubs et des régions. Nous espérons que de nombreux sponsors du sport Français suivront nos pas pour faire émerger le sport féminin amateur aussi bien dans leurs engagements auprès des disciplines mais aussi dans leurs activations auprès du grand public et de leurs équipes. Merci infiniment au jury d'avoir sélectionné le Programme Sensationnelles parmi les nombreux projets proposés et à tous les membres de SPORSORA pour leurs votes. »*

## STARTUP

**OR : StadiumGO** - La plateforme de covoiturage pour vivre le sport entre passionnés

**ARGENT : We Ward** - L'application mobile qui motive plus de 4M d'utilisateurs à marcher tous les jours

**BRONZE : Kop Media** - Studio de production et de distribution audiovisuel spécialisé dans le sport

**A propos du vainqueur** - StadiumGO c'est la plateforme de covoiturage dédiée à l'événementiel sportif qui répond à 3 objectifs : réduire l'empreinte carbone des spectateurs, améliorer l'accessibilité et partager un moment entre passionnés. StadiumGO accompagne plus de 50 clubs professionnels, de nombreux acteurs du monde sportif tels que la FFF, la LNH, la LFP, FDJ ou encore Volkswagen.

**Romain Lauvergnat & Olivier Lega, Fondateurs :** « Nous sommes très heureux d'avoir gagné ce prix et de voir que les sujets d'impact et de bien-être de la planète sont pris en compte. Un remerciement particulier à SPORSORA et pour cette belle cérémonie. »

**CONTACT PRESSE : AGENCE SPORT MARKET**

Julien SIMONNET - 06 60 25 37 71 jsimonnet@sportmarket.fr

Toute l'information sur [www.sporsora.com](http://www.sporsora.com)



# LES TROPHÉES SPORSORA

DU MARKETING SPORTIF

## LA COMPOSITION DU JURY

**Présidé par Cédric PIOLINE** (ancien joueur professionnel de tennis, aujourd'hui directeur du Rolex Paris Masters), le jury était composé d'experts du marketing sportif et de représentants des acteurs de l'économie du sport. Il avait pour mission d'analyser les candidatures reçues et désigner les 3 nommés par catégorie selon [5 critères](#) (cohérence - impact - créativité / innovation - pérennité - responsabilité).

- **Antoine Aubour**, Directeur Marketing, Communication & Media chez UTMB
- **Pierre-Marie Blois**, Directeur associé Sports Advisory chez KPMG
- **Sandrine Crestin**, Chargée de missions marketing chez FFHandball
- **Céline Durand-Jobert**, Co-présidente de The Fan Syndicate
- **Vincent Gendrier**, Développeur d'affaires "Marques" chez SportEasy
- **Maxime Lebessou**, VP et DG Digital Global et Business Development France chez SPORTIVE
- **Elodie Lebouleux**, Marketing & Partnership Manager chez l'Automobile Club de l'Ouest
- **Émilie Montané**, Directrice de la Stratégie et du Développement du groupe L'Equipe
- **Lucie Odoux**, Responsable sponsoring chez CORUM L'Épargne
- **Augustin Pénicaud**, Vice-Président d'Havas Play
- **Anne-Stéphanie Pierry**, Directrice de la communication, de la RSE et de l'expérience client chez Butagaz
- **Stuart Wareman**, Vice-Président Experience, Events & Sponsorship chez Accor

## LA COMPOSITION DU JURY INNOVATION

Le jury innovation de la 19<sup>e</sup> édition des Trophées SPORSORA du Marketing Sportif s'est réuni début février afin de définir les trois nommés de la catégorie startup qui viendront pitcher devant les participants le jour de la cérémonie. Il reviendra aux participants, de définir le podium de cette catégorie par vote électronique, selon 4 critères (pertinence de la solution - caractère innovant - viabilité du modèle économique et potentiel de développement - qualité des références et des réalisations).

- **Jean-Baptiste Alliot**, Executive Director - Vitality Hub, Le Tremplin
- **Bastien Carves**, Head of Startups & Ecosystem chez Viva Tech
- **Jaufray Dunyach**, CEO de My Coach
- **Aurélié Dyèvre**, Co-présidente du Collectif Sportech
- **Omar El Zayat**, Head of Innovation Integration Paris 2024
- **Franck Heissat**, Vice-président OSV
- **Fabrice Michel-Villaz**, Dir. de la politique commerciale, Head of strategic Olympic & Sport Business Allianz
- **Charlotte Emma**, Responsable de programmes chez Willa

## 1 BOOK OFFICIEL ÉDITÉ

Ce book officiel recense toutes les candidatures de la 19<sup>e</sup> édition des Trophées SPORSORA, lauréates ou non. Diffusé auprès de tous les participants, il sera également disponible en accès libre pour l'ensemble de l'écosystème du sport en version digitale dès demain sur les sites [sporsora.com](https://sporsora.com) et [trophees.sporsora.com](https://trophees.sporsora.com).

## A 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 285 membres (annonceurs, agences, détenteurs de droits, médias, enceintes et arenas, instituts d'études et de formations...) et fédère un réseau de plus de 1 900 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](https://www.sporsora.com)

## CONTACT PRESSE : AGENCE SPORT MARKET

Julien SIMONNET - 06 60 25 37 71 [jsimonnet@sportmarket.fr](mailto:jsimonnet@sportmarket.fr)  
Toute l'information sur [www.sporsora.com](https://www.sporsora.com)

