

15^{ème}
édition



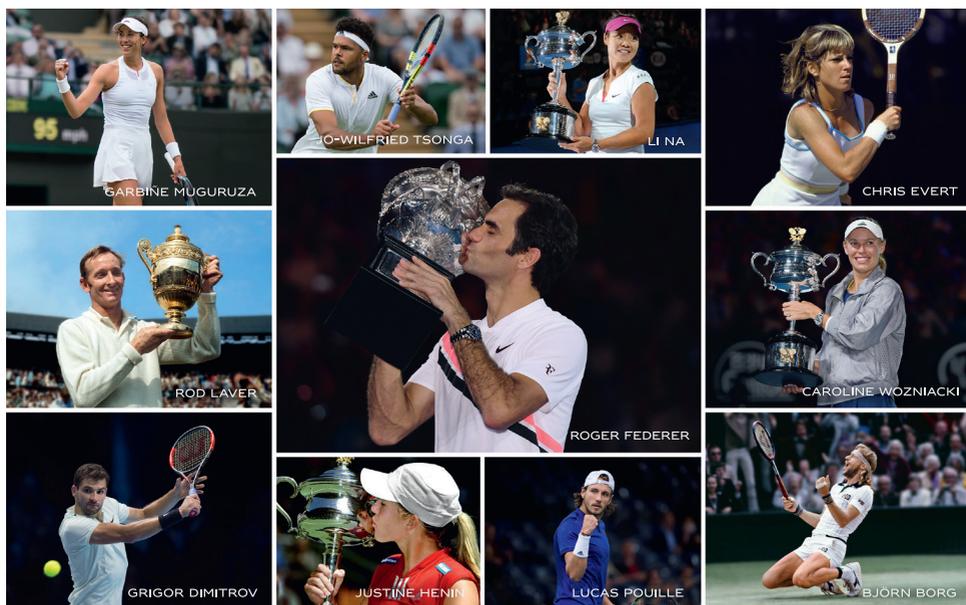
LES TROPHÉES
SPORSORA
DU MARKETING SPORTIF

11.02.19

Salle Gaveau

SPORSORA

AGIR ENSEMBLE POUR
L'ÉCONOMIE DU SPORT



C'EST EN
ACCOMPLISSANT
L'EXTRAORDINAIRE
QUE L'ON MARQUE
L'HISTOIRE.

Cette montre a été le témoin des plus grands moments de l'histoire du tennis. Elle accompagne ceux dont la quête d'excellence se poursuit au-delà des courts. Bien plus qu'une montre, un témoin de son temps.



OYSTER PERPETUAL DATEJUST 41


ROLEX

SOMMAIRE

15^{ÈME} ÉDITION DES TROPHÉES SPORSORA

Éditorial Roxana Maracineanu – Ministre des Sports	5
Éditorial Denis Masegla – Président du CNOSF	7
15 ans des Trophées SPORSORA	8
Éditorial Olivier Dulac – Président de SPORSORA	9
Nathalie Boy de La Tour – Présidente du Comité d'experts	10
Le Comité d'experts	11
Catégorie Activation	12
Catégorie Stratégie d'un Détenteur de droits	14
Catégorie Startup	16
Catégorie Spot Publicitaire	18
Catégorie Sponsor de l'année	20
Palmarès 2018	22

SPORSORA, c'est aussi tout au long de l'année ...

2018 - Retour en images	25
SPORSORA en chiffres	26
Agir ensemble pour l'économie du sport	28
Nos convictions & engagements	29
Le Conseil d'administration	30
Nos événements	32
Nos collègues	34
Nos commissions	36
Focus sur la commission Relations Institutionnelles	38
Nos services	40
Ils sont membres de SPORSORA	43
L'équipe permanente	45
Remerciements	46



BUILDING THE BIG MOMENTS

Contribuer au succès d'événements sportifs de premier plan.

Les équipes expérimentées et passionnées d'Infront Sports & Media sont à l'écoute des besoins de nos partenaires (ayant droits, athlètes, marques ou diffuseurs) et leur offrent un accompagnement sur-mesure afin de construire de grands moments de sport. Lorsque vous choisissez Infront, vous bénéficiez de 30 ans d'expertise de la part de la plus respectée des agences globales de marketing sportif.

A chacune de ses missions, qu'il s'agisse de vente de droits médias, de production TV, de contenu digital, d'activités événementielles, de sponsoring, d'hospitalité ou de conseil, Infront a développé des solutions et services innovants à forte valeur ajoutée assurant ainsi le succès de ses partenaires. Infront Sports & Media accompagne 170 détenteurs de droits à travers le monde contribuant ainsi à la réussite d'événements sportifs inoubliables.

All about **sports**

www.infrontsports.com
Twitter @infrontsports
#AllAboutSports

Credits photos : Stade Toulousain / Nike ; Team Vitality ; S. Pillaud / FFHandball / EHF EURO 2018

infront

I ÉDITORIAL

La 15^{ème} édition des Trophées SPORSORA du Marketing Sportif permettra une nouvelle fois de valoriser le savoir-faire et l'expertise des acteurs de l'économie du sport qui ont su faire preuve de stratégies innovantes et de créativité.

Permettez-moi de féliciter par avance les futurs lauréats, mais également de saluer l'ensemble des nommés pour leur engagement et leur dynamisme, qui sont autant d'atouts pour le rayonnement du sport français.

Au sein du nouveau modèle de gouvernance partagée du sport français, nous avons souhaité que le monde économique soit pleinement mobilisé et associé aux côtés de l'État, des collectivités territoriales et du mouvement sportif. Il sera l'un des acteurs majeurs de la nouvelle Agence du Sport et produira des apports à la réflexion collective, partagera son expertise et mobilisera son réseau pour mieux accompagner les sportifs de haut niveau français et contribuer plus globalement au développement de la pratique du sport en France et de son économie.

Car c'est en réunissant nos meilleurs atouts, avec tous ceux qui font la richesse du sport français, que nous réussirons ces défis.



ROXANA MARACINEANU

Ministre des Sports

**Next
Régie**

change de nom
et devient

next MEDIA SOLUTIONS

Solutions de communication alternatives



Next Media Solutions

www.nextms.fr | 01 87 25 50 01

I ÉDITORIAL

Mesdames, Messieurs,

La 15^{ème} édition des Trophées SPORSORA du Marketing Sportif illustre une fois de plus la vitalité du secteur économique sportif français. Annonceurs, médias, start ups et bien sûr organisations sportives sont récompensés pour le savoir-faire et la créativité qu'ils ont su développer dans la mise en œuvre de stratégies, dans l'élaboration de spots ou de produits qui se distinguent à la fois par leur innovation et leur efficacité.

Ces Trophées SPORSORA sont comme une prolongation de la compétition sportive vers le monde économique. Athlètes et entrepreneurs ont tellement en commun : le goût de l'aventure, l'envie de se dépasser, d'être toujours plus efficaces pour faire mieux. Ce n'est donc pas un hasard si le Comité national olympique et sportif français compte parmi les membres de SPORSORA.

Nous avons le plaisir de partager notre passion pour le sport et ses valeurs avec de nombreux partenaires qui constituent des soutiens précieux tant pour le sport de haut niveau que pour les pratiques de loisir. Le sport et les sportifs ont un poids de plus en plus important dans l'économie française, et ce fut particulièrement vrai

dans une année comme 2018, marquée par la Coupe du monde de Football victorieuse pour nos Bleus. Ce sera encore davantage le cas demain avec les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024. Parallèlement, le marketing et les médias sont aussi devenus des univers incontournables du sport et des sportifs. Au vu de cet intérêt mutuel, nul doute que le Marketing Sportif a encore beaucoup de beaux projets à conduire dans les années qui viennent.

Excellente soirée à tous et que les meilleurs gagnent !



DENIS MASSEGLIA

Président du Comité national olympique et sportif français



**DÉJÀ
15 ANS !**
LES TROPHÉES
SPORSORA
DU MARKETING SPORTIF



**12^e ÉDITION
DES TROPHÉES
SPORSORA
DU MARKETING
SPORTIF**



I ÉDITORIAL

Bienvenue à Gaveau pour la 15ème édition des Trophées SPORSORA du Marketing Sportif.

Notre organisation a 25 ans et nos Trophées en sont certainement l'événement le plus emblématique. En 15 ans, ils sont devenus la référence pour récompenser les bonnes pratiques du marketing sportif.

Je tiens à remercier ici tous les candidats qui ont soumis des dossiers de grande qualité. Tous se sont prêtés au jeu de la compétition et, comme dans le sport, la concurrence est rude et nous sommes fiers de vous présenter ce soir les Trophées Or, Argent et Bronze.

Un remerciement chaleureux et amical aux 18 membres du Comité d'experts présidé cette année par Nathalie Boy de La Tour que je remercie beaucoup pour le travail qu'elle a effectué avec le jury.

Je tiens particulièrement aussi à saluer tous les athlètes qui nous font vibrer toute l'année et sans lesquels tout cela n'existerait pas.

Et merci à nos partenaires fidèles qui nous permettent de vous offrir cette soirée exceptionnelle.

En 25 ans, SPORSORA est devenue une organisation reconnue pour ses expertises et son influence. Parmi toutes nos actions, nous avons mis particulièrement l'accent depuis 2 ans sur nos relations institutionnelles en faveur du sport et de son écosystème. Nous sommes réellement fiers de notre « collectif » qui donne

l'expertise et la légitimité pour proposer des pistes concrètes, notamment pour l'évolution des investissements du secteur privé vers le sport français. SPORSORA souhaite ainsi contribuer à la mise en place de modèles économiques et de partenariats innovants entre les différentes parties prenantes de notre secteur.

Nous sommes uniques et utiles !

Conservez ce programme qui vous présente, au-delà de cette soirée, un résumé des activités et des services de SPORSORA.

Très belle Soirée.



OLIVIER DULAC
Président de SPORSORA

LA PRÉSIDENTE

Diplômée d'une école de commerce, Nathalie Boy de La Tour a débuté son parcours en tant que consultante en stratégie durant une décennie chez Bossard Gemini. Elle dirige ensuite l'agence B2L-BBDO, filiale Internet du groupe de communication BBDO, de 2000 à 2003. C'est en 2004 qu'elle fait ses premiers pas dans le football avec la création de Galaxy Foot, le premier salon annuel du football dédié au grand public, qu'elle guide jusqu'en 2007 avant de rejoindre la tête de la Fondation du Football, rebaptisée Fondation du Football en 2014. Aux côtés de Philippe Séguin d'abord, puis de Patrick Braouezec, elle s'engage pour la promotion d'une vision citoyenne du football, le rappel de ses vertus éducatives, l'innovation sociale et l'intégration du développement durable dans le football.

Nathalie Boy de La Tour a démarré son histoire au sein de la Ligue de Football Professionnel (LFP) en 2013, lorsqu'elle rejoint le Conseil d'administration. En novembre 2016, elle devient même la première femme présidente de la LFP pour un mandat de quatre ans.

En mars 2017, Nathalie Boy de La Tour lance le plan stratégique 2022 de la LFP qui dresse cinq grandes priorités : la valorisation de la formation française, le développement à l'international, l'augmentation des recettes stades, le développement des relations

avec les entreprises et les investisseurs, ainsi que l'amélioration de l'image du football professionnel.

En 2018, la réussite des appels à candidatures des droits audiovisuels de la Ligue 1 Conforama et la Domino's Ligue 2 donne une visibilité économique exceptionnelle et inédite au football professionnel français, répondant aux ambitions économiques et d'image de la LFP. Forte de sa vision citoyenne du football, Nathalie Boy de La Tour engage en parallèle une stratégie RSE innovante avec la mise en place du programme « Révétons Nos Talents ».



NATHALIE
BOY DE LA TOUR

LE COMITÉ D'EXPERTS

Les membres du Comité d'experts se sont réunis le 14 janvier à l'Agence France Presse (AFP) afin de désigner les nommés des catégories présentées pour la 15^e édition des Trophées.

Catégories "Activation" et "Détenteur de Droits" : le Comité d'experts a directement décidé des Trophées Or, Argent et Bronze.

Catégories "Sponsor de l'Année" et "Spot Publicitaire" : les 3 nommés retenus par le Comité d'experts ont été soumis à un

vote internet auprès de 1 000 experts du secteur, qui a déterminé les Trophées Or, Argent et Bronze.

Catégorie "Startup" : les 3 nommés retenus par le Comité d'experts pitcheront pendant la cérémonie et seront départagés par un second vote en direct des participants.

Enfin, un trophée "Personnalité de l'année" sera décerné le soir de la cérémonie et Nathalie Boy de La Tour remettra au nom du Comité d'experts un Trophée « Coup de cœur ».



Mickael BARDES, Co-founder & Development Director (La Centrale du Sport) - **Amel BOUZOURA**, Responsable des Engagements Sports (FD) - **Gilbert BRISBOIS**, Rédacteur en Chef (RMC Sport) - **Vincent-Baptiste CLOSON**, Head of International Sponsoring (BNP PARIBAS) - **Laurence DELAVAL**, Directrice Commerciale France (AFP) - **Laurence DES ROTOURS**, Directrice Générale Adjointe (Next Media Solutions) - **Estelle ELBOURG GRAVA**, Communication Officer (Willa) - **Jean-Pierre FEUILLAN**, Vice-Président (FF Handball) - **Laurence FISHER**, Fondatrice (Fight for Dignity) - **Sylvain FRENOI**, 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 Evènements (Nestlé Waters) - **Lamyaa NADARI**, Directrice Marketing (Allianz) - **Souad ROCHDI**, Directrice Générale (FFAthlétisme) - **Léa RUBINSZTAJN**, Responsable Sponsoring Sportif (LIDL) - **Floriane SALGUES**, Rédactrice en Chef Adjointe (E-Marketing)

CATÉGORIE ACTIVATION

Cette catégorie récompense aussi bien un média, un annonceur, un détenteur de droits ou un prestataire qui aura su développer une activation média ou hors média, 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). L'activation sera valorisée tant sur le fond que sur la forme. Elle aura servi aussi bien les intérêts de son auteur que ceux de son sujet et du (des) public(s) visé(s).



FDJ Tour de Chance

A l'occasion du Tour de France, FDJ sillonne la France avec son #TourDeChance. Le dispositif a été pensé pour être simple et ludique. L'objectif étant de faire vivre la signature de marque FDJ : « Chaque jour est une chance » à chaque étape du Tour.

Pour cela nous avons créé un objet unique, La Roue de la Chance. Cette Roue se compose de 21 jeux postés sur Facebook FDJ, Twitter et Instagram FDJsport thématiques chaque jour selon l'étape du Tour : « Une chance sur Dreux », « Mouiller le Millau » ou encore « Comte sur ta chance ».

Certains jeux se sont déroulés sur le terrain, comme à l'Alpe d'Huez ou sur les Champs-Élysées. Une Roue de la Chance physique a même été mise à disposition sur les zones « Départ » et « Arrivée » pour contribuer à la distribution de 600 000 goodies.



HYUNDAI Accélérateur Hyundai

Hyundai, Partenaire Premium de l'OL enrichit son dispositif #HyundaiExperience qui regroupe de nombreuses animations. Lagardère Plus accompagne la marque dans le lancement de l'Accélérateur Hyundai, 1^{ère} expérience digitale en live in stadia en Europe.

Ouverte à tous les spectateurs, la course se déroule sur l'application Groupama Stadium. Avant chaque match, les participants s'engagent dans un sprint avec leur véhicule. La course est retransmise sur les écrans géants. Les gagnants sont escortés jusqu'aux sièges d'exception au plus près des joueurs.

Une opération qui s'appuie sur le caractère unique du stade (ultra-connecté/club propriétaire) et qui s'inscrit dans les tendances actuelles : expériences ludiques et digitales, mise en avant naturelle et légitime dans le sport.



PMU Petit Poucet PMU

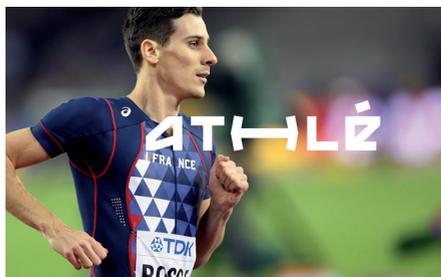
Partenaire Majeur de la FFF le PMU active le programme Petit Poucet PMU de la Coupe de France de football depuis 2010. Pour être au plus proche de ses points de vente et de ses clients, le PMU fait vivre « l'exceptionnel » aux amateurs en mettant en lumière leurs parcours et transmettant leur ferveur populaire.

L'opération comporte des moments d'exception dans ses points de vente (présence du Trophée, branding dédié, séances photos, conférence de presse, animations supporters), par des activations en match (challenge de supporters), par des opérations exceptionnelles (mise au vert des Herbiers à Clairefontaine) et une communication digitale avec l'intervention d'un Community Manager au ton décalé et des influenceurs locaux présents sur chaque match (+ de 900 publications, 3M d'impressions, 260 retombées presse...).

CATÉGORIE STRATÉGIE D'UN DÉTENTEUR 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. Sera valorisé le détenteur de droits qui a réussi le mieux à se démarquer et à développer un ou plusieurs de ses marchés (ex : pratiquants, licenciés, spectateurs, sponsors, clubs, collectivités territoriales, médias etc.).

ATHLÉ



FFA (Fédération Française d'Athlétisme) L'athlétisme français en mouvement pour 2024

La Fédération Française d'Athlétisme est pleinement engagée dans la réussite du projet olympique français.

Réussite sportive :

Les Championnats d'Europe d'Athlétisme 2020 à Paris lanceront l'olympiade 2020/2024 et célébreront les athlètes de retour de Tokyo. Un événement célébration écoresponsable pensée par et pour les athlètes qui enrichira l'expérience de la génération d'athlètes en route vers 2024.

Le dispositif Athlé 2024 vise à optimiser la préparation de l'ensemble des athlètes de l'Equipe de France aux échéances majeures d'ici 2024.

Au bénéfice de tous :

Accompagner ses 2300 clubs dans leur structuration est une mission essentielle pour la FFA. En renouvelant son identité visuelle (ATHLE), la fédération a fait le choix de la modernité et de l'accessibilité afin de parler au plus grand nombre.



HURRICANE GROUP Le FISE Hiroshima, un tremplin pour les sports urbains

Tokyo 2020 consacre l'intégration de nouveaux sports au Jeux. Notre stratégie commerciale a toujours été résolument tournée vers l'international et nous avons voulu implanter un événement au Japon avant 2020 afin de pouvoir nous positionner comme l'acteur incontournable des sports urbains sur le marché : au sein du mouvement olympique, auprès des sponsors, auprès de tous les acteurs économiques. Opération réussie puisque nous avons signé un contrat de 5 ans (2018-2022) pour organiser un événement FISE à Hiroshima. C'est un atout considérable en vue de Tokyo 2020 et Paris 2024.



UTMB® Stratégie média d'un événement outdoor international

L'UTMB®, événement outdoor international, rassemble chaque année plus de 10 000 coureurs passionnés prêts à vivre une expérience unique.

Du 27 août au 02 septembre 2018, 70 personnes mobilisées 24/24h, ont assuré la retransmission des 5 courses emblématiques de l'événement via le concept UTMB® LIVE depuis Chamonix, dans un milieu à la fois époustoufflant et hostile. La stratégie digitale et social media est venue renforcer la visibilité de cet événement avec plus de 15 millions de vues et également l'engagement de la communauté. La mise en place d'un tel dispositif digital a permis à l'univers du trail running d'augmenter sa notoriété et de faire découvrir l'UTMB® à différents profils à l'international (retransmission en 5 langues).

CATÉGORIE STARTUP

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.



AIRPRINT Le terrain comme support de communication éco-responsable

AirPrint est l'innovation que le marketing sportif attendait. Prestige et élégance symbolisent ce nouveau support de communication qui s'inscrit en toute légèreté dans le paysage des sports sur gazon. Évoluant au cours de la journée avec l'intensité lumineuse naturelle, notre solution brevetée se veut sobre, sophistiquée et innovante.

AirPrint propulse uniquement de l'air sur le gazon : cette solution totalement respectueuse de son environnement, s'intègre avec volupté sur le site choisi.

À la suite de son lancement cette année, AirPrint a intégré le Tremplin et a pu travailler avec de nombreux clients prestigieux comme Nike, le PSG, la FFF ou la FFR. Ainsi nous candidapons à la catégorie Startup des Trophées SPORSORA.



VOGO

Proposez une expérience Live & Replay au cœur de votre événement

VOGO développe et commercialise un dispositif vidéo de Live & Replay (application), qui permet d'augmenter l'attractivité des événements sportifs live en améliorant et en enrichissant la manière de suivre la compétition (stades, arènes, outdoor).

L'application VOGO SPORT offre 4 fonctionnalités standards : Live Multicam, Replay, Ralenti, Zoom.

VOGO SPORT pour les « fans » offre une plateforme publicitaire nouvelle et innovante aux sponsors sportifs. VOGO SPORT pour les « pros » est un outil innovant offrant autonomie, mobilité et efficacité aux entraîneurs, analystes vidéo, médecins, arbitres, etc.

Le groupe a déjà couvert +700 événements dans le monde. Récemment, VOGO a fait son entrée en bourse sur Euronext Growth Paris pour accélérer son développement et maintenir son leadership technologique.



WINEVEN

Wineven Connect

40% des coaches sportifs français ne vivent pas uniquement de leur activité. La raison est simple : 30% de leur temps de travail quotidien est rémunérateur. Les 70% restants sont consacrés à des tâches chronophages et non lucratives (prise de rendez-vous par téléphone, développement du portefeuille client...).

En proposant une application personnalisée gérant toutes ces tâches chronophages, nous passons de 30% à 70% le temps de travail quotidien rémunérateur.

Pour 45€ par mois, les coaches disposent d'une application, à leur nom et personnalisée, pour leurs clients, avec des fonctions essentielles pour leur profession. En quelques clics, ils disposent alors de la réservation et du paiement en ligne, du suivi de la performance clients et bien d'autres services comme le référencement sur Google.

CATÉGORIE SPOT PUBLICITAIRE

Cette catégorie récompense aussi bien un média, un annonceur, un détenteur de droits ou un prestataire qui aura su développer un contenu audiovisuel original et impactant, innovant et émotionnel autour du sport. Tous les supports sont acceptés (TV, web ...) du moment que le contenu est au format vidéo et qu'il est diffusé en français.



FFF

(Fédération Française de Football)

Fiers d'être bleus

Suite à l'annonce de la liste des 23 joueurs sélectionnés par Didier Deschamps pour la Coupe du Monde 2018, la FFF met en ligne et diffuse sur ses réseaux sociaux et en TV son Film « Fiers d'être bleus », signature de son dispositif de soutien pour l'Equipe de France de Football en vue de la Coupe du Monde 2018. Le film, comme le dispositif, a pour but de réunir joueurs et supporters, puis mobiliser les français.

La Marseillaise réorchestrée spécialement par Thomas Roussel et ses choristes pour ce film, ajoute une émotion particulière au film tout en symbolisant le rassemblement d'un pays, d'un peuple derrière leur équipe.



SOCIÉTÉ GÉNÉRALE Terrain Favorable

Société Générale est un sponsor majeur du rugby qui a souhaité mettre en lumière les valeurs uniques de générosité et d'esprit d'équipe de ce sport en créant une web série au cœur du rugby amateur. Terrain Favorable vous transporte en Bretagne, dans un village de 2000 habitants dont 200 sont licenciés au club de Rugby. Pendant 15 jours un certain Wilkinson accompagné de Dusautoir et Marconnet vont aider le coach, faisant vivre à tout un village une expérience humaine incroyable. La série de 5 épisodes a été visionnée dans son intégralité plus de 800 000 fois. Elle a même suscité l'intérêt des chaînes de TV avec une diffusion à 20h50 sur La Chaîne L'Equipe, et à l'étranger avec des diffusions TV en Asie et en Afrique du Sud. La Saison 1 est à voir sur la chaîne Youtube de Société Générale.



STADE DE REIMS De la Domino's Ligue 2 à la Ligue 1 Conforama

Élaborée à partir de contraintes lourdes, principalement budgétaires, cette campagne amorce un virage dans la stratégie digitale du Stade de Reims. Hymne à la camaraderie, cette vidéo s'inscrit dans le schéma tactique mis en place par le club ces derniers mois : un jeu offensif et porté vers le digital ! C'est au terme d'une saison historique couronnée par une accession en Ligue 1 Conforama que ce clip décalé a vu le jour. Une manière de mettre en lumière un événement sous-médiatisé et éclipsé par le grand public mais surtout de prendre la parole de manière rafraichissante via un contenu disruptif dans le monde du football, souvent considéré comme aseptisé.

500K vues sur les réseaux sociaux et de nombreux passages TV plus tard, l'objectif est atteint pour cette réalisation 100% stadiste !

CATÉGORIE SPONSOR DE L'ANNÉE

Cette catégorie couronne l'annonceur qui a réussi, dans la durée, 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. Ce partenariat aura permis à l'organisation sportive ou à l'athlète d'accroître son rayonnement et sa visibilité, et à l'entreprise d'atteindre ses objectifs.

Coca-Cola



COCA-COLA Tous rassemblés autour des bleus !

En 2018, Coca-Cola rassemble tous les français autour de la Coupe du Monde de football et de l'Équipe de France grâce à une campagne 360° associant la marque à tous les moments de rassemblement et de célébration. Dès janvier, pour préempter le sujet, Coca-Cola célèbre l'anniversaire de la victoire 1998 en faisant venir le Trophée officiel de la Coupe du Monde dans la ville élue par le grand public. À partir d'avril, une campagne publicitaire, shopper, digital et événementiel encourage tous les français à se rassembler autour de l'événement. Pour célébrer la victoire, dès le lendemain de la finale, Coca-Cola affiche dans toute la France un visuel célébrant les Bleus et lance 120k canettes collectors 2 étoiles puis dès septembre, des canettes aux couleurs des Bleus « Champion du Monde ».

Conforama



Conforama
Équipementier officiel
des supporters.

CONFORAMA La Ligue 1 Conforama

Pour re-dynamiser sa marque, Conforama a souhaité marquer les esprits et créer la surprise en devenant namer de la Ligue 1. Conforama s'est positionné comme « Équipementier officiel des supporters » et active son partenariat autour de 3 leviers complémentaires que sont les droits de la LFP au national, les droits avec 15 Clubs au local et un écosystème digital dédié avec : les comptes « Conforama FC » sur Twitter, Facebook et Instagram, une page « Ligue 1 Conforama » directement rattachée au site e-commerce conforama.fr et le lancement cette année du grand quiz annuel « Canap d'Or » avec des dotations à la clé chaque mois et en fin de saison pour récompenser les meilleurs supporters de Ligue 1 Conforama.



ORANGE Orange passeur d'émotions

Orange est devenu partenaire majeur de l'Équipe de France de foot et a lancé avec Publicis Conseil et Havas, un dispositif inédit pour mettre en lumière les émotions vécues par les supporters.

Pour la première fois, Orange a lancé un grand casting des meilleurs supporters à travers toute la France. Orange est devenu le passeur d'émotions ! Lancée en TV, presse et digital, la campagne a mis en lumière des familles qui vivaient intensément les émotions d'une action ! Les familles se sont filmées dans leur salon pendant les rencontres des Bleus et les meilleures émotions ont été diffusées dans des spots publicitaires à l'issue du match. La campagne a été activée dans toutes les régions, en interne, dans les boutiques, en digital, au travers d'offres marketing, sur le portail web, la TV d'Orange...

PALMARÈS 2018

SPONSOR DE L'ANNÉE

LIDL

Lidl supporter du handball français



STRATÉGIE D'UN DÉTENTEUR DE DROITS

CHAMPIONNAT DU MONDE DE HANDBALL

25e Championnat du monde masculin
de handball, France 2017



ACTIVATION

PERRIER

Smash Perrier



STARTUP

LA CENTRALE DU SPORT

Au service du sport amateur



1^{er} comparateur de prix
en équipements sportifs
Choisissez - Comparez - Commandez

PERSONNALITÉ DE L'ANNÉE

TONY ESTANGUET & BERNARD LAPASSET

Co-présidents du Comité
de Candidature de Paris 2024



COUP DE CŒUR

MAIRIE DE PARIS & UBI BENE

Les journées olympiques de Paris 2024



ubi
bene



VÉLOTOUR

ÉVÈNEMENT INSOLITE À VÉLO!



**PARTOUT
EN FRANCE...**

**PARIS
MARSEILLE
BORDEAUX
TOULOUSE
ORLÉANS
LE HAVRE
DIJON
VALENCIENNES
TOURS**

**ASSOCIEZ VOTRE MARQUE
À LA RÉFÉRENCE
DES ÉVÈNEMENTS
VÉLO - LOISIR EN FRANCE**

+ 50 000 PARTICIPANTS
attendus en 2019

Public urbain, fidèle et familial

75 % DE FAMILLES
dont **25 % d'enfants** de – de 12 ans

+ 600 SITES
ouverts aux vélos

Lauréat des Trophées SPORSORA 2008

Contactez-nous : Bastien de Marcillac
b.demarcillac@velotour.fr / 06 66 20 35 47



VELOTOUR.FR



SPORTORA

AGIR ENSEMBLE POUR
L'ÉCONOMIE DU SPORT

**c'est aussi tout
au long de l'année ...**



2018 RETOUR EN IMAGES



SPORSORA EN CHIFFRES

En 2018

215 MEMBRES



ANNONCEURS



DÉTENTEURS
DE DROITS



AGENCES



STARTUPS



FORMATIONS



MÉDIAS

un réseau de
+ 800 experts et 5 000 contacts

40 ÉVÉNEMENTS

+ 2 000 PARTICIPANTS



LES TROPHÉES



LES RENDEZ-VOUS
DÉBATS
SPORSORA



LES DÉJEUNERS
GRANDS TÉMOINS
SPORSORA



GARDEN PARTY

LES SERVICES

+ 80 revues de presse
et newsletters

+ 300 actus membres
et avis d'experts

LA COMMUNICATION



105 000 pages vues
par 33 000 utilisateurs



8 800 followers
+12,3 % vs 2017



800 téléchargements
+10% vs 2017



x10 vs 2015



Plus d'intensité
au cœur de l'action



SportBénévoles

Rejoignez **l'équipe**, devenez **bénévole**

Inscrivez-vous en quelques clics sur www.sportbenevoles.fr

SportBénévoles est un service proposé par MAIF Horizon - SAS au capital de 12 422 000 € - RCS Niort 518 016 589
200 avenue Salvador Allende - 79000 Niort - Sport Heroes Group - Photo : Amélie Laurin.



AGIR ENSEMBLE **POUR L'ÉCONOMIE DU SPORT**

“ SPORSORA
est l'organisation référente
pour PENSER et INFLUENCER
le DÉVELOPPEMENT
de l'économie du sport. ”

1

UNE CONVERGENCE D'EXPERTISES

Décrypter les grandes tendances de l'économie du sport et les enjeux du sport de demain, pour comprendre les opportunités d'un écosystème en pleine transformation.

2

L'INFLUENCE D'UN COLLECTIF

Promouvoir les intérêts de ses membres et porter sa vision d'une économie du sport responsable et durable.

3

UN RÉSEAU ENGAGÉ ET CONNECTÉ

Fédérer des membres pluridisciplinaires à travers des opérations à forte valeur ajoutée et grâce à l'interconnexion d'hommes et de femmes influents dans l'univers du sport, en France et à l'international.

NOS CONVICTIONS

Le sport est un levier de croissance

Représentant 2% du PIB, le sport est un secteur économique à part entière, levier de croissance et d'emplois.

Le sponsoring doit être responsable

Le sport fait partie des rares passions permettant de partager des moments de joie et d'émotion tout en renforçant le lien social. Par sa puissance de communication, le sponsoring sportif a une responsabilité pour préserver et promouvoir les valeurs fondamentales du sport.

Le sponsoring facilite le lien privilégié entre le sport et l'entreprise

Une meilleure compréhension réciproque des enjeux est la condition indispensable à la création de valeur.

La force du collectif, moteur de notre ambition

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.

NOS ENGAGEMENTS

Partager cette croyance avec les réseaux d'influence

SPORSORA poursuivra ses travaux sur le ROI/ROO du sponsoring, fera œuvre d'influence sur les sujets de compétitivité, encouragera la structuration et la montée en compétence des instances fédérales tout en favorisant une gouvernance plus simple et lisible, favorisera l'ouverture vers l'international, l'accès au sponsoring à de nouvelles entreprises et l'émergence d'acteurs innovants.

Œuvrer pour promouvoir les valeurs sociétales du sport

SPORSORA favorisera une approche basée sur des engagements à long terme et un financement responsable, défendra la possibilité de rendre le sport et les événements sportifs accessibles à tous, développera la relation entre la santé et le sport, incitera ses adhérents à diminuer l'impact environnemental des événements sportifs. SPORSORA développera la diversité, en particulier l'attractivité du sport au féminin auprès de nouveaux partenaires.

Faire rayonner le sport au sein des entreprises

SPORSORA facilitera la relation entre détenteurs de droits et entreprises, fera la promotion du sport comme réponse aux enjeux de ressources humaines et associera des sportifs de haut niveau à ses événements et travaux.

Décrypter les tendances et promouvoir les intérêts de nos membres

Pour comprendre les opportunités d'un écosystème en pleine transformation, porter notre vision d'une économie du sport durable et fédérer des membres pluridisciplinaires à travers des opérations à forte valeur ajoutée grâce à l'interconnexion d'hommes et de femmes influents dans l'univers du sport.

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION



Olivier DULAC,
Président
(BNP PARIBAS)



Françoise BRESSON,
Secrétaire générale
(NESTLE WATERS)



Isabelle COLLETTE,
Trésorière
(LNB)



Antoine AUBOUR,
Délégué au collège
détenteurs de droits et
institutions sportives
(RUGBY WC FRANCE 2023)



Raymond BAURIAUD,
Vice-président délégué au
collège détenteurs de droits
et institutions sportives
(FF BASKETBALL)



Amel BOUZOURA,
Déléguée au collège annonceurs
(FDJ)



Lucien BOYER,
Vice-président délégué
au collège médias et
économie numérique
(VIVENDI)



Yvon BRETON,
Vice-président
(AG2R LA MONDIALE)



Virgile CAILLET,
Vice-président délégué à
l'intelligence économique
(L'UNION SPORT & CYCLE)



Laurent DAMIANI,
Président d'honneur
(INSPIRING SPORT CAPITAL)



Florence GARBARSKI,
Déléguée au collège
détenteurs de droits et
institutions sportives
(FF GOLF)



Jean-François JEANNE,
Vice-président délégué au
collège agences, prestataires,
cabinets d'étude
(INFRONT FRANCE)



Bruno LALANDE,
Vice-président délégué aux
relations internationales
(WOMEN SPORTS)



Frédéric LÉONARD,
Vice-président délégué au
développement territorial
(CAP CONSEIL)



Didier POULMAIRE,
Délégué aux relations
institutionnelles
(SELAS POULMAIRE AVOCAT
& FIDUCIAIRE)



Thomas REMOLEUR,
(OLBIA CONSEIL)



Antoine ROBIN,
Délégué à la communication et
aux relations avec les membres
(COME TOGETHER)



Michaël TAPIRO,
Délégué à la
commission formations
(SMS)



Bruno BELGODÈRE,
Censeur des comptes
(PREMIERE LIGUE)



Jauffray DUNYACH,
Censeur des comptes
(E-COTIZ)



QUAND LE SPORT
PLACE LE CORPS
AU COEUR DU PROCESSUS
DE RÉSILIENCE

 **IGHT** for
DIGNITY

accompagne les femmes fragilisées
par une pratique inédite et interdisciplinaire
pour retrouver confiance et estime de soi.

**SOUTENEZ NOTRE PROJET
DE RECHERCHE-ACTION
DÈS AUJOURD'HUI.**

fightfordignity.net

NOS ÉVÉNEMENTS 2018



14^{es} Trophées SPORSORA du Marketing Sportif

SPORSORA mettait à l'honneur le 15 février 2018 au Théâtre du Trianon les bonnes pratiques du marketing sportif de l'année 2017. Présidé par Claude Onesta, le Comité d'experts de cette cérémonie a permis de récompenser six acteurs ou actions marquants devant près de 700 représentants de l'économie du sport.



Garden Party 2018

Le 5 septembre 2018, SPORSORA organisait la 7^{ème} édition de sa Garden Party dans le cadre privilégié de la Fondation GoodPlanet sur le Domaine de Longchamp, en présence de son président Yann-Arthur Bertrand. Dans une ambiance chaleureuse et décontractée, 350 personnes étaient présentes à cet événement.



Observatoire du Naming 2018

Pour la 2^{ème} édition de l'Observatoire du Naming tenue le 12 octobre 2018, SPORSORA et le CDES ont réuni une centaine de participants au Lagardère Paris Racing, en collaboration avec Lagardère Sports & Entertainment et Kantar Media. L'objectif est de mettre en avant les bonnes pratiques, facteurs clefs de succès et identifier les freins en réunissant les différentes parties prenantes des opérations de naming.



Déjeuners Grands Témoins

SPORSORA propose régulièrement à ses membres de participer, en comité restreint, à un déjeuner en présence d'une personnalité au cœur de l'actualité de l'économie du sport. En 2018, ont été "Grands témoins" Laurent-Eric Le Lay, directeur des sports de France Télévision, ainsi que Jacques Rivoal et Claude Atcher, respectivement président et directeur général du GIP #FRANCE2023.

■ Les Rendez-vous débats en 2018 :



Tout savoir sur le marketing d'influence dans l'industrie du sport

Comme chaque année grâce à son partenaire BNP PARIBAS, SPORSORA propose à ses membres un Rendez-vous débats à Roland-Garros, en marge du tournoi. Le 7 juin 2018, une centaine de membres ont échangé sur les tendances, les opportunités et les bonnes pratiques du marketing d'influence dans le sport, en collaboration avec l'agence Lafourmi.



Blockchain : quelle application dans le sport ?

À l'occasion de son Assemblée Générale tenue au Tremplin le 20 juin 2018, SPORSORA et Havas Sports & Entertainment se sont associés pour décrypter les enjeux de la blockchain appliquée au sport.



Back to rugby ! Enjeux, perspectives, économie, sponsoring

SPORSORA a réuni une centaine de ses membres le 16 novembre 2018 au Cinéma Mac Mahon pour échanger autour de la transformation mondiale du rugby (avec des acteurs majeurs tels que World Rugby, 6 Nations et France 2023) et du positionnement des annonceurs dans le monde de l'ovalie (dont SNCF et Orange, aux côtés de Play International).



L'Afrique, future star du sport

Réunies au Cinéma Mac Mahon le 4 décembre 2018, plus de 100 personnes ont assisté au débat co-organisé avec le CIAN sur les enjeux du sport en Afrique. Le continent présente un potentiel considérable pour le développement du sport et donc des opportunités à saisir pour les acteurs économiques français.

NOS COLLÈGES

SPORSORA compte quatre collèges qui défendent les intérêts des professionnels qu'ils représentent : annonceurs ; détenteurs de droits ; agences, prestataires, cabinets d'étude ; médias et économie numérique. Ils se veulent être des laboratoires d'idées, lieux de confrontation sur l'évolution de leurs activités, postes d'observation sur le marketing sportif. Ils sont force de proposition au sein de leur corporation en matière de prise de parole, de création de contenus et de développement.

FOCUS 2018 SUR...



LE COLLÈGE ANNONCEURS

Piloté par Amel Bouzoura (FDJ)

- 29/03** Workshop « Activations : partage de bonnes pratiques », avec FDJ et LIDL.
- 25/05** Workshop « RSE : une opportunité pour le sport ? », avec l'Admical, l'ORSE, Nestlé Waters et Schneider Electric.
- 26/09** Workshop « Souriez, vous êtes mesurés 2 », avec Cofidis, Nielsen Sport et Sponsorise.me.



LE COLLÈGE DÉTENTEURS DE DROITS

Piloté par Raymond Bauriaud (FF Basketball)
avec Antoine Aubour (RUGBY WC FRANCE 2023)
et Florence Garbarski (FF Golf)

- 21/03** Workshop « Innover pour conquérir de nouvelles cibles », avec LaLiga et Tennis Australia
- 04/04** Workshop « Comment mettre en œuvre sa stratégie de licensing et merchandising », avec la FF Tennis, Leroy Tremblot et Licensing for Growth
- 15/05** Workshop « Golf Experience », avec Pascal Grizot, Président de la Ryder Cup 2018
- 05/07** Soirée des détenteurs de droits à la Villa Auteuil



LE COLLÈGE AGENCES, PRESTATAIRES ET CABINETS D'ÉTUDE

Piloté par Jean-François Jeanne (Infront)

Le 3 octobre 2018, SPORSORA présentait son « Guide des agences et prestataires : Qui sont les experts du sport business ? » à l'occasion d'une conférence de presse organisée au Stade Jean Bouin. Une publication de 120 pages d'analyses et de tendances qui s'appuie sur les expertises des 50 agences et prestataires membres de SPORSORA.

Ce guide permet de décrypter le rôle des structures spécialisées au service des acteurs du sport business. Pour mieux

aider les ayant-droits, les annonceurs ou les collectivités à savoir « qui fait quoi ? », il définit les différents métiers des agences et les illustre à travers 60 études de cas. Pour remettre le tout en perspective, le guide fait également état des 10 tendances clés qui structureront le marché dans les années à venir.

Il est disponible en téléchargement gratuit sur le site internet de SPORSORA et s'adresse à tous ceux qui souhaitent contribuer au rayonnement du sport en France : annonceurs, ayant-droits, médias, acteurs publics mais aussi les étudiants en recherche de clarification sur l'univers du sport business.

La conception du guide a alimenté l'activité du collège agences, prestataires et cabinets d'étude tout au long de l'année 2018. Le collège a pu se retrouver autour de ce projet, lors des différents workshops ainsi qu'à l'occasion de sa soirée annuelle organisée le 12 juillet au Cap Seguin.



NOS COMMISSIONS

SPORSORA compte huit commissions : communication et relations avec les membres ; sport au féminin ; formation ; intelligence économique ; relations institutionnelles ; relations internationales ; développement territorial ; sport santé. Elles portent des sujets transverses et ont la responsabilité de faire aboutir les grands chantiers de la mandature. Elles sont composées de personnalités adhérentes de l'association.

FOCUS 2018 SUR...



LA COMMISSION RELATIONS INTERNATIONALES

Pilotée par Bruno Lalande (Women Sports)

Lancée en 2018, l'action de la commission s'articule autour de trois objectifs et groupes de travail :

- 1 « To be connected en France »** : capitaliser sur le réseau établi des acteurs français et enrichir leurs échanges avec les acteurs internationaux en utilisant des vecteurs comme la francophonie ;
- 2 « To be connected à l'international »** : tisser des liens avec les homologues internationaux de SPORSORA et amener une expertise utile aux acteurs ;
- 3 « Go to Africa »** : étendre l'activité de SPORSORA vers l'Afrique francophone dans un premier temps, territoire privilégié pour le développement du sport.

Dans la lignée de ces objectifs, la commission s'est engagée dans le projet européen « BIG4SPORTS » dont le kick-off a eu lieu le 22 janvier 2019 à Barcelone. Il s'agit de connecter les sources de financement avec les acteurs du sport afin de développer conjointement des schémas innovants pour la gouvernance du sport au niveau européen. Ce projet de 30 mois aboutira sur l'organisation d'un forum international à Paris.

2018 a aussi été marquée par l'organisation du Rendez-vous débats « L'Afrique, future star du sport » le 4 décembre au cinéma Mac Mahon, en présence de nombreux intervenants dont Franck Paris, Conseiller pour l'Afrique au sein de la Cellule Diplomatique pour la Présidence de la République française, et David Douillet, ancien Ministre des Sports, Champion du Monde de Judo et Entrepreneur Linksport Capital.



**REJOIGNEZ LA RÉFÉRENCE
DU SPORT BUSINESS**

PARIS - LAUSANNE - BARCELONE

NOS PROGRAMMES :

BACHELOR EN MANAGEMENT DU SPORT

MBA EN MANAGEMENT DU SPORT

MBA EN MARKETING SPORTIF

MBA EN ÉVÉNEMENTIEL SPORTIF

WWW.SPORTSMANAGEMENTSCHOOL.FR

SUIVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



NOS COMMISSIONS

FOCUS 2018 SUR...

LA COMMISSION RELATIONS INSTITUTIONNELLES

Pilotée par Didier Poulmaire (SELAS Poulmaire Avocat & Fiduciaire)
et Olivier Dulac (BNP Paribas)



Afin de remplir sa mission consistant à penser et influencer le développement de l'économie du sport, la commission Relations Institutionnelles a élaboré des propositions dont l'objectif principal est d'inciter les investissements du secteur privé dans le sport. Grâce à la richesse et la diversité des expertises de ses membres, le groupe a pu prioriser 5 grandes thématiques :

- 1 Investissements** : fiscalité, infrastructures
- 2 Mécénat** : seuil, sportifs de haut niveau
- 3 Sport santé & sport en entreprise** : prévention, bien-être, RSE
- 4 Sponsoring & médias** : publicité, naming, droits à l'image
- 5 Financements innovants**



En 2018, SPORSORA est allée à la rencontre des pouvoirs publics avec pour objectifs de transmettre de nouvelles idées et de porter certaines propositions qui permettraient d'améliorer les conditions pour le développement du sport français.

- Auditions par l'Assemblée Nationale, le Sénat, le Conseil d'État, et le Conseil Économique, Social et Environnemental (CESE) ;
- Entretiens avec les conseillers sport de la Présidence de la République et du Premier Ministre, la Délégation Interministérielle aux Jeux Olympiques et Paralympiques (DIJOP), le cabinet de la Ministre des Sports, ainsi que les parlementaires engagés sur les sujets d'économie du sport.

EUROCOM

PARTENAIRE DE VOS EVENEMENTS

DU CONCEPT À LA PRODUCTION

Salons
Séminaires
Conventions
Evènements sportifs
Road shows
Lancements de produits

Eurocom sculpte votre communication, équipe vos sportifs, fédère vos clients, récompense vos équipes, met en scène votre image !

ATELIER DE COMMUNICATION 360°



Réponse à tous
vos besoins



Flexibilité
et réactivité



Autonomie
de production



Qualité
maîtrisée

www.eurocomfrance.fr

01 39 95 75 72



KEVIN MAYER

NOS SERVICES

ACCÉDER AUX RENDEZ-VOUS RÉGULIERS DE L'ASSOCIATION (Déjeuners Grands Témoins, Garden Party, Rendez-vous débats, événements partenaires, invitations lors des grands événements sportifs...).



AGIR AU SEIN DES COMMISSIONS ET DES COLLÈGES « MÉTIERS » véritables laboratoires d'idées, lieux de confrontation sur les évolutions et les innovations, force de proposition en matière de prises de parole et de création de contenus.



PROFITER D'UN RÉSEAU UNIQUE accessible grâce à l'annuaire des membres et mis en valeur lors des grands événements par des outils de networking.



BÉNÉFICIER DE L'INFLUENCE DE SPORSORA auprès des décideurs.



PARTICIPER AUX PETITS DÉJEUNERS D'ACCUEIL DES NOUVEAUX MEMBRES pour favoriser l'intégration des nouveaux arrivants au sein du réseau de SPORSORA.





BÉNÉFICIER D'AVIS D'EXPERTS, D'ÉTUDES DE MARCHÉ, DE CHIFFRES CLÉS, DE DONNÉES JURIDIQUES ET DE BEST PRACTICES en France et à l'international via l'espace « membres » de notre site internet.



RECEVOIR LA REVUE DE PRESSE HEBDOMADAIRE de l'économie du sport. En 2018, elle s'est enrichie de nouvelles rubriques : « naming », « innovations », « médias », « Paris 2024 » et « tendances » afin de rester à la pointe de l'actualité du marketing sportif.



RECEVOIR UNE NEWSLETTER HEBDOMADAIRE pour mieux partager vos actualités et vous communiquer nos activités.



PROMOUVOIR SES ACTIONS AUPRÈS DES DIFFÉRENTES PARTIES PRENANTES (pouvoirs publics, journalistes, professionnels) à travers les canaux de diffusion de l'association : site internet, réseaux sociaux, newsletters, actions de relations presse avec notre agence Sport Market (communiqués de presse, infographies etc.).



UTILISER L'ESPACE EMPLOI pour mieux répondre à vos besoins en matière de recrutement (contacts privilégiés des formations et des cabinets de recrutement membres de SPORSORA).

Plus d'informations
sur www.sporsora.com
ou par mail : sporsora@sporsora.com



PARTENAIRE
 ★ DU SPORT FRANÇAIS ★



 FDJsport

© photos: Bellenger/TS/FFBB - Presse Sports - FFHB/S.Pillaud - Vélofocus



ILS SONT MEMBRES DE SPORSORA

A26 ARCHITECTURES SPORT

ACCORHOTELS

ADIDAS

ADVISE CONSULTING

AFP

AG2R LA MONDIALE

AIRPRINT

ALLIANZ

ALLIANZ RIVIERA

AMAURY MEDIA

ANNE COMBIER

ARKEMA

AS MONACO

ASO

ASSOCIATION FRANÇAISE DE FOOTGOLF

ATAWA

ATHLANE

AUDENCIA

AUTOMOBILE CLUB DE L'OUEST

AVENA EVENT

BE SPORT

BE-QUIPE

BENCHETRIT NATHALIE

BLOCH CONSULTING

BNP PARIBAS

BOUVET ADRIEN

BPCE

BR EVENTS

BRITVIC

CAP CONSEIL

CDES

CNOSF

COME#TOGETHER

CONFORAMA

CORNERPLAY / THE WORDS

OF SPORT

COVEA

CSM SPORT & ENTERTAINMENT

DAMIEN SEGUIN

DE GAULLE FLEURANCE ET ASSOCIES

DISNEYLAND PARIS

E-COTIZ

EARVIN & LEW

EDF

EGG CH

EM LYON

ENEDIS

ENGIE

EQUATOR

EUROCOM

EVENTEAM

FAIRY DESK

FEDERATION NATIONALE

PROFESSION SPORT ET LOISIRS

FEDERATION SPORTIVE

DESASPTT

FF ATHLETISME

FF BADMINTON

FF BASKETBALL

FF BRIDGE

FF CYCLISME

FF EPGV

FF FOOTBALL

FF GOLF

FF GYMNASTIQUE

FF HANDBALL

FF LUTTE

FF NATATION

FF RANDONNÉE

FF RUGBY

FF SPORT AUTOMOBILE

FF SPORT D'ENTREPRISE

FF TENNIS

FF TIR A L'ARC

FF VOILE

FF VOL LIBRE

FIDAL

FONDACTION DU FOOTBALL

FONDATION ALICE MILLIAT

FOOTBALL INCLUSIVE

FORMULA E OPERATIONS

FRANCE GALOP

FRANCE TV SPORT

FREQUENCE RUNNING

GAMERSROOM

GAMINHO

GENERALI

GMF

GOALTIME

GOLBANG

GROUPAMA

HAVAS SPORTS & ENT.

HELLO BIRDIE

HERRY CONSEIL

HOBBYNOTE

HOPSCOTCH

HORSICAR

HUDDLE MAKERS

ICD - EVENTS MANAGEMENT

SCHOOL

IDALGO

ILYCOACH

IMG

IMMERSIV

INFINIFIT

INFRONT

INSEP

INSPIRING SPORT CAPITAL

KANTARSPORT

KETTLER

KPMG

L'UZUYNE

LA CENTRALE DU SPORT

LA FOURMI

LA FRANÇAISE DES JEUX

LA POSTE

LAGARDERE SPORTS &

ENTERTAINMENT

LALIGA

LE TROT

LEROY TREMBLOT

LES DÉCHAINÉS

LFP

LICENSING FOR GROWTH

LIDL

LIGUE NATIONALE

DE BASKETBALL

LIGUE NATIONALE

DE HANDBALL

LIGUE NATIONALE DE RUGBY

LIGUE NATIONALE DE VOLLEY

LILIANE FRETTE /

ØCONNECTION

LINEMEUP

LRSET

MACIF

MADAME SPORTIVE

MAIF

MAKE IT REAL

MCI

MECENAT CHIRURGIE

CARDIAQUE

MEDIAMETRIE

MEUDE VOLLEY LOZERE

MENTALISTA

MKTG

MY COACH

MY EGGO

NESTLE WATERS

NEWSTANK

NEXT MEDIA SOLUTIONS

NIELSEN SPORTS

NOWKEY

OCCURRENCE

OCTAGON SPORTS &

ENTERTAINMENT

OLBIA CONSEIL

ON L'AGENCE

ORANGE

ORCOM

OTSPOT

PARIS 2024

PASSITO

PLAY INTERNATIONAL

PMU

PREMIÈRE LIGUE

PREPPY SPORT

PULMAN Bertrand

PWC

QUARTERBACK

RATP

ROLEX

RUGBY EUROPE

RUGBY WORLD CUP

#FRANCE2023

RUNNING CARE

RUNNING HEROES

SAINT QUENTIN EN YVELINES

SAMM TRADING

SEACHER

SEATERS

SELAS POULMAIRE AVOCAT &

FIDUCIAIRE

SELL

SIXIEME SON

SOCIETE DES COURSES DU PAYS

D'AUGE

SOCIETE GENERALE

SONY PLAYSTATION

SPONSORING.FR

SPONSORISE.ME

SPORT CARRIERE

SPORT MARKET

SPORT PLUS CONSEIL

SPORT STRATEGIES

SPORTAGRAPH

SPORTEASY

SPORTS INCLUSIVE

SPORTS MANAGEMENT

SCHOOL

STADLINE

TELSTRA

TESTPASS

THE SPORTS ROOM

TONSSER

TOTAL

TRAIN ME

TV SPORT EVENTS

UCPF

UFOLEP

ULTIMATE EVENT

ORGANISATION

UNICEF

UNION SPORT & CYCLE

UNITEAM SPORT

UNSS

URBANSOCCER

VIDELIO

VIPARIS

VIVENDI

VOGO

VOLUNTEERS 4 SPORT

WANNATEAM

WEB STRATEGIES

XTREME AGENCY

YEESSS

YOGA CONNECT

YOUR EVENTS PRODUCTION



PASSION, EMOTION.

Lagardère
SPORTS AND
ENTERTAINMENT



LAGARDÈRE SPORTS AND ENTERTAINMENT - 16 RUE DU DÔME, 92100 BOULOGNE-BILLANCOURT - 01 74 31 72 00
WWW.LAGARDERE-SE.COM

L'ÉQUIPE PERMANENTE



Magali TÉZENAS DU MONTCEL

Déléguée Générale
09 72 64 82 10
magali.tezenas@sporsora.com



Antoine SOPETTI

Responsable Communication et Évènements
09 72 64 82 11
antoine.sopetti@sporsora.com



Julien NOËL

Chargé de mission
09 72 64 82 12
julien.noel@sporsora.com



Tom ADRIAENSSENS

Chargé de mission relations institutionnelles et internationales
09 72 64 82 13
tom.adriaenssens@sporsora.com

SPORSORA

33-35 Rue Nungesser et Coli, 75016 PARIS (entrée Stade Jean-Bouin)

Toute l'information sur notre site
www.sporsora.com

I REMERCIEMENTS

L'équipe SPORSORA Magali Tézenas du Montcel, Antoine Sopetti, Julien Noël, Tom Adriaenssens et Laura Harari.

Accueil du Comité d'experts Nous tenons à remercier chaleureusement l'Agence France Presse pour son accueil le 14 janvier de la réunion du Comité d'experts.

Production de la soirée Come#together

Animation de la soirée Nathalie Iannetta

Photographies Comité d'experts : © Morgan Bove
Garden Party 2018 : © AFP / William Alix
Trophées SPORSORA 2018 : © AFP / Jérôme Dominé

Création Graphique du programme Désigne

Trophées, Impression du programme & signalétique Nous tenons à remercier chaleureusement Eurocom pour la conception et réalisation des trophées ainsi que l'impression du programme et diverse signalétique.

Images Nous remercions beIN Sports, Canal+, Eurosport, France TV Sport, L'Equipe, RMC Sport, TF1, l'UER mais aussi ASO, le CIO, le CIP, l'European Judo Union, la FF Rugby, la FF Sport Automobile, la FF Tennis, la FI Judo, la FI Volleyball, la Ligue Européenne de Natation, OC Sport, Six Nations Rugby Ltd et l'Union Européenne de Gymnastique pour leur soutien et la mise à disposition des images.

Captation vidéo et montage des images Phoenix Events Production

Site internet et module de vote Web Stratégies

Podcasts Moustic The Audio Agency

DANS UN MONDE QUI CHANGE, VOTRE BANQUE RÉVÈLE LES FUTURS TALENTS DU TENNIS



En association avec

TEAM* BNP PARIBAS JEUNES TALENTS

BNP Paribas lance en association avec la Fédération Française de Tennis la «Team BNP Paribas jeunes talents» pour faire des espoirs d'aujourd'hui les champions de demain. Parrainé par Jo-Wilfried Tsonga, ce programme soutiendra 20 jeunes joueurs de 12 à 18 ans, ainsi que leur famille, pour les accompagner à chaque étape de leur formation vers le très haut niveau.

group.bnpparibas/tennis



BNP PARIBAS

La banque
d'un monde
qui change



Merci aux partenaires des 15^{ème} TROPHÉES SPORSORA DU MARKETING SPORTIF

TOP PARTENAIRES



PARTENAIRES



FOURNISSEURS



PARTENAIRES MÉDIAS



PARTENAIRES INSTITUTIONNELS



SPORSORA

AGIR ENSEMBLE POUR
L'ÉCONOMIE DU SPORT

33-35 Rue Nungesser et Coli, 75016 PARIS (entrée Stade Jean-Bouin)

Toute l'information sur notre site
www.sporsora.com