



**10e ÉDITION  
DES TROPHÉES  
SPORSORA  
DU MARKETING  
SPORTIF**

**SPORSORA**

L'ASSOCIATION  
DES ACTEURS  
DE L'ÉCONOMIE  
DU SPORT

Communiqué de presse - Mardi 21 janvier 2014

**BNP Paribas, LCL, SAEM Vendée Globe, Sport Sans Frontières et E-Cotiz,  
Lauréats des 10<sup>es</sup> Trophées SPORSORA**

**SPORSORA**, l'Association des acteurs de l'économie du Sport a organisé lundi 20 janvier la **10<sup>e</sup> édition des Trophées SPORSORA du Marketing Sportif** qui met à l'honneur les stratégies de marketing sportif les plus innovantes et efficaces.

La cérémonie animée par Denis Brogniart a eu lieu dans le Grand Amphithéâtre de la Sorbonne devant plus de 800 participants : annonceurs, médias, détenteurs de droits, agences, personnalités et sportifs de haut niveau.

## **Les lauréats sont...**

---

**Sponsor de l'année - LCL**, Au cœur du 100<sup>e</sup> Tour de France

**Stratégie marketing d'un détenteur de droits - SAEM Vendée Globe**

**Engagement sociétal et citoyen - SPORT SANS FRONTIÈRES**, Course Vertigo

**Expérience de marque - BNP Paribas**, 40 ans de Roland-Garros

**Stratégie digitale - E-COTIZ**, Cotiser en ligne

**Et le Trophée SPORSORA de la décennie** a été attribué à **BNP PARIBAS**.

**Tony ESTANGUET**, triple champion olympique de canoë monoplace, Membre du CIO et Président du Comité d'experts de cette 10<sup>e</sup> édition :

*"Être président du comité d'experts des Trophées SPORSORA est une super expérience ! Échanger avec toutes les parties prenantes (annonceurs, diffuseurs, détenteurs de droits...) ainsi que l'expérience des membres du jury qui m'accompagnaient était très enrichissant. Les candidats ont présenté des dossiers de grande qualité, je tiens à tous les saluer et à les féliciter. C'est un exercice particulièrement délicat de juger et d'évaluer le travail des autres."*

**Laurent DAMIANI**, Président de SPORSORA :

*"Le secteur bancaire est le grand vainqueur de cette 10<sup>e</sup> édition. Les prix remis à LCL (Sponsor de l'année) et à BNP Paribas (Trophée de la décennie et Expérience de marque) consacrent des stratégies innovantes, une constance dans l'engagement et une contribution forte au développement du sport. Sur dix ans, ce sont près de 100 initiatives et bonnes pratiques récompensées par SPORSORA."*



**10e ÉDITION  
DES TROPHÉES  
SPORSORA  
DU MARKETING  
SPORTIF**

**SPORSORA**

L'ASSOCIATION  
DES ACTEURS  
DE L'ÉCONOMIE  
DU SPORT

Communiqué de presse - Mardi 21 janvier 2014



### **Le Trophée SPORSORA de la décennie : BNP Paribas**

BNP Paribas est le 1<sup>er</sup> partenaire du tennis dans le monde, avec un engagement dans toute la filière de ce sport (professionnel, amateur, local, international, familial, handicap etc...). La relation qui lie cette banque au tennis dure depuis 1973, date de son premier partenariat avec le tournoi de Roland-Garros, dont elle est toujours parrain officiel. À ce jour, elle est sponsor officiel de 4 ATP Master 1000 (Paris-Bercy, mais aussi Rome depuis 2005, Monte-Carlo depuis 2006 et Indian Wells depuis 2009), et sponsor titre de la Coupe Davis depuis 2001, ainsi que de la FedCup depuis 2005 notamment. Au total, son implication s'étend auprès de plus de 20 fédérations internationales, 2000 clubs et 550 tournois amateurs.



### **Sponsor de l'année**

#### **LCL / Au cœur du 100<sup>e</sup> Tour de France**

Banque universelle de proximité, partenaire historique du Tour de France (depuis 1981) et de son Maillot Jaune (depuis 1987), LCL a mis en place un dispositif fédérateur et participatif pour célébrer la 100<sup>e</sup> édition de cet événement populaire. Au cœur du Tour de France, les activations LCL ont visé à faire partager la passion centenaire pour la Grande Boucle par le plus grand nombre, téléspectateurs, spectateurs, clients et salariés, internautes et membres d'autres communautés digitales.

*Nommés :*

**LANCIA** / Partenaire élégant du Stade Français Paris

**SOJASUN** / « Le vélo n'a pas fini de vous surprendre »



### **Stratégie marketing d'un détenteur de droits**

#### **SAEM VENDÉE GLOBE / Édition 2012-2013**

L'approche développée pour la gestion des droits du Vendée Globe s'est révélée particulièrement audacieuse : plutôt que de considérer les droits TV comme une source de rentrée d'argent (sur le modèle des principaux événements sportifs), la production de contenus libres de droits et mis à la disposition de l'ensemble des médias a, au contraire, été considérée comme un investissement permettant de générer une forte médiatisation, cette audience pouvant ensuite être valorisée auprès de partenaires.

*Nommés :*

**FÉDÉRATION FRANÇAISE D'ATHLÉTISME** / Refonte de sa stratégie marketing

**FÉDÉRATION FRANÇAISE DE TENNIS** / Habillage des courts de Roland-Garros



**10e ÉDITION  
DES TROPHÉES  
SPORSORA  
DU MARKETING  
SPORTIF**

**SPORSORA**

L'ASSOCIATION  
DES ACTEURS  
DE L'ÉCONOMIE  
DU SPORT

Communiqué de presse - Mardi 21 janvier 2014

## **Engagement sociétal et citoyen**

### **SPORT SANS FRONTIÈRES / Vertigo, course verticale et solidaire**

Le 31 mai dernier, l'association Sport Sans Frontières a lancé la première course verticale française, dans la tour la plus haute de l'Hexagone : la Tour FIRST, située dans le quartier de La Défense. Depuis sa création en 1999 sur l'idée que le jeu et le sport constituaient de puissants outils de mobilisation et de transmission, Sport Sans Frontières gère des programmes d'accompagnement dans 12 pays au profit de près d'un demi-million d'enfants.

*Nommés :*

**EDF** / En 2013, EDF illumine le handisport

**FÉDÉRATION FRANÇAISE DE BASKETBALL** / Programme FFBB citoyen

## **Expérience de marque**

### **BNP PARIBAS / 40 ans de Roland-Garros**

En 2013, BNP Paribas a souhaité partager la célébration du quarantième anniversaire de son partenariat avec Roland-Garros – et plus globalement de son engagement dans le tennis – avec le plus grand nombre. Les clients et collaborateurs du Groupe, ainsi que le grand public, ont ainsi eu la possibilité de réaliser leurs rêves de tennis et d'écrire une page de l'histoire du tournoi. BNP Paribas leur a ouvert les portes de lieux habituellement inaccessibles.

*Nommés :*

**PERRIER** / 150 ans de rebondissement

**REEBOK** / *Live with fire*

## **Stratégie digitale**

### **E-COTIZ / Cotiser en ligne**

E-Cotiz est la première solution de paiement de cotisation en ligne développée pour les associations sportives à destination de leurs adhérents. Avec E-Cotiz, il est ainsi possible de créer en quelques minutes et sans compétences techniques des cotisations, et de donner la possibilité aux adhérents de les payer en ligne par carte bancaire 24h/24 et 7j/7, avec une commission de 2,5 % par transaction.

*Nommés :*

**PSG** / Nouvelle billetterie

**PSG** / Application *Fotofan*



**10e ÉDITION  
DES TROPHÉES  
SPORSORA  
DU MARKETING  
SPORTIF**

**SPORSORA**

L'ASSOCIATION  
DES ACTEURS  
DE L'ÉCONOMIE  
DU SPORT

**ANNEXES**

## Rappel du processus de vote

**49 dossiers** ont été reçus ou identifiés par le comité d'organisation. **25 candidats ont été retenus.**

Le 26 novembre au CNOSF, les candidats ont été auditionnés par le Comité d'experts. Celui-ci a évalué chaque dossier selon cinq critères considérés par SPORSORA comme les facteurs clés de succès d'une bonne campagne de marketing sportif : **cohérence, pérennité, originalité, impact et exemplarité.**

**3 dossiers ont été retenues** dans chaque catégorie et soumis au **vote sur internet de 1000 professionnels** du secteur du 18 décembre au 10 janvier 2014.

Le Comité d'experts a par ailleurs décerné directement le « Trophée de la décennie » sur la base de critères plus spécifique de vision stratégique, d'innovation dans la durée, et de contribution à l'écosystème.

## Composition du comité d'experts

### Président :

**Tony ESTANGUET**, triple champion olympique en canoë monoplace et membre du CIO

### Membres :

- **Alberto BICHI**, Secrétaire général - Federation of the European Sporting goods Industry
- **Benoit CORNU**, Directeur de la communication - PMU
- **Jean-Pierre DE VINCENZI**, Directeur - INSEP
- **Philippe DIALLO**, Directeur général - UCPF
- **Frédérique GALAMETZ**, journaliste - *L'Equipe*
- **Jean-Christophe GILETTA**, Directeur général adjoint - France Galop
- **Boris HELLEU**, Maître de Conférences - Université de Caen Basse-Normandie
- **Jean-François JEANNE**, Directeur général - Infront France
- **Christine KELLY**, Présidente de la mission "Sport" - CSA
- **Marie-Christine LANNE**, Directrice de la communication – Generali France
- **François LECCIA**, Directeur de l'Institut Sport & Management - Ecole de Management de Grenoble
- **Catherine LESCURE**, Directrice marque et image - EDF
- **Brice MAZENOD**, Community Manager - Adidas
- **Nathalie SERGENT**, Directrice B to C et Hospitalités - Fédération Française de Tennis
- **Arnaud SIMON**, Directeur général France - Eurosport,
- **Marianne SIPROUDHIS**, Présidente - Amaury Médias
- **Loic YVIQUEL**, Co-président et fondateur - SportlabGroup

TOP PARTENAIRES



Rien que pour vos marques



INSTITUTIONNELS



**10e ÉDITION  
DES TROPHÉES  
SPORSORA  
DU MARKETING  
SPORTIF**

**SPORSORA**

L'ASSOCIATION  
DES ACTEURS  
DE L'ÉCONOMIE  
DU SPORT

ANNEXES

## Les Trophées SPORSORA s'internationalisent

La RATP, lauréat de la 9<sup>e</sup> édition des Trophées SPORSORA avec sa campagne « Les Mercredis du rugby » participera aux trophées européens organisés le 28 janvier 2014 à Londres par l'ESA, European Sponsorship Association.

La RATP concoure dans la catégorie « Best of Europe » intégrée aux ESA Excellence Awards avec la participation d'autres pays européens.



© Getty Images

Retrouvez toutes les photos de la cérémonie [en cliquant ici](#) et les informations sur les Trophées SPORSORA du Marketing Sportif sur notre site [www.sporsora.com](http://www.sporsora.com).

### À 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 levier d'innovation, de management et de communication. SPORSORA regroupe aujourd'hui plus de 150 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](http://www.sporsora.com)

Contact presse : Sophie de Busni – [sophie.debusni@sporsora.com](mailto:sophie.debusni@sporsora.com) / 01 70 91 55 14

TOP PARTENAIRES



Rien que pour vos marques



LE MINISTRE DES SPORTS, DE LA JEUNESSE, DE L'ÉDUCATION, DU DÉVELOPPEMENT POPULAIRE ET DU LOGEMENT

**SPORSORA**

L'ASSOCIATION DES ACTEURS  
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

Retrouvez toutes les informations SPORSORA sur [www.sporsora.com](http://www.sporsora.com)  
Pour toute information : [donatien.viaud@sporsora.com](mailto:donatien.viaud@sporsora.com) - 01 70 91 55 13

Copyright © 2013 - SPORSORA All Rights reserved - Design by **Seenk.**

6 avenue Franklin Roosevelt  
75008 Paris