

Communiqué de presse - Paris, le 19/04/2022

18^e ÉDITION DES TROPHÉES SPORSORA DU MARKETING SPORTIF LE PALMARÈS 2022

La cérémonie de remise des prix de la 18^e édition des Trophées SPORSORA du Marketing Sportif, présentée par Anne-Laure Bonnet aux Folies Bergère ce mardi 19 avril, marque le retour au format événementiel de cette soirée de référence pour le secteur du sport. À cette occasion, six opérations ou campagnes marketing réalisées en 2021 ont été récompensées par le jury composé de dix-neuf experts du sport business et présidé par Marie-Amélie Le Fur, Présidente du Comité Paralympique et Sportif Français (CPSF). Les traditionnels trophées « Sponsor de l'Année », « Stratégie Marketing d'un Détenteur De Droits », « Activation » et « StartUp », ainsi qu'un nouveau prix « Engagement Responsable » ont ainsi été attribués devant plus de 700 professionnels du marketing sportif. Un « Coup de Cœur » a également été remis par le jury.

Découvrez le palmarès, les déclarations, les photos et le [guide](#) complet en téléchargement.



© Morgan Bove

Marie-Amélie LE FUR, présidente du jury des 18^{es} Trophées SPORSORA du Marketing Sportif :

« Les Trophées SPORSORA du Marketing Sportif sont une référence pour tous les acteurs de l'économie du sport. La cérémonie de remise de prix a acquis ses lettres de noblesse avec ce format événementiel incontournable qu'il est bon de retrouver. Je remercie l'organisation et félicite tous les candidats et lauréats qui ont su proposer des campagnes cohérentes, engagées et responsables, alignées avec les stratégies de leurs entreprises au service du sport qu'elles accompagnent. »

CONTACT PRESSE : AGENCE SPORT MARKET

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

Toute l'information sur www.sporsora.com

LES TROPHÉES SPORSORA DU MARKETING SPORTIF

Olivier DULAC, Président de SPORSORA :

« Nous sommes très heureux d'accueillir à nouveau l'ensemble des acteurs de l'économie du sport pour la 18^e édition des Trophées SPORSORA du Marketing Sportif dans cette salle magnifique. Après deux années difficiles, le secteur économique du Sport français, en forte mutation, retrouve raisonnablement un bel optimisme en cette année olympique et paralympique, porté également par l'organisation de grands événements internationaux. Ce soir, je tiens à remercier les nombreux candidats à ces Trophées qui ont proposé des dossiers d'une impressionnante qualité et accepté les risques de la compétition. Les prix remis célèbrent les acteurs du Sport pour leurs projets innovants, cohérents avec leurs stratégies globales et qui apportent de la valeur à long terme au secteur. Nous espérons que ces 18^{èmes} Trophées SPORSORA du Marketing Sportif illustreront ces valeurs et la capacité de l'économie du Sport à agir et réagir pour le bien commun. »

Magali TÉZENAS DU MONTCEL, Déléguée Générale de SPORSORA :

« L'ambition de SPORSORA est de relayer et valoriser l'ensemble des initiatives portées par les acteurs du sport et de faire en sorte qu'elles inspirent le plus grand nombre. Nous sommes très heureux de ce palmarès qui témoigne de l'évolution du marketing sportif avec l'enrichissement d'un partenariat historique déployé à 360 au profit de la marque et de nouvelles pratiques (Caisse d'Epargne), de la prise en compte incontournable des enjeux environnementaux (FF Golf), de la force de l'innovation qui peut amener à faire bouger les lignes de modèles établis (Ski Family), de pépites du sport français qui s'internationalisent avec succès (UTMB World Series), de l'intérêt grandissant pour le sport féminin (Banque Populaire) et du « tout est possible » lorsque l'on déploie une véritable stratégie marketing (GV Hennebont tennis de table). Félicitations à tous les candidats et à tous les lauréats couronnés cette année. »

LES LAURÉATS DE LA 18^E ÉDITION DES TROPHÉES SPORSORA DU MARKETING SPORTIF

- **SPONSOR DE L'ANNÉE : CAISSE D'ÉPARGNE**

Pascal POUYET, Directeur du Développement Caisse d'Épargne : « La Caisse d'Épargne est très fière de recevoir ce prix de Sponsor de l'Année par SPORSORA. Il vient récompenser l'engagement et l'utilité de la Caisse d'Épargne dans le sport ainsi que le travail de l'équipe qui a fait le succès de l'Europe Cup 3x3 au Trocadéro aux côtés de la Fédération française de Basket-Ball. Cette distinction est une preuve supplémentaire de l'attachement de la Caisse d'Épargne au sport - notamment au basket qu'elle accompagne et développe partout en France - et de sa volonté d'en faire un moteur de transformation économique et sociale. »

Le partenaire de référence du basket 3x3 en France

Partenaire historique du sport en France, la Caisse d'Épargne accompagnent depuis 2014 le développement du handball et du basket, deux sports qui portent ses valeurs de coopération et de proximité. Également Partenaire Premium des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, Caisse d'Épargne a souhaité amplifier son dispositif en devenant le partenaire majeur d'une nouvelle discipline olympique, le basket 3x3. L'objectif de la marque est de contribuer au développement de la pratique du basket 3X3 et de la visibilité de ce sport en France en accompagnant les équipes et les événements partout en France, en développant un programme sociétal solidaire permettant à tous l'accès à la pratique, en enrichissant ce programme d'un volet culturel solidaire, en médiatisant la marque Caisse d'Épargne associée à cet univers et aux Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 et en modernisant l'image de la Caisse d'Épargne.

CONTACT PRESSE : AGENCE SPORT MARKET

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

Toute l'information sur www.sporsora.com



LES TROPHÉES SPORSORA DU MARKETING SPORTIF

- **STRATÉGIE D'UN DÉTENTEUR DE DROITS : UTMB**

Frédéric LÉNART, CEO UTMB Group : « Ce Trophée SPORSORA nous fait particulièrement plaisir, car il vient encourager le projet sur lequel nous travaillons ardemment avec les collaborateurs et les partenaires du Groupe UTMB depuis plus de 18 mois. Cette magnifique petite entreprise familiale basée à Chamonix a fait le choix très ambitieux d'accélérer le développement international de l'UTMB®, une des marques les plus iconiques de l'Outdoor, en s'associant au leader mondial des sports d'endurance : The Ironman Group.

2022 c'est donc l'année 1 pour nous, puisque le 1er événement de l'histoire des UTMB World Series s'est déroulé en Croatie début avril : Istria 100 by UTMB. Nous invitons donc les communautés et fans de Trail Running à participer ou suivre tout au long de l'année les UTMB World Series qui permettront de parcourir les plus belles montagnes de 16 pays, à travers 25 événements et plus de 70 courses magnifiques allant de 20 à plus de 170 kms ! »

UTMB Group lance UTMB® World Series en partenariat avec the Ironman Group

Le Trail Running connaît un développement sans précédent. La pratique répond à des enjeux de société très contemporains : retour à la nature, challenge personnel, meilleure hygiène de vie. De 722 coureurs en 2003, c'est plus de 22 000 demandes d'inscriptions à l'UTMB Mont-Blanc venant de 106 pays que le Groupe UTMB a reçues en 2022, malgré une reprise post COVID complexe chez tous les organisateurs et un système de points qualificatifs très exigeant. Face à ce succès unique, UTMB Group, acteur privé majeur du développement du trail running depuis 19 ans et propriétaire de la marque iconique de la discipline, a décidé de lancer en 2022 le plus grand circuit mondial de trail running. L'UTMB World Series a été officiellement dévoilé le 6 mai 2021. Il est déjà le circuit n°1 en notoriété, l'initiative est plébiscitée par tous les meilleurs athlètes et équipes officielles.

- **ACTIVATION : BANQUE POPULAIRE**

Bertrand MAGNIN, Directeur du Développement Banque Populaire : « Nous sommes heureux de recevoir ce prix SPORSORA qui récompense la volonté de Banque Populaire d'accompagner des femmes et des hommes audacieux qui portent l'esprit d'entreprendre en partageant leurs aventures avec un public toujours plus nombreux. Depuis 33 ans, nous sommes fiers de promouvoir et de raconter la voile dans toutes ses dimensions. C'est un sport qui a une capacité inépuisable de récit grâce à toutes les émotions qu'il procure, et nous avons à cœur de les partager avec des millions de spectateurs. C'est pourquoi, Banque Populaire est d'ores et déjà engagée pour participer au prochain Vendée Globe en 2024, le 4ème consécutif pour la Banque de la Voile. »

Vendée Globe : Clarisse Crémer, à la conquête du globe à bord de banque populaire

Banque Populaire décide de construire un projet pour participer au Vendée Globe 2020/2021, pour illustrer ses crédos autour de l'accompagnement, de l'apprentissage, du dépassement de soi, de l'entrepreneuriat et de la coopération. Pour cela, elle décide d'accompagner une jeune navigatrice : elle a 30 ans, elle est diplômée d'HEC, elle a créé sa start-up avant de changer de vie pour le large, elle est talentueuse et prometteuse sur l'eau, elle est solaire. Clarisse Crémer est invitée à bord de cette folle aventure. Mais elle est inconnue... Comment la faire connaître ? Comment faire pour que Banque Populaire capitalise sur le projet Clarisse / Vendée Globe dans les médias alors qu'elle n'a jamais navigué sur ce bateau ? Comment se démarquer ?

CONTACT PRESSE : AGENCE SPORT MARKET

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

Toute l'information sur www.sporsora.com



Afin d'atteindre la cible finale qui est la cible de Banque Populaire (client grand public, PME, artisans, commerçants, entreprises, etc.), la stratégie vise à utiliser les médias comme tribune et comme outil de visibilité afin de maximiser le partage de cette histoire. Banque Populaire adopte une stratégie en 3 phases pour arriver puissant médiatiquement lors du Vendée Globe 2020/2021. Phase 1 : Faire adhérer au personnage et développer sa notoriété. Phase 2 : Maximiser sa visibilité et multiplier les contacts dans les médias. Phase 3 : Partager le storytelling de sa course et de son récit autour du monde. Et la stratégie de relations presse de Banque Populaire est une réussite. Clarisse s'est faite un nom, qu'elle inscrit dans l'histoire de la voile et du sport français. La valorisation média sur la seule période du 25 octobre 2020 au 28 février 2021 s'élève à 21,9 millions d'euros.

- **STARTUP : SKI FAMILY**

Florent PALACH, Co-Fondateur de Ski Family : « *Je suis ravi que SPORSORA ait récompensé un projet dans l'outdoor et dans le ski. À côté des sports beaucoup plus visibles comme le football ou le running, nous avons parfois du mal à se faire entendre. Pourtant, depuis quelques années, les investissements dans le digital s'accroissent et les initiatives se multiplient pour faire bouger les lignes d'un secteur qui est longtemps resté à la traîne sur ces sujets. Gagner un Trophée SPORSORA permet de mettre en lumière des projets innovants comme le nôtre et c'est totalement mérité pour toute la filière ! Pour nous, c'est une belle opportunité de nous faire connaître auprès de potentiels partenaires comme des hébergeurs ou des agences de voyage, mais aussi auprès de potentiels investisseurs puisque nous venons d'initier une recherche de fonds de 600 000€ pour reconnecter enfin les écoles de sport outdoor avec leurs clients et avec leurs apporteurs d'affaires.* »

Les écoles de ski connectées pour mieux déconnecter

Le secteur des écoles de ski n'a presque pas évolué depuis 50 ans : la réservation est souvent compliquée, la qualité de la relation clients est limitée, les cours traditionnels ont un côté souvent très académique. Les écoles de ski sont de plus en retard par rapport à ce qui se fait dans les autres secteurs du tourisme. L'objectif de Ski Family est de redonner les moyens aux équipes de moniteurs et aux écoles de rendre l'apprentissage du ski plus accessible et plus fun. Ski Family souhaite permettre aux petites structures de prendre le virage du digital pour tirer leur épingle du jeu dans un marché quasi-monopolistique. La startup a ainsi développé la première application mobile de suivi des cours de ski qui offre des interactions entre les moniteurs et leurs élèves et facilite les processus côté vente. Ski Family a lancé la 1ère application de suivi des cours de ski en janvier 2020.

Aujourd'hui la marque est présente dans 6 stations de ski avec ses propres écoles et sur 3 autres en tant qu'apporteur d'affaires pour des écoles tierces. Avec plus de 20 000 utilisateurs uniques sur son site en saison 2021/22, Ski Family a démontré sa capacité à attirer un trafic qualifié important, avec des coûts d'acquisition très limités. Sur le plus long terme, Ski Family entend développer ses outils et son savoir-faire dans le ski pour ensuite les déployer sur d'autres sports outdoor en Europe.

- **ENGAGEMENT RESPONSABLE : FÉDÉRATION FRANÇAISE DE GOLF**

Pascal GRIZOT, Président de la Fédération française de golf : « *Les interactions entre le jeu de golf et son environnement sont probablement parmi les plus fortes de toutes les disciplines sportives. Golf et environnement sont indissociables. Chaque parcours abrite et protège une nature riche, belle, mais aussi menacée. C'est pourquoi nous nous attachons à la protéger à travers le déploiement du Programme & Label Golf pour la Biodiversité.*

LES TROPHÉES SPORSORA

DU MARKETING SPORTIF

Avec l'appui du Muséum national d'Histoire naturelle, nous donnons aux clubs les clés afin qu'ils appréhendent mieux la biodiversité de leur site, agissent pour la protéger mais aussi sensibilisent les pratiquants à cette richesse. Nos espaces golfigues sont et seront, demain toujours plus, des atouts pour la protection de la biodiversité.

Le trophée SPORSORA vient reconnaître le sérieux, la crédibilité et le caractère innovant de notre démarche. Nous tenons ainsi à remercier les membres du jury ainsi que tous nos partenaires et contributeurs qui font de ce projet une réussite. Cette impulsion nous pousse à atteindre et dépasser notre objectif de 200 clubs labellisés d'ici 2024. »

Programme golf pour la biodiversité

Consciente qu'il existe sur chacun des golfs de France une biodiversité potentiellement riche mais trop peu connue, la FFGolf a souhaité donner une nouvelle dimension à ses actions en faveur de la préservation de l'environnement en étendant en 2018 son partenariat avec le Muséum national d'Histoire naturelle (MNHN). Cette collaboration a permis de créer une démarche d'engagement des clubs ambitieuse et inédite intitulée Programme Golf pour La Biodiversité. Ce programme est soutenu par l'ensemble des organisations représentatives du golf français et international. Le Programme Golf pour la Biodiversité vise à faire prendre conscience et à faire connaître aux différentes structures golfigues la richesse du patrimoine naturel qu'elles abritent mais aussi et surtout à le protéger à long terme. Un club engagé doit avoir une vision éclairée de la richesse de la biodiversité qu'il héberge, mais aussi identifier et mettre en place un plan d'actions permettant le respect, la protection et la reconquête de cette dernière.

- **COUP DE CŒUR : G.V HENNEBONT**

Bruno ABRAHAM, Président de la G.V. Hennebont Tennis de Table (GVHTT) : « A la GVHTT, nous sommes très heureux de ce Trophée SPORSORA qui témoigne de la reconnaissance du milieu professionnel du sport business et valide à lui seul notre rapprochement avec EGG Sports dont l'expertise nous a déjà fait franchir une nouvelle étape de notre projet pour sortir du simple giron du tennis de table. Nous avons commencé petit club du Morbihan avec le plus petit budget de France et nous sommes maintenant une institution du tennis de table français : sportivement bien sûr avec 4 titres de champion de France et 1 Coupe d'Europe, et économiquement puisque notre budget, fruit d'un modèle économique propre, se compose aujourd'hui de 85% d'autofinancement, et 15% d'aides publiques.

En 2022, le club entre dans une nouvelle dimension avec la construction du nouveau Ping Center d'Hennebont pour laquelle EGG Sports a conçu un nom, un positionnement et une identité graphique forte. Notre collaboration nous a également permis de nous doter d'une offre marketing solide grâce à laquelle nous cherchons aujourd'hui le Namer du PING CENTER. Notre signature est « L'Excellence pour tous ». C'est pourquoi nous poursuivons et proposons de nouvelles offres au niveau de l'académie pour permettre aux jeunes d'aller encore plus loin dans l'alliance de la pratique sportive et du parcours scolaire. Grâce à ce nouvel outil et ce centre de formation, nous ambitionnons de pouvoir accueillir demain des délégations internationales, de grandes compétitions, et d'en créer une nouvelle : un Tournoi bisannuel de la Francophonie. »

CONTACT PRESSE : AGENCE SPORT MARKET

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

Toute l'information sur www.sporsora.com



LES TROPHÉES SPORSORA

DU MARKETING SPORTIF

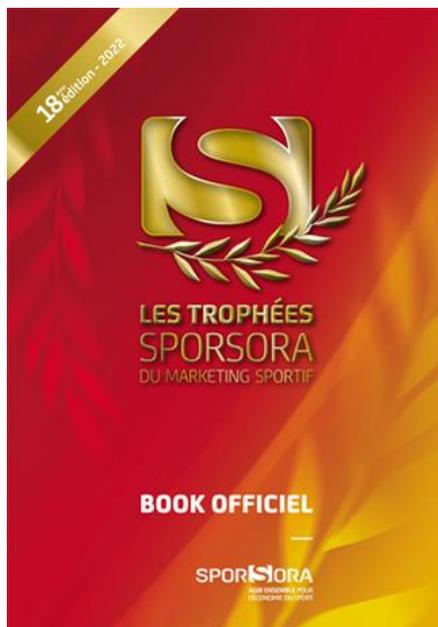
Un projet d'Aréna pour passer d'un club du Morbihan à une institution mondiale du tennis de table

Grâce à sa passion et à sa conquête de plusieurs titres, la GV Hennebont Tennis de Table (GVHTT) est devenue progressivement une référence régionale, puis nationale, puis européenne du tennis de table. Grâce à son autonomie financière et ses résultats, le club est aujourd'hui un référent sur le territoire local, national et européen en termes de formation des jeunes, de diversification de modèle économique et bien sûr d'attractivité avec ses joueurs de renommée mondiale. L'objectif est donc d'affirmer son rôle d'institution et de se donner des moyens complémentaires pour atteindre le palier suivant : l'échelle mondiale. Pour ce faire, le club s'est lancé avec l'aide d'EGG Sports dans la construction et le marketing d'une offre pionnière dans le Tennis de Table, le Hennebont Ping Center. Aujourd'hui le club déploie sa stratégie internationale en accueillant des stagiaires du monde entier, en conseillant le développement de la discipline dans d'autres pays, comme le projet « Ping pour tous » à Madagascar. En 2022, le Hennebont Ping Center, dans l'attente d'un namer, ouvrira ses portes. Le club s'est lancé dans ce projet majeur qui sera la première incarnation tangible de la vision d'un club qui œuvre constamment pour devenir une institution du tennis de table mondial.

TÉLÉCHARGEZ LE GUIDE OFFICIEL DE LA 18^{ÈME} ÉDITION

Cet ouvrage regroupe, au-delà des lauréats, l'ensemble des candidatures déposées pour la 18^{ème} édition des Trophées SPORSORA.

Notre ambition est de relayer, valoriser, l'ensemble de ces initiatives remarquables portées par des acteurs du sport et faire en sorte qu'elles inspirent le plus grand nombre.



Activision - Cette catégorie récompense tout acteur qui aura su développer une activation média ou hors média, un contenu éditorial original et inspirant, une plateforme technologiquement innovante, un service ou un produit original en lien avec un événement sportif, une activité, une pratique de loisir sportif(s), l'éthique, les valeurs associées tant sur le fond que sur la forme. Elle aura servi aussi bien les médias de son secteur que ceux de son pays et du (des) public(s) visé(s).

Startup - Cette catégorie récompense la startup française qui aura su développer pour le compte d'un acteur de l'économie du sport (sponsors, agences, prestataires, sportifs, médias, collectivités, licenciés, pratiquants etc.) la solution la plus innovante et la réponse la plus adaptée aux besoins de ce dernier. Seront valorisés la créativité, la simplicité de mise en œuvre, l'impact et l'efficacité de la réponse apportée ainsi que la pérennité et la viabilité du projet entrepreneurial.

NGO / Engagement Responsable - Cette catégorie récompense tout acteur ayant mis en place une initiative servant l'économie du sport ainsi que son impact positif et responsable que ce soit, le bénévolat, l'éducation, le lien social, l'accessibilité, l'éco-responsabilité, le mode de vie, etc. L'approche priorisée sera la plus responsable, la plus durable, la plus innovante et répondra à certains Objectifs de Développement Durable (ODD) de l'ONU.

5 CATÉGORIES ET UN COUP DE CŒUR

Support de l'année - Cette catégorie récompense l'annonceur qui a réussi, dans le cadre, à développer le partenariat le plus innovant avec les objectifs stratégiques ou tactiques. L'annonceur premier sera le plus créatif, le plus transparent, le plus innovant, le plus responsable et la plus respectueux des valeurs de l'organisation sportive ou de l'athlète. Ce partenariat aura permis à l'organisation sportive ou à l'athlète d'accroître son rayonnement et sa visibilité, et à l'annonceur d'atteindre ses objectifs.

Stratégie d'un détenteur de droits - Cette catégorie récompense le sportif ou l'organisation sportive, privée ou publique, qui a développé la stratégie marketing la plus innovante, la plus originale, la plus responsable et la plus efficace. Sera valorisé le détenteur de droits qui a réussi à se distinguer et à développer un ou plusieurs de ses marchés (ex : pratiquants, licenciés, spectateurs, sponsors, clubs, collectivités territoriales, médias etc.).

2 JURYS ORGANISÉS

Le Jury qui se réunira le 14 décembre au Maf Social Club, a décidé pour désigner les lauréats de cinq catégories : « Sponsor de l'année », « Stratégie d'un détenteur de droits », « Actualité », « Engagement Responsable », « Startup et un Coup de Cœur ».

NGO / Pour la catégorie « Actualité » - Toutes les candidatures ont été étudiées par un jury constitué le 7 décembre dernier. Trois candidats ont alors été retenus pour ce prix et ont envoyé leur projet devant le Jury final le 14 décembre.

1 BOOK OFFICIEL ÉDITÉ

Cet ouvrage regroupe, au-delà des lauréats, l'ensemble des candidatures déposées pour la 18^{ème} édition des Trophées SPORSORA. Notre ambition est de relayer et valoriser l'ensemble de ces initiatives remarquables portées par des acteurs du sport et faire en sorte qu'elles inspirent le plus grand nombre.

18^{ème} Trophées SPORSORA



[Cliquez pour télécharger le guide](#)

CONTACT PRESSE : AGENCE SPORT MARKET
Julien SIMONNET - 06 60 25 37 71 jsimonnet@sportmarket.fr
Toute l'information sur www.sporsora.com



LES TROPHÉES
SPORSORA
DU MARKETING SPORTIF

LES TROPHÉES SPORSORA

DU MARKETING SPORTIF

Cliquez sur les photos pour télécharger les HD

© Step Up Marketing



CAISSE D'ÉPARGNE - Sponsor de l'année



UTMB - Stratégie d'un détenteur de droits



FF GOLF - Engagement Responsable



BANQUE POPULAIRE - Activation



SKI FAMILY - Startup



G.V HENNEBONT - Coup de cœur du jury

CONTACT PRESSE : AGENCE SPORT MARKET
Julien SIMONNET - 06 60 25 37 71 jsimonnet@sportmarket.fr
Toute l'information sur www.sporsora.com



LES TROPHÉES SPORSORA

DU MARKETING SPORTIF

PARTENAIRES PREMIUM

AMAURY
MEDIA

BANQUE
POPULAIRE 

FDJ 

infront

MAIF 

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 250 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

CONTACT PRESSE : AGENCE SPORT MARKET

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

Toute l'information sur www.sporsora.com


LES TROPHÉES
SPORSORA
DU MARKETING SPORTIF