



Lidl, Championnat du monde de handball France 2017, Perrier, La Centrale du Sport, Mairie de Paris & Ubi Bene, Tony Estanguet & Bernard Lapasset, lauréats des Trophées SPORSORA 2018.

SPORSORA, l'organisation référente pour penser et influencer le développement de l'économie du sport, mettait à l'honneur **ce jeudi 15 février 2018 au Théâtre du Trianon** les bonnes pratiques du marketing sportif de l'année 2017. Une cérémonie marquée par la présence de Claude Onesta, Président du comité d'experts de cette 14^{ème} édition, ainsi que de nombreuses autres personnalités et sportifs qui font rayonner le sport français sur la scène internationale.



Découvrez le palmarès des Trophées SPORSORA 2018 ...

— SPONSOR DE L'ANNÉE —

LIDL – Lidl supporter du handball français

— STRATÉGIE D'UN DÉTENTEUR DE DROITS —

CHAMPIONNAT DU MONDE DE HANDBALL – 25^e Championnat du monde masculin de handball, France 2017

— ACTIVATION —

PERRIER – Smash Perrier

— STARTUPS —

LA CENTRALE DU SPORT – Au service du sport amateur

— COUP DE CŒUR DU JURY —

MAIRIE DE PARIS & UBI BENE – Les Journées Olympiques de Paris 2024

— PERSONNALITÉ DE L'ANNÉE —

TONY ESTANGUET & BERNARD LAPASSET – Co-Présidents du Comité de candidature de Paris 2024

Olivier Dulac, Président de SPORSORA : « Ces 14^{es} Trophées démontrent une nouvelle fois qu'ils sont l'événement incontournable du marketing sportif, grâce au nombre très important de dossiers reçus d'une qualité impressionnante. Merci au Comité d'experts et son président Claude Onesta qui ont mis tout leur professionnalisme et leur passion pour étudier et choisir les vainqueurs de cette soirée. Et un bravo particulier à la "double" personnalité de l'année, Tony Estanguet et Bernard Lapasset. »

Magali Tézenas du Montcel, Déléguée générale de SPORSORA : « Nous sommes fiers pour cette 14^{ème} édition, de récompenser de tels candidats qui témoignent de la richesse et de la diversité du marketing sportif : l'opération **Smash Perrier**, pour la catégorie « Activation », nous rappelle à quel point le sport a cette faculté unique de générer des émotions rares. Le succès du Comité d'Organisation **France Handball 2017** démontre le savoir-faire français en matière d'organisation de grands événements sportifs internationaux. L'innovation et la créativité ont également été mises à l'honneur par les performances des startups avec pour lauréat **La Centrale du Sport**. **LIDL** est désignée « Sponsor de l'année » pour son engagement durable et responsable grâce à une stratégie très complète servant la marque, ses publics et le handball français. L'année 2017 aura été marquée par l'attribution des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 à Paris. Le jury a ainsi décerné le Trophée « Personnalité de l'année », nouveauté de cette édition, au binôme **Tony Estanguet / Bernard Lapasset** ; mais aussi un coup de cœur à la **Mairie de Paris** pour les Journées Olympiques, avant-goût de l'expérience que nous vivrons en 2024. Ces 6 lauréats forment incontestablement un grand cru « extraordinaire », « phénoménal » ! »

CONTACT

Antoine Sopetti – antoine.sopetti@sporsora.com

09 72 64 82 11

Toute l'information sur www.sporsora.com



— LIDL / Lidl supporter du handball français

Depuis 2015, Lidl s'engage activement pour le handball français. Partenaire de la LNH et de la FFHandball, l'enseigne devient en 2016 le 1er sponsor titre d'une compétition professionnelle de handball : la « Lidl Starligue ». En 2017, « Partenaire Phénoménal » du Mondial 2017, Lidl participe à l'événement majeur du handball en France ! Présente sur tous les terrains, l'enseigne utilise tous les leviers d'activation pour promouvoir le handball et ses compétitions.

En 2017, 3 spots TV ont été réalisés et près de 300 fan zones animées partout en France. Lidl accompagne également le handball amateur local à l'occasion d'événements destinés aux jeunes. En septembre 2017, madeinhand.fr, la plateforme créée par la marque pour parler handball 365 jours par an a soufflé sa première bougie !

TROPHÉE D'ARGENT : FDJ – FDJ s'engage pour Elles

TROPHÉE DE BRONZE : BANQUE POPULAIRE – Banque Populaire sur le Vendée Globe

— CHAMPIONNAT DU MONDE DE HANDBALL / 25^e Championnat du monde masculin de handball, France 2017

Quinze ans après le dernier Championnat du monde organisé sur ses terres, la France s'est vu attribuer l'organisation du 25e Championnat du monde de handball masculin IHF et ce, dans un contexte singulier : une équipe de France au sommet de son art mais une discipline encore confidentielle. Un projet ambitieux a donc été développé par le Comité d'Organisation France Handball 2017 : faire de cet événement le rendez-vous sportif incontournable de l'année 2017. Pour y parvenir, un plan de communication multicanal et une plateforme de marque ambitieuse ont été mis en œuvre permettant à France Handball 2017 d'atteindre un engouement jamais vu et faisant basculer le handball français dans une autre dimension ! La réussite de cet événement, salué pour son organisation et sa communication innovante, a laissé à l'ensemble du paysage handballistique un héritage sans égal.

TROPHÉE D'ARGENT : FÉDÉRATION FRANÇAISE DE TENNIS – Mojjo Pro Tour, résumés automatisés et matchs condensés

TROPHÉE DE BRONZE : LNB – Amazon partenaire majeur de la LNB

— PERRIER / Smash Perrier

Partenaire de Roland-Garros depuis 39 ans, PERRIER met en place chaque année des expériences exceptionnelles. La marque a décidé en 2017 de proposer un événement « money can't buy » à son groupe cible, les millennials, en créant un événement d'envergure sur un site emblématique de la capitale parisienne : illustrer la métaphore d'un smash d'une balle de tennis transposée par un vol en tyrolienne au-dessus du Champ-de-Mars.

Le SMASH PERRIER : 1 minute, 90km/h accroché à un câble de 800 mètres de long du 2e étage de la Tour Eiffel vers l'Espace Perrier installé à l'École Militaire. Une opération qui a créé le buzz et généré d'importantes retombées dans les médias et sur les réseaux sociaux : 45% de couverture sur les 25-40 ans / Twitter PERRIER 1er annonceur sur Roland-Garros / 2,6M d'engagement. Au total, plus de 72M de contacts ont été générés.

TROPHÉE D'ARGENT : ADIDAS – « Here to Create », France Handball 2017

TROPHÉE DE BRONZE : FDJ – Championnat de France des Pronos



— LA CENTRALE DU SPORT / Au service du sport amateur —

Partis du constat que les clubs amateurs se doivent de bien maîtriser leurs achats et manquent de temps pour le faire, Kevin et ses deux associés, Adrien et Mickael, ont fondé en 2016 une plateforme d'achats d'équipements sportifs en ligne avec un objectif commun : simplifier l'expérience d'achats des clubs, des associations sportives & des collectivités. Notre solution gratuite leur permet de comparer les meilleures offres du marché en seulement 48h et de réaliser des économies. En plus du gain de temps et d'argent, nous nous positionnons comme un tiers de confiance, un référent ; nos distributeurs répondent à des critères précis (en termes d'équipements / tarifs / délais / conditions chez les marques) afin d'assurer une qualité de service optimale auprès de nos acheteurs. Nous accompagnons nos clients pendant tout le process d'achat ; une vraie histoire se crée entre eux et nous.

TROPHÉE D'ARGENT : BOXER INSIDE – Gants de boxe connectés

TROPHÉE D'ARGENT : TRAINME – L'économie collaborative au service du sport

— MAIRIE DE PARIS & UBI BENE / Les Journées Olympiques de Paris 2024 —

Les 23 & 24 Juin 2017, la ville de Paris offrait à chacun la possibilité de découvrir les disciplines olympiques et paralympiques dans le cadre du soutien à la candidature Paris 2024 aux Jeux Olympiques d'été 2024. À l'occasion de la Journée Olympique mondiale, la ville a confié à Ubi Bene le soin de mettre en œuvre un dispositif hors-norme consistant à transformer le centre historique de la ville en une immense arène sportive de 250.000 m². Une piste d'athlétisme de 150m de longueur, un plongeur olympique sur le pont Alexandre III et dix grandes zones thématiques allant du Pont Sully au quai d'Orsay, permettant aux familles et à tous les franciliens de découvrir, pratiquer et rencontrer les athlètes de 33 disciplines olympiques et paralympiques. Les Journées Olympiques de Paris 2024 ont accueilli 1,2 millions de visiteurs et engrangé des dizaines de millions de vues à la faveur des retombées médiatiques sur le plan national et international : 180 sujets ont été diffusés en télévision en France, ainsi que 276 supplémentaires à l'international.

— TONY ESTANGUET & BERNARD LAPASSET / Co-Présidents du Comité de candidature Paris 2024 —

CONTACT

Antoine Sopetti – antoine.sopetti@sporsora.com

09 72 64 82 11

Toute l'information sur www.sporsora.com



Composition du comité d'experts :

Président :

- **Claude ONESTA**, ancien sélectionneur de l'équipe de France de handball, missionné pour travailler sur la haute performance des équipes de France en vue des Jeux de Paris 2024.
- **Antoine AUBOUR**
- **Matthieu BARNAY**, Directeur Marketing du CNOSF
- **Amel BOUZOURA**, Directrice Sponsoring et Partenariats Sportifs de FDJ
- **Laurence DES ROTOURS**, Directrice Générale Adjointe de NextRégie
- **Michel DESBORDES**, Professeur à l'Université Paris Sud
- **Sophie DUHAMEL**, Déléguée Générale d'Entreprises et Médias
- **Omar EL ZAYAT**, Directeur du Tremplin
- **Alexandre FERRACCI**, Directeur Général Sport de MKTG
- **Marie-Amélie GUILLET**, Responsable Evénements & Sponsoring de SKODA
- **Jean-François JEANNE**, Directeur Général d'Infront
- **Antoine LEVAN**, Directeur Marketing & Communication de Conforama
- **Thierry MARTINEZ**, Directeur de la Communication de la Caisse d'Épargne
- **Jean-François MARTINS**, Adjoint à la maire de Paris en charge des sports et du tourisme
- **Barbara MARTINS-NIO**, Directeur Sports de MCI Group France
- **Nizar MELKI**, Co-fondateur de Sporteasy
- **Laure MESTRE**, Directrice stratégie sport de la MAIF
- **Tiphaine POULAIN**, Directrice associée de Sport Market
- **Athénaïs RIGAULT**, Directrice hors-média de l'UDA
- **Ludivine ROOSEBEKE**, Directrice déléguée aux partenariats de Paris 2024



Les dates clés :

- **9 janvier 2018** : réunion du jury et désignation du « Coup de cœur » et de la « Personnalité de l'année ».
- **15 février 2018** : soirée des Trophées SPORSORA du Marketing Sportif au Trianon. Vote en direct des participants pour désigner le lauréat de la catégorie « Startups » suite à une session de pitches.

CONTACT

Antoine Sopetti – antoine.sopetti@sporsora.com

09 72 64 82 11

Toute l'information sur www.sporsora.com



Définition des catégories :

SPONSOR DE L'ANNÉE

Cette catégorie couronne l'annonceur qui a réussi, dans la durée, à développer le partenariat le plus en phase avec ses objectifs stratégiques ou tactiques. L'approche primée sera la plus créative, la plus transversale, la plus aboutie, la plus responsable et la plus respectueuse des valeurs de l'organisation sportive ou de l'athlète. Ce partenariat aura permis à l'organisation sportive ou à l'athlète d'accroître son rayonnement et sa visibilité, et à l'entreprise d'atteindre ses objectifs sur le territoire français.

STRATÉGIE D'UN DÉTENTEUR DE DROITS

Cette catégorie récompense le sportif ou l'organisation sportive, privée ou publique, qui a déployé sur le territoire français la stratégie marketing la plus créative, la plus aboutie, la plus responsable et la plus efficace. Sera valorisé le détenteur de droits qui a réussi le mieux à se démarquer et à développer un ou plusieurs de ses marchés (ex : pratiquants, licenciés, spectateurs, sponsors, clubs, collectivités territoriales, médias etc.).

ACTIVATION

Cette catégorie récompense aussi bien un média, un annonceur, un détenteur de droits ou un prestataire qui aura su développer une activation media ou hors media, un contenu éditorial original et impactant, une plateforme technologiquement innovante, un service ou un produit original en lien avec un événement sportif, une actualité, une pratique ou un(e) sportif(ve). L'activation sera valorisée tant sur le fond que sur la forme. Elle aura servi aussi bien les intérêts de son auteur que ceux de son sujet et du (des) public(s) visé(s) sur le territoire français.

STARTUPS

Cette catégorie récompense la startup française qui aura su développer la solution la plus innovante et la réponse la plus adaptée aux besoins du secteur. Seront valorisés la créativité, la simplicité de mise en œuvre, l'efficacité de la réponse apportée et son potentiel de réussite.

COUP DE CŒUR

Un "Coup de coeur" peut être décerné à un acteur ayant mené une opération remarquable de par sa longévité, son originalité, son impact ou encore son exemplarité et dont la candidature aura ou non été déposée aux 14es Trophées SPORSORA du Marketing Sportif. Il peut également être attribué à un nouvel entrant sur le marché du marketing sportif.

PERSONNALITÉ DE L'ANNÉE

Cette catégorie récompense toute personne (sportif, acteur de l'économie du sport, dirigeant, personnalité...) qui aura en 2017 contribué à penser et influencer le développement de l'économie du sport en France. Pour ce faire, il aura mené à bien des actions remarquables, originales et impactantes au service de l'attractivité et du rayonnement du secteur.

À propos de SPORSORA :

Le sport représente un enjeu social et sociétal majeur et un moteur de croissance de l'économie. Créée en 1994, SPORSORA est l'organisation référente pour penser et influencer le développement de l'économie du sport. S'appuyant sur une convergence d'expertises et l'influence d'un collectif, elle a pour missions de décrypter les grandes tendances du secteur et les enjeux du sport de demain tout en portant une vision responsable et durable.

Forte d'un réseau engagé et connecté de plus de 200 entités, SPORSORA promeut à travers ses multiples activités le sport comme levier d'innovation, de management et de communication.

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

CONTACT

Antoine Sopetti – antoine.sopetti@sporsora.com

09 72 64 82 11

Toute l'information sur www.sporsora.com