

Découvrez le palmarès de la 16^e édition des Trophées SPORSORA du Marketing Sportif

Paris, le 5 février 2020

SPORSORA, l'organisation référente pour penser et influencer le développement de l'économie du sport, a récompensé ce mardi au Pavillon d'Armenonville, les acteurs du marketing sportif français pour les bonnes pratiques 2019. En présence de Madame la Ministre des Sports Roxana Maracineanu et devant plus de 500 professionnels du sport business, 5 prix ont été remis : Jeep® France (Sponsor de l'année), adidas (Activation), UrbanSoccer (Stratégie d'un détenteur de droits), Orange (vidéo de l'année) et Mon Petit Gazon (Startup). Ce palmarès a été complété par un coup de cœur décerné par le président du Comité d'experts Michaël Jérémiasz, champion paralympique et entrepreneur du sport, à Candice Prévost et Mélina Boetti pour le documentaire Little Miss Soccer. Tony Parker a également été mis à l'honneur en ajoutant à sa galerie de trophées celui de la personnalité de l'année opéré par News Tank Sport.



Autour de la Ministre des Sports Roxana Maracineanu, le président du Comité d'experts Michaël Jérémiasz et le président de SPORSORA Olivier Dulac, l'ensemble des lauréats, des athlètes et des top partenaires.

Michaël JÉRÉMIASZ, Président du comité d'experts des 16^{es} Trophées SPORSORA du Marketing Sportif : « Au-delà des prix et de la qualité des dossiers, il faut souligner l'engagement des acteurs présents. A quelques mois des Jeux de Tokyo et dans la perspective des Jeux de Paris, il est important que les annonceurs, les détenteurs de droits, les agences et les médias, aient tous conscience de la responsabilité collective qui est la nôtre de mettre le pouvoir du sport au service de l'inclusion et d'enjeux sociétaux ».

Olivier DULAC, Président de SPORSORA : « C'est la 16^{ème} édition mais surtout une première, avec un nouveau format de diner de gala. Une belle réussite qui illustre la capacité de SPORSORA à mobiliser les professionnels du sport business et à fédérer les énergies pour contribuer au développement du sport en France et en faire un formidable outil en faveur de l'économie et de la société ».

Magali TÉZENAS DU MONTCEL, Déléguée Générale de SPORSORA : « Stratégie de naming, engagement responsable et authentique en faveur du lien social ou encore du sport féminin, et l'émergence des nouvelles pratiques : le palmarès illustre une nouvelle fois la diversité d'implication des acteurs du sport business et leur créativité. Autant de tendances identifiées dans la 2^{nde} édition du Guide des agences et prestataires SPORSORA « Qui sont les experts du sport business ? »

A télécharger [ICI](#)

CONTACT PRESSE : SPORT MARKET

Chrystelle TCHATAT – 01 80 88 89 09 – 06 76 28 43 29 – ctchatat@sportmarket.fr

Toute l'information sur www.sportsora.com

Le palmarès de la 16^e édition des Trophées SPORSORA

SPONSOR DE L'ANNÉE

TROPHÉE OR : Jeep® France – Naming Jeep® Élite

TROPHÉE D'ARGENT : Arkema – Behind The Dreams

TROPHÉE DE BRONZE : Société Générale – Coupe du monde de rugby 2019

Jeep® France – Naming Jeep® Élite

Jeep® Élite, un naming qui fait marquer des points à toutes les parties prenantes. La pertinence stratégique du partenariat pour répondre aux objectifs de la marque est avérée par les chiffres et le terrain. Lancé à mi-saison en 2018, ce naming est un axe essentiel de la plateforme de communication média et hors média de la marque. Il fait l'objet d'une montée en puissance permanente de son plan d'action intégrant l'ensemble des acteurs dans un esprit gagnant-gagnant. Ce succès est le fruit du travail intense et collaboratif du comité de pilotage comprenant les équipes Jeep®, la LNB et leurs agences respectives (Lagardère Plus et Sport Plus Conseil). L'implication des Clubs qui bénéficient des ressources été des animations du partenariat se fait également au profit des fans de basket.



De gauche à droite : Hervé Bodinier (Lagardère SE), Alain Béral (LNB), Allison Pineau, Stéphane Labous (Jeep France) et Jean-François Jeanne (Infront, parrain de la catégorie Sponsor de l'année).

ACTIVATION

TROPHÉE OR : adidas – adidas Tango League

TROPHÉE D'ARGENT : Accor – Super Jersey

TROPHÉE DE BRONZE : Malakoff Humanis – Faire du Sport pour combattre le Cancer

adidas – adidas Tango League

adidas Football a donné en 2019 un nouveau sens au marketing communautaire avec la plateforme d'activation Tango League. En donnant la parole et en rendant acteurs ses consommateurs, adidas inscrit son tournoi de street football dans une démarche authentique, inclusive et collaborative. Plus qu'un tournoi de football, c'est une plateforme qui s'ancre dans la réalité du Grand Paris et s'efforce de créer un impact positif. Avec la Tango League 2019, adidas répond à un besoin de proximité, de sens et de partage de valeurs communes qui sont aujourd'hui des leviers clés dans le développement du sentiment d'appartenance et de la désirabilité de marque.



De gauche à droite : Kévin Benharrats (Amaury Média, parrain de la catégorie activation), Florent Masson (adidas), Kristina Mladenovic, Said Elouardi (We are Young)

CONTACT PRESSE : SPORT MARKET

Chrystelle TCHATAT – 01 80 88 89 09 – 06 76 28 43 29 – ctchatat@sportmarket.fr

Toute l'information sur www.sportsora.com



LES TROPHÉES
SPORSORA
DU MARKETING SPORTIF

LE PALMARES DE LA 16^e ÉDITION DES TROPHÉES SPORSORA

STRATÉGIE D'UN DÉTENTEUR DE DROITS

TROPHÉE OR : UrbanSoccer – La Paris Saint-Germain Academy by UrbanSoccer change de dimension

TROPHÉE D'ARGENT : Team Vitality – Le leader français de l'esport à la conquête du monde

TROPHÉE DE BRONZE : FFBasketball – Le 3x3 par la FFBB, de la rue aux Jeux Olympiques

UrbanSoccer – La Paris Saint-Germain Academy by UrbanSoccer change de dimension

En 2019, la PSG Academy by UrbanSoccer a pris un nouveau tournant afin de poursuivre son développement en jouant la carte de l'innovation tout en conservant la qualité d'enseignement et d'accueil proposée aux 6700 inscrits à la rentrée. UrbanSoccer a renouvelé son offre : développement de l'Academy en province, multiplication des créneaux, inscription en ligne, séance 100% Féminines, Baby-Soccer, offres sur-mesure, stage international... autant de nouveautés qui ont permis d'attirer et de fidéliser enfants ET parents, conquis par l'aspect culturel et unique de l'expérience. L'épanouissement et la progression restent l'objectif principal d'UrbanSoccer qui a renouvelé l'ensemble de ses terrains, organiser davantage de formation pour ses éducateurs et faciliter les accès aux avantages du club.



De gauche à droite : Guillaume Pezzali (Fidal, parrain de la catégorie Stratégie d'un détenteur de droits), Nadia Ben Mokhtar (PSG Academy), Sophie Dlon (Fidal), Aymeric de Tilly (UrbanSoccer), Pierre Gasly

VIDÉO DE L'ANNEE

TROPHÉE OR : Orange – Passe en mode ballon

TROPHÉE D'ARGENT : Puma – The Flow

TROPHÉE DE BRONZE : Stade de Reims – Le Stade de Reims prend son envol avec Eva Air !

Orange – Passe en mode ballon

Depuis 20 ans, Orange s'engage auprès des clubs amateurs de foot de rugby et travaille aussi avec Play et la Ligue d'Enseignement pour des actions auprès des clubs, et avec Nike pour leur permettre de s'équiper à moindre coût. C'est donc tout naturellement qu'Orange a mis en place une campagne pour sensibiliser les jeunes (et les moins jeunes) à l'hyperconnexion. Car pour la déconnexion, si les enfants n'écoutent pas leurs parents, comment réagissent-ils lorsque ce discours est tenu par leurs idoles? Orange a développé une série de vidéos, avec des stars de football et de rugby. Ainsi avec l'aide de leur parents, des ados un peu trop « accros » à leurs écrans ont été piégés pour les faire « Passer en mode ballon ».



De gauche à droite : Denis Masseglia (CNOSF), Quentin Delobelle (Orange), Martin Lejeune

CONTACT PRESSE : SPORT MARKET

Chrystelle TCHATAT – 01 80 88 89 09 – 06 76 28 43 29 – ctchatat@sportmarket.fr

Toute l'information sur www.sporsora.com



LES TROPHÉES
SPORSORA
DU MARKETING SPORTIF

LE PALMARES DE LA 16^e ÉDITION DES TROPHÉES SPORSORA

STARTUP

TROPHÉE OR : Mon Petit Gazon – l'App qui transforme le fan en manager virtuel

TROPHÉE D'ARGENT : My Coach - pour accompagner la digitalisation du sport

TROPHÉE DE BRONZE : Rematch - Les vidéos highlights du sport amateur

MON PETIT GAZON – L'app qui transforme le fan en manager virtuel

MPG transforme le fan de foot « passif » en un manager « actif » qui coache virtuellement des joueurs réels. Aucun gain d'argent ni cadeaux, seule la fierté de défier ses amis compte. MPG est aujourd'hui comme une série entre amis qui feuilletonne leurs semaines et s'est ainsi fait une place à la croisée des chemins entre : le social média (communauté MPG très engagée en France), le gaming (classé dans les tops App gaming foot sur l'App Store), le pari (on parie gratuitement sur les performances des joueurs), le média (on consomme l'actualité foot via l'App). 823 000 utilisateurs se sont connectés depuis le 1^{er} août pour un total de 1,5M depuis ses débuts.



De gauche à droite : Timothée Adolphe, Martin Jaglin (MPG), Jean-Marc Willmann (MAIF, parrain de la catégorie Startup)

COUP DE CŒUR

LITTLE MISS SOCCER

Aujourd'hui, plus de 33 millions de femmes jouent au football dans le monde.

Candice Prévost et Mélina Boetti, caméra au poing, balle aux pieds, sont parties avec curiosité sur leurs traces. Ce film documentaire, tourné sur les cinq continents, nous invite à partager leur incroyable aventure. Entre découvertes enjouées et enquêtes ficelées, ces deux ex-footballeuses ont arpenté la "Planète football" avec une grande motivation : mettre en lumière ces jeunes filles et ces femmes dont le droit au but est un défi permanent. Des histoires rythmées par le football comme vecteur d'émancipation, reflet de la société et de leurs conditions de vie. Little Miss Soccer se révèle être un éventail vitaminé de rencontres sur un rectangle vert sans limite... »



De gauche à droite : Mélina Boetti (LMS) Alex Lutz, Michael Jeremiasz (Président du Comité d'experts), Candice Prévost (LMS)

CONTACT PRESSE : SPORT MARKET

Chrystelle TCHATAT – 01 80 88 89 09 – 06 76 28 43 29 – ctchatat@sportmarket.fr

Toute l'information sur www.sporsora.com



LES TROPHÉES
SPORSORA
DU MARKETING SPORTIF

LE PALMARES DE LA 16^e ÉDITION DES TROPHÉES SPORSORA

PERSONNALITÉ DE L'ANNÉE

Cette année, le vote a été opéré par News Tank Sport. Ce sont les abonnés News Tank ainsi que les membres SPORSORA qui ont élu la Personnalité de l'année

TONY PARKER - Président de LDLC ASVEL et LDLC ASVEL Féminin

Pour ses actions remarquables et impactantes au service de l'attractivité et du rayonnement de l'économie du sport en France :

- Intégration de l'OL Group dans le capital du LDLC ASVEL
- Rachat de la SEVLC, société d'équipement de Villard-de-Lans et de Corrençon-en-Vercors (Isère), qui gère les remontées mécaniques du domaine.
- Création d'une filière eSport-étude à la Tony Parker Adéquat Academy, en partenariat avec la Team LDLC
- LDLC ASVEL, champion de France masculin et féminin en 2019



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 230 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, échanges lors des workshops des collèges et commissions, bénéficient de services et agissent dans l'intérêt général.

Quelques chiffres :

Le nombre d'adhérents a augmenté de 15% depuis la dernière AG. SPORSORA a triplé le nombre de ses membres depuis 2010 pour compter 230 membres aujourd'hui. Plus de 100 événements organisés depuis 3 ans. Les Trophées SPORSORA, la Garden Party, L'Observatoire du Naming sont devenus des événements incontournables du paysage et calendrier du sport français.

CONTACT PRESSE : SPORT MARKET

Chrystelle TCHATAT – 01 80 88 89 09 – 06 76 28 43 29 – ctchatat@sportmarket.fr

Toute l'information sur www.sporsora.com



LES TROPHÉES
SPORSORA
DU MARKETING SPORTIF