



Les nommés pour la 10^e édition des Trophées SPORSORA du Marketing Sportif sont...

SPORSORA, l'Association des acteurs de l'économie du sport organise chaque année l'événement de référence du marché qui met à l'honneur les stratégies de marketing sportif les plus innovantes et efficaces.

La **10^e édition des Trophées SPORSORA du marketing sportif** aura lieu le **20 janvier 2014** dans le **Grand Amphithéâtre de la Sorbonne**.

Le comité d'experts composé de 19 membres et présidé par **Tony Estanguet**, triple champion olympique de canoë monoplace et membre du CIO a retenu 3 candidatures dans chacune des cinq catégories.

Pour Tony Estanguet : *"C'est un événement qui a su s'imposer. J'ai été accompagné par des partenaires qui étaient très intéressés par ces Trophées, cela veut dire que ces derniers ont de la valeur. C'est un moyen de partager les bonnes pratiques, de faire la promotion du sport en général et d'inciter les marques à continuer d'investir dans le sport. Le sport, professionnel mais surtout amateur, a besoin de ce soutien financier pour continuer à se structurer et à se développer."*

Sponsor de l'année

- **LANCIA** - Partenaire élégant du Stade Français
- **LCL** - 100^e Tour de France
- **SOJASUN** - "Le vélo n'a pas fini de vous surprendre"

Stratégie marketing d'un détenteur de droits

- **FF ATHLÉTISME** - Refonte de la stratégie marketing
- **FF TENNIS** - Nouvel habillage des courts de Roland-Garros
- **VENDÉE GLOBE** - Édition 2012/2013

Engagement sociétal et citoyen

- **EDF** - En 2013, EDF illumine le handisport
- **FF BASKETBALL** - Le programme FFBB citoyen
- **SPORT SANS FRONTIÈRES** - Course *Vertigo*

Expérience de marque

- **BNP PARIBAS** - 40 ans de Roland-Garros
- **PERRIER** - 150 ans de rebondissement
- **REEBOK** - *Live With Fire*

Stratégie digitale

- **E-COTIZ** - Cotiser en ligne
- **PSG** - Nouvelle billetterie
- **PSG** - Application *Fotofan*

Pour cette 10^e édition, le comité d'experts décernera le **Trophée SPORSORA de la décennie** qui récompensera l'acteur ayant le mieux contribué au développement de l'univers du marketing sportif de par son engagement, ses innovations et sa vision stratégique.

Rappel du processus de sélection

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

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

Ces campagnes seront soumises au **vote sur internet de 1000 professionnels du secteur du 18 décembre au 10 janvier 2014**.

Les membres du comité d'experts

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

Alberto BICHI, Secrétaire général - Federation of the European Sporting goods Industry (FESI),
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,
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,
Mathieu MOREUIL, Head of European Public Policy - Premier League,
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.



Rien que pour vos marques



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 150 membres (annonceurs, agences, médias, écoles et opérateurs du Sport) et un réseau de près de 500 experts.