

## Programme

### **ATELIER MARKETING SPORTIF**

#### **Booster votre stratégie marketing grâce au sport**

Avec les témoignages de **BNP Paribas**, **FDJ**, **Nestlé Waters France**

**Vendredi 20 janvier 2017 de 8h45 à 13h00**

à l'UDA - 53 avenue Victor Hugo - 75116 Paris - [Accès](#)

8h45	Accueil café
9h00	<p><b>Introduction</b> Par <b>Athénais Rigault</b>, <i>directrice hors-médias</i>, <b>UDA</b> et <b>Magali Tézenas du Montcel</b>, <i>déleguée générale</i>, <b>Sporsora</b>.</p>
9h05	<p><b>Le tennis au service de la communication de BNP Paribas</b> Par <b>Olivier Dulac</b>, <i>responsable des relations extérieures</i>, <b>BNP Paribas</b> et <i>président</i>, <b>Sporsora</b> BNP Paribas est le partenaire historique de tous les tennis, des plus grands tournois en France et à l'international jusqu'aux tournois des familles dans les clubs. Pourquoi avoir fait ce choix et en quoi il contribue au rayonnement de la marque ?</p>
9h20	<p><b>Témoignage de Nestlé Waters France partenaire de Roland Garros et du Tour de France</b> Par <b>Françoise Bresson</b>, <i>directrice des événements de marque et du développement durable</i>, <b>Nestlé Waters France marketing et distribution</b> Nestlé Waters France a intégré le sponsoring sportif au cœur de sa stratégie de marques avec Perrier, partenaire de Roland Garros ou encore Vittel, partenaire du Tour de France. Quel retour sur investissement les marques peuvent attendre du sponsoring sportif et avec quelle efficacité budgétaire ? Quelle complémentarité avec d'autres événements d'<i>entertainment</i> ? Retour sur des cas très concrets d'activations.</p>
10h05	<p><b>Les incontournables du marketing sportif</b> Par <b>Augustin Penicaud</b>, <i>directeur stratégie et business intelligence</i>, <b>Havas Sport &amp; Entertainment</b> Havas Sport &amp; Entertainment livrera les grandes données de cadrage, les incontournables du marketing sportif, les objectifs que les marques peuvent atteindre grâce à lui, le fait qu'il puisse être accessible à tout type de marque et de budget ainsi que les enjeux actuels. L'intervention sera illustrée par de nombreux exemples et bonnes pratiques.</p>
10h50	Pause
11h05	<p><b>Témoignage d'Amaury sport organisation, organisateur d'événements sportifs dans 5 univers différents</b> Par <b>Antoine Aubour</b>, <i>directeur adjoint marketing</i>, <b>A.S.O.</b> (Amaury sport organisation) Grâce à son portefeuille d'événements très variés (plus de 70 dans 5 univers : cyclisme, sport mécanique, <i>mass events</i>, golf, voile), A.S.O., leader mondial dans l'organisation d'événements sportifs hors-stade donnera un éventail des droits disponibles et des propositions qu'il peut mettre en œuvre pour ses clients partenaires ayant des objectifs différenciés (<i>visibilité</i>, <i>notoriété</i>, <i>business to store</i>, animation des collaborateurs, etc.) et des exigences en terme de <i>ROI</i> et <i>ROO</i> de plus en plus élevées.</p>
11h50	<p><b>Témoignage de FDJ, partenaire majeur et mécène du sport français</b> Par <b>Amel Bouzoura</b>, <i>responsable des engagements sports</i>, <b>FDJ</b> FDJ (La Française des jeux) est un partenaire atypique du sport car il est à la fois financeur du sport, sponsor d'une équipe cycliste, de fédérations (basket-ball, handball, volley-ball) et de la Ligue de Football professionnel (LFP), opérateur de paris sportifs, mécène, partenaire de l'UEFA Euro 2016 ou encore de la candidature aux Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024. Aussi son témoignage est particulièrement riche d'enseignements, d'autant plus que la RSE est au cœur de sa stratégie de sponsor engagé.</p>
12h35	<b>Questions réponses</b>
13h00	<b>Fin de l'atelier</b> , suivi d'un <b>cocktail</b> jusqu'à 13h30.