



**LES TROPHÉES**  
SPORSORA  
DU MARKETING  
SPORTIF

## Les nominés pour les 9<sup>e</sup> Trophées Sporsora du Marketing Sportif sont...

[www.sporsora.com](http://www.sporsora.com)  
[trophees.sporsora.com](http://trophees.sporsora.com)

23 octobre 2012

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 les plus efficaces. La 9<sup>e</sup> édition des Trophées Sporsora du Marketing Sportif se déroulera le 26 novembre prochain au Théâtre Marigny. Elle s'inscrit cette année dans un contexte particulièrement riche en événements sportifs.

Le Comité d'experts est co-présidé cette année par Mme Sophie Auconie, Députée européenne et présidente du groupe de travail sur le sport au sein du parlement européen, et par Mme Laura Flessel, double championne Olympique et porte drapeau de la délégation Française aux Jeux Olympiques de Londres.

Il s'est réuni le 18 octobre dernier pour auditionner les candidats, et sélectionner 3 nominés dans chaque catégorie.

Voici ce que Sophie Auconie a retenu de cette journée d'audition "L'ambiance était sérieuse et conviviale. Je sors ravie de ces échanges, j'ai personnellement appris beaucoup de choses grâce à la variété des projets qui nous ont été présentés".

### LES NOMINÉS 2012 SONT :



#### Sponsor de l'année\*

- Banque Populaire et la voile
- Caisse d'Épargne, Esprit JO
- EDF et les Jeux Olympiques de Londres



#### Détenteur de droits

- Le CNOSF et le Club France à Londres
- Roland-Garros à Pékin
- Toulouse Football Club et sa tournée « SO TFC »



#### Innovation Média

- Deezer, fournisseur de l'équipe de France olympique
- La Fédération Française de Tennis de Table et sa web TV
- Sponsorise.me, 1<sup>re</sup> place de marché du sponsoring



#### Engagement sociétal / citoyen

- OL Fondation et GDF SUEZ, un engagement en faveur de la diversité
- RATP, les « Mercredis du rugby »
- Zsport contre le cancer avec Odyssea



#### Activation

- Coca-Cola, « Entrez dans le rythme de Londres »
- Eurostar, « Londres plus Londres que jamais »
- Rexionamen, « Avantage fraîcheur »

(\*Détail des catégories en annexe).

#### Contacts presse :

Liliane Fretté Communication

Cédric Laurent : [claurent@frettecommunication.com](mailto:claurent@frettecommunication.com) / 01 42 56 60 68

Marie Laurens : [mllaurens@frettecommunication.com](mailto:mllaurens@frettecommunication.com) / 01 42 56 60 67

## Rappel du processus de sélection 2012

**57 dossiers** ont été reçus par le comité d'organisation des Trophées Sporsora du Marketing Sportif, un record. Cela démontre le **dynamisme de ce secteur ainsi que la reconnaissance croissante des Trophées SPORSORA.**

On observe cette année une grande diversité dans les campagnes, au delà des Jeux Olympiques de Londres et de l'Euro 2012, dont une forte proportion dans la catégorie « Engagement Sociétal », désormais incontournable dans les campagnes de marketing sportif.

**30 candidats** ont ensuite été retenus par le comité d'organisation des Trophées pour être auditionnés le **jeudi 18 octobre**, soit 6 candidats dans chacune des 5 catégories.

Deux managers par entité (annonceurs, détenteurs de droits, médias) ont eu l'opportunité de **présenter leur campagne au Comité d'experts** qui a attentivement évalué chaque campagne selon 4 critères considérés par Sporsora comme les facteurs clés de succès d'une bonne campagne de marketing sportif : cohérence, pérennité, originalité, impact. Une note a été aussi attribuée pour l'exemplarité de la campagne.

Ces campagnes seront soumises **au vote internet des professionnels du secteur du 5 au 16 novembre.**

Le Comité d'experts a souhaité décerner un **coup de cœur** et une **mention spéciale** à deux actions innovantes qui seront dévoilées lors de la soirée des Trophées Sporsora du Marketing Sportif **le 26 novembre au théâtre Marigny.**

## Les Trophées SPORSORA s'internationalisent

Le sponsor de l'année lauréat des Trophées Sporsora du Marketing Sportif pourra participer aux Trophées européens organisés en janvier 2013 à Londres par l'ESA, European Sponsorship Association.

En effet pour la première fois une catégorie « Best of Europe » sera intégrée aux ESA Excellence Awards avec la participation de la Suisse, l'Angleterre, la Pologne, l'Irlande ou la France.

Une belle opportunité de visibilité européenne donnée aux équipes françaises en marketing sportif.

### 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 leviers d'innovation, de management et de communication.

Sporsora regroupe aujourd'hui plus de 130 membres (annonceurs, fédérations sportives, organisateurs d'événements, médias, agences, instituts d'études et écoles), et un réseau de plus de 500 experts.

Pour mieux connaître nos activités : [www.sporsora.com](http://www.sporsora.com)

### Contacts presse :

Liliane Fretté Communication

Cédric Laurent : [claurent@frettecommunication.com](mailto:claurent@frettecommunication.com) / 01 42 56 60 68

Marie Laurens : [mlaurens@frettecommunication.com](mailto:mlaurens@frettecommunication.com) / 01 42 56 60 67

# ANNEXE : les membres du Comité d'Experts

**Guy ALBA**, Président de ELA

**Gérard BOCQUENET**, Directeur Général d'UNICEF France

**Sylvère-Henry CISSE**, Journaliste à Canal + et Le Mouv'

**Rodolphe DENIS**, Directeur du Développement de LIFE IN SPORT

**Pascal GRIZOT**, Président de la Commission Ryder Cup France 2018

**Sébastien GUYADER**, Responsable Marque, Sponsoring Sportif et Publicité International de BNP Paribas

**Julian JAPPERT**, Directeur de Sport et Citoyenneté

**Denis NAEGELEN**, Président Directeur Général de Quarterback

**Philippe PEYRAT**, Directeur Mécénat et Sponsoring de GDF SUEZ

**Frédéric QUENET**, Directeur Marketing du CNOSF

**Jacques REY**, Président de la Fédération Française de Gymnastique

**Pierre ROBERT**, Directeur Général de l'Equipe HD

**Michael TAPIRO**, Directeur de Sport Management School

**Philippe THOMAS**, Directeur Associé de Seenk

TOP PARTENAIRE



Rien que pour vos marques

PARTENAIRES



PARTENAIRES MÉDIA



FOURNISSEURS



PARTENAIRE INSTITUTIONNEL



## Contacts presse :

Liliane Fretté Communication

Cédric Laurent : [claurent@frettecommunication.com](mailto:claurent@frettecommunication.com) / 01 42 56 60 68

Marie Laurens : [mllaurens@frettecommunication.com](mailto:mllaurens@frettecommunication.com) / 01 42 56 60 67

# ANNEXE : Définition des catégories des Trophées

## 1 - 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 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.

## 2 - Détenteur de droits

Cette catégorie récompense le sportif ou l'organisation sportive, privée ou publique, qui a déployé la stratégie marketing la plus créative, la plus aboutie et la plus efficiente. 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...).

## 3 - Engagement sociétal / citoyen

Cette catégorie récompense une campagne de marketing sportif exemplaire et menée dans la durée par un acteur de l'économie du sport (entreprise, détenteur de droits, sportif...) mettant en évidence son engagement sociétal ou citoyen quelque soit sa nature (environnementale, sociale, sanitaire...) et en résonance avec sa politique de RSE (s'il s'agit d'une organisation). L'utilisation du sport joue un rôle central dans la mise en œuvre du programme d'engagement sociétal du porteur de projet.

## 4 - Innovation média

Cette catégorie récompense le support média, l'entreprise, l'ayant droit ou le sportif qui a développé, la stratégie la plus créative et la plus efficiente dans les médias.

Sera valorisé le support média, l'entreprise, l'ayant droit ou le sportif qui a réussi le mieux à se démarquer et à développer l'intérêt pour le ou les sujets sportifs qu'il traite grâce à un positionnement nouveau, une programmation originale ou un dispositif technique novateur.

## 5 - Activation

Cette catégorie couronne l'annonceur qui a mis en place l'activation d'une campagne de marketing sportif, média ou hors média, la plus originale et la plus impactante (activation publicitaire, activation commerciale, activation digitale, communication interne...). Tout ou partie de l'activation peut être primée sans notion de durée. Cette catégorie concerne le marketing sportif au sens large; y compris l'ambush marketing.

## LE COUP DE CŒUR DU COMITÉ D'EXPERTS

Le « Coup de cœur » couronne l'annonceur, qui malgré des moyens limités (PME, TPE), a réussi à développer et à atteindre des objectifs originaux, à attirer l'attention de ses cibles et à gagner leur sympathie. Peut également être couronné un nouvel entrant sur le marché du marketing sportif.

### Contacts presse :

Liliane Fretté Communication

Cédric Laurent : [claurent@frettecommunication.com](mailto:claurent@frettecommunication.com) / 01 42 56 60 68

Marie Laurens : [mllaurens@frettecommunication.com](mailto:mllaurens@frettecommunication.com) / 01 42 56 60 67