

22 février 2013 – OPEN 13 de MARSEILLE

Rendez-vous Débat SPORSORA



LES RENDEZ-VOUS
DÉBATS
SPORSORA

« Quand le sponsoring et l'événement deviennent citoyens »

Les intervenants :

- **David BLOUGH**, Directeur de Sport Sans Frontières et administrateur de Sport & Citoyenneté,
- **Jean-François CAUJOLLE**, Directeur de l'Open 13,
- **Stéphane DIAGANA**, Administrateur de la Fondation GDFSUEZ,
- **Thierry HUGUENIN**, Responsable Sponsoring et Mécénat de la FDJ & secrétaire général de SPORSORA,
- **Frédéric LEONARD**, Président de Territoires Conseil & administrateur de SPORSORA.

Débat co-animé par Marc MAURY et Lionel MALTESE, Maître de Conférences au sein d'Aix Marseille Université, Professeur Associé, KEDGE Business School, co-auteur de « Sport et RSE ».

La vision de l'Open 13 et de son directeur Jean-François Caujolle

Il s'agit de donner du sens à l'événement pour la collectivité, pas seulement sur la semaine du tournoi.

En lien avec le Conseil Général, il faut créer des passerelles avec le monde de l'éducation, informer sur le métier de sportif de haut niveau, faire comprendre les enjeux du sport professionnel et faire venir les enfants lors de la compétition.

Le futur de l'open 13, c'est un enjeu sportif porteur de sens pour la collectivité.

Exemple de bonne pratique : rencontre de jeunes avec Arnaud Clément lors du tournoi.

Systématisation des actions de mécénat dans le cadre d'un partenariat sportif

La FDJ associe à chacun de ses contrats de sponsoring un volet mécénat pour utiliser le sport comme vecteur d'insertion, et pour aider à préserver l'intégrité du sport.

Exemple de bonne pratique : du Tour de France Pénitentiaire dans le cadre du Tour de France Cycliste.

Les associations doivent être force de proposition auprès des organisateurs et partenaires des événements

Il existe une forte volonté des partenaires privés d'influer sur l'impact environnemental et social. En France on parle encore de mécénat traditionnel dit caritatif : aux associations d'innover avec le secteur privé, pour faire évoluer le mécénat et les actions citoyennes.

Exemple de bonne pratique : Course Vertigo organisée par Sport sans Frontières.

Impliquer les sportifs de haut niveau

Les sportifs de haut niveau ainsi que leurs comportements sportifs mais aussi privés sont extrêmement médiatisés. Ils ont un rôle de modèle pour la société, sont un puissant levier de dialogue avec le public jeune. Ils ne sont pas toujours préparés à cela aussi, le rôle d'accompagnement des agents sur ce sujet est essentiel.

Exemple de bonne pratique : J-W. Tsonga vainqueur du tournoi, et les actions de Ferrero auprès des jeunes.

Exemples de bonne pratique :

- Mardi 19 février, la venue de Bernard Tomic (n°41 mondial) à l'hôpital de La Timone, à la rencontre de six enfants hospitalisés et alités. Il a dédicacé une quarantaine de balles de tennis qui seront distribuées aux enfants qui viendront tout au long de la semaine s'amuser dans les salles de jeux de quatre étages sur les 16 que compte l'hôpital. BNP Paribas a offert des kits d'animation WRT composés d'un set de mini Ping Pong, cahier de coloriage, stickers tennis, etc.
- Mercredi 20 février, la venue d'une vingtaine d'enfants hospitalisés au Palais des sports pour suivre le match de Gilles Simon. Les enfants ont été accueillis dans l'espace BNP Paribas où ils ont goûté avant de rencontrer Mickael Llodra qui s'est prêté à une séance photos et de dédicaces avec les enfants.

S'inscrire dans la durée

L'événement doit « éclairer » mais au delà de l'éphémère, il convient de pérenniser les actions.

A propos de Sporsora

Le Sport représente un enjeu social et sociétal majeur, et un moteur de croissance de l'économie. Conscients de leur responsabilité, les Acteurs de l'économie du Sport ont créé dès 1994 Sporsora, une organisation interprofessionnelle au service de l'intérêt général.

Sporsora a notamment pour missions de favoriser le dialogue entre les parties prenantes, professionnaliser et développer l'économie du Sport, et promouvoir le marketing sportif comme leviers d'innovation, de management et de communication.

Sporsora regroupe aujourd'hui plus de 140 membres (annonceurs, agences, médias, écoles et opérateurs du Sport) et un réseau de près de 500 experts.

Pour connaître nos activités et adhérer à l'association : www.sporsora.com

Contact presse : sophie.debusni@sporsora.com / 01.53.23.01.68