

## QUARTERBACK

### VOTRE AGENCE DE COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE SPORTIVE

#### COMMUNICATION EN ABOUTISSEMENT D'UNE STRATÉGIE DE MARQUE EXTERNE OU INTERNE

Quarterback est une agence de communication par et pour le sport, productrice de contenus. L'équipe de 30 collaborateurs conseille et accompagne les annonceurs, les grands institutions du sport ou les organisateurs d'événements sportifs dans toutes leurs démarches de mise en place d'un événement à travers le sport.



Agence indépendante créée en 1987 par deux anciens joueurs professionnels de tennis, Quarterback a développé au cours des années des offres et modules de mobilisation à travers le sport, **répondant notamment aux problèmes de responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) et sa volonté de promouvoir sa marque employeur**. Dans cette optique, l'agence décline son offre en 3 volets :

- Organisation d'événements sportifs internes nationaux ou internationaux (audit interne en amont) ;
- Séminaires témoignages avec des témoins reconnus auprès de participants internes ou externes ;
- Sport solidarity at work : ateliers citoyens afin de lever des fonds pour des associations par le sport.

## RÉFÉRENCES

### 1- Danoners World Cup, événement sportif interne unique au monde et mobilisateur

Il s'agit d'une **coupe du monde de football interne dédiée aux salariés du Groupe Danone**, divisée en 3 tournois (femmes, hommes et mixtes) disputés selon une phase locale de qualification puis une phase internationale, généralement organisées sur **des sites d'entraînement de clubs**. La mobilisation de tous est assurée par un responsable dédié (pilote des clubs de supporters, d'un réseau social interne dédié, un chatbot IA...). **15 000 salariés (35% de femmes)** jouent l'événement tous les deux ans, partageant un esprit de fête, d'ouverture, de mixité et d'engagement citoyen du groupe, à travers les marques et services du groupe dans le monde. Pour donner une idée concrète, le budget des phases qualificatives en France pour 2 000 salariés (150 équipes) se trouve entre **450 K€ – 600 K€**.

### 2- Saint-Gobain Football Cup, événement sportif de type marque employeur de gestion des talents

Le Groupe Saint-Gobain a embrassé le terrain sportif comme lieu de rencontre entre ses salariés et les étudiants, cibles des recrutements. En 2007, le groupe est devenu **partenaire titre de la Coupe de France des ESC** et a bénéficié de l'accompagnement de Quarterback pour restructurer totalement l'événement. Le succès de l'événement a permis de recruter des participants et a inspiré le groupe pour créer en 2018 **un événement similaire pour les écoles d'ingénieurs**. Les événements se déroulent en parallèle et donnent lieu à **une finale de la Saint-Gobain Football Cup**, intégrant les salariés. **15 000 étudiants** d'écoles de commerce et d'ingénieurs sont touchés par l'événement, pour **un budget inférieur à 450 K€**.

## ÉVALUATION

Pour évaluer les événements, l'agence propose **un débat de satisfaction sous forme de forum** sur les réseaux sociaux. Les résultats à mesurer sont suivis par le groupe lui-même, qui en tire son propre bilan. Concernant **la Saint-Gobain Football Cup**, les résultats concrets montrent plus de **70 CDI créés** par ce biais, **450 stages ou contrats d'apprentissage délivrés**, et **une notoriété accrue sur les réseaux sociaux**.