



11^e ÉDITION DES TROPHÉES SPORSORA DU MARKETING SPORTIF

Communiqué de presse
9 février 2015

ADIDAS, LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE FOOTBALL, HYUNDAI ET SALOMON LAURÉATS DES TROPHÉES D'OR SPORSORA, 11^e ÉDITION

SPORSORA, l'Association des acteurs de l'économie du Sport a organisé lundi 9 février la **11^e 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 Claire Arnoux et Denis Brogniart a eu lieu au Théâtre de Paris devant plus de 800 participants : annonceurs, médias, détenteurs de droits, agences, personnalités et sportifs de haut niveau.

Les lauréats de cette 11^e édition sont...



Sponsor de l'année - ADIDAS - All Bleus



Stratégie marketing d'un détenteur de droits - FFF - Stratégie Équipe de France



Activation autour d'un événement sportif - HYUNDAI - SociOL Room



Traitement éditorial et innovation média - SALOMON - Citytrail



Le Coup de cœur du jury a été attribué à « **Supporter de l'emploi** », LFP, UCPF, FDJ.

Laurent Damiani, Président de SPORSORA : « *Les Trophées SPORSORA sont là pour rappeler les vertus des partenariats sportifs, reflets de la citoyenneté des entreprises et outils d'efficacité économique. Ils témoignent des liens précieux qui unissent les entreprises, les détenteurs de droits, les médias, les agences... dans une même communauté d'intérêts. Le palmarès met à l'honneur cette année des campagnes innovantes menées par des acteurs particulièrement représentatifs de ce qu'est devenu le marketing sportif aujourd'hui.* »

Bernard Lapasset, Président de World Rugby, du CFSI :

« *Dans le cadre des différentes missions que j'ai eu l'occasion d'exercer au service du sport français et international, je n'ai eu de cesse de collaborer avec de nombreux acteurs de l'économie du sport.*

Celles et ceux qui, au sein de grandes entreprises comme de plus petites agences, innovent au quotidien en matière de stratégie, de marketing, de sponsoring ou encore de communication, ont toujours su apporter une réelle valeur ajoutée aux projets et aux événements que j'ai eu la chance de piloter au sein de la Fédération Française de Rugby puis de l'International Rugby Board, aujourd'hui World Rugby. »

CONTACT

Sophie de Busni – sophie.debusni@sporsora.com

01 70 91 55 14

Toute l'information sur www.sporsora.com

SPORSORA

L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT



11^e ÉDITION DES TROPHÉES SPORSORA DU MARKETING SPORTIF

Communiqué de presse
9 février 2015

adidas / All Bleus 2014

Impliquée depuis 40 ans aux côtés du sport français, adidas a réinventé son accompagnement du sport français en 2014 autour d'une signature « all bleus ». L'objectif était d'aller au-delà de la valorisation des grands moments en lançant une nouvelle ère : celle du social et de la transversalité sportive. Dans le respect du sport et des sportifs, adidas a créé une conversation innovante et moderne avec les fans français à travers une approche « cool » et engageante, complétée par des temps de partage et de célébrations pour créer l'enthousiasme et alimenter la passion « bleue ».

« Cette récompense vient couronner une démarche légitime de la marque et fédératrice pour les sportifs et les fans », déclare Nicolas Favre, directeur de la marque adidas en France. « Les vrais acteurs de la réussite de cette campagne sont les sportifs et les fans eux-mêmes. adidas en a été l'initiateur et le détonateur de la création de ce nouvel élan pour les amoureux des émotions en bleu en modifiant les codes habituels avec une approche multisports animée sur les réseaux sociaux. Cette démarche sera amplifiée en 2015 autour de tous les moments d'émotions sportives qui arrivent en France. »

Trophées d'argent :

AG2R La Mondiale / La Transat AG2R La Mondiale, course de légende

MACIF / Un sponsoring voile à 360°

FEDERATION FRANCAISE DE FOOTBALL / Stratégie équipe de France 2014

La FFF avait à cœur de faire renaître l'engouement du public français pour son équipe à l'occasion de la dernière Coupe du monde. La mise en place des voyages supporters, des casas bleues et un dispositif digital important ont permis à tous les fans de se rassembler et de s'engager derrière les Bleus. Les fans ont pu suivre les joueurs à travers une web-série ; la plus grande banderole de supporters a atteint plus de 32 000 km de messages de soutien aux Bleus. Enfin, une application mobile 100% dédiée à l'actualité de l'Equipe de France a permis aux fans d'être connectés en permanence avec les Bleus.

Trophées d'argent :

FEDERATION FRANCAISE DE HOCKEY SUR GLACE / Ligue Magnus Live

LIGUE NATIONALE DE BASKET / Disneyland Paris Leaders Cup

HYUNDAI / SociOL Room

Hyundai s'est donné pour challenge d'accroître sa notoriété et construire son image en France. La marque est partenaire majeur depuis 3 saisons de l'Olympique Lyonnais. Pour aller plus loin que sa présence sur le maillot de l'équipe, Hyundai s'est donné pour mission de contribuer à l'amélioration de «l'expérience fan» en axant fortement sa communication sur le digital. C'est dans ce sens que Hyundai a travaillé avec l'OL, à la création de la sociOL room by Hyundai, une loge connectée aux réseaux sociaux unique en France.

Trophées d'argent :

IBM / Outdoor digital Roland-Garros 2014

FIBA / 3x3planet.com

CONTACT

Sophie de Busni – sophie.debusni@sporsora.com

01 70 91 55 14

Toute l'information sur www.sporsora.com

SPORSORA

L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT



11^e ÉDITION DES TROPHÉES SPORSORA DU MARKETING SPORTIF

Communiqué de presse
9 février 2015

SALOMON / Citytrail

SALOMON a souhaité exploiter son statut de challenger sur le marché du running urbain en imaginant un running basé sur l'exploration et la reconnexion à la nature, le CITYTRAIL. Le projet mondial CITYTRAIL vise à cartographier les villes sous l'angle du trail pour créer le premier guide des plus beaux trails urbains. Un projet co-créé avec les runners via un dispositif online. Ils imaginent les itinéraires et répertorient les meilleurs spots dans 150 villes. Ce brand content est alimenté en temps réel grâce à l'application mobile CITYTRAIL et via le hashtag #CITYTRAIL.

Trophées d'argent :

CARREFOUR / Carrefour Cup

MASTERCARD FRANCE / « Priceless » Roland-Garros

LFP, UCPF et FDJ / « Supporters de l'emploi »

Dans le cadre du volet sociétal du partenariat entre la Française des Jeux et le football professionnel, une plateforme nationale en faveur de l'emploi, baptisée SUPPORTERS DE L'EMPLOI, a été mise en œuvre lors de la saison 2013-2014 par la LFP, l'UCPF, les clubs et la FDJ, avec la collaboration de Pôle emploi et de l'Adie. 18 forums organisés dans les stades, 14100 visiteurs, 900 entreprises mobilisées et plus de 4000 offres d'emploi pourvues. A l'occasion du lancement de la deuxième saison, le MEDEF a rejoint l'opération.



© AFP / Jérôme Dominé

CONTACT

Sophie de Busni – sophie.debusni@sporsora.com

01 70 91 55 14

Toute l'information sur www.sporsora.com

SPORSORA

L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT



11^e ÉDITION DES TROPHÉES SPORSORA DU MARKETING SPORTIF

Communiqué de presse
9 février 2015

Rappel du process de vote :

66 dossiers ont été déposés cette année dans quatre catégories, un record qui témoigne du dynamisme de notre secteur. Les critères ayant prévalu à la sélection étaient la cohérence de la stratégie, la pérennité de l'action, la créativité et l'originalité, la mesure d'impact, ainsi que l'exemplarité.

Les 14 membres du jury présidé par Bernard Lapasset, Président de World Rugby et du CFSI, se sont réunis le 2 décembre au siège du LCL (Sponsor de l'année 2014). À l'issue des délibérations, ils ont sélectionné 3 candidatures dans chaque catégorie. Elles ont ensuite été soumises au vote en ligne de plus 1 000 professionnels du secteur **du 5 au 23 janvier via notre plateforme www.sporsora.com**.

Composition du jury :

Bernard LAPASSET, Président du jury, Président de World Rugby et du CFSI

- **Franck CAUDRELIER**, Consultant en stratégie digitale / Social medias
- **Pierre-Paul COCHET**, Directeur des relations institutionnelles, sponsoring et mécénat, LCL
- **Xavier COUTURE**, Consultant
- **Laurent DELANNEY**, Directeur commercial ATP, Président ATP Europe
- **Sébastien FOUCRAS**, Directeur associé, créateur des Etoiles du Sport, Alizeum
- **Emmanuel FRATTALI**, Rédacteur en chef, Sponsoring.fr
- **Frédérique GALAMETZ**, Rédacteur en chef, L'Equipe
- **Frédérique JOSSINET**, Coordinatrice du plan fédéral de féminisation, FFF
- **France KAMM**, Responsable des relations extérieures, Rolex
- **Jean LEVY**, Ambassadeur du Sport français
- **Béatrice ROUX**, Directrice marketing, communication et développement, L'Equipe
- **Adèle STERN**, Etoile du Sport 2013, pentathlète
- **Jean-Claude VIDAL**, Directeur pédagogique MBA, SMS, Directeur, Arène Evénements

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 près de 180 membres (annonceurs, agences, médias, écoles et opérateurs du Sport) et un réseau de près de 600 experts. Pour connaître nos activités et adhérer à l'association : www.sporsora.com

CONTACT

Sophie de Busni – sophie.debusni@sporsora.com

01 70 91 55 14

Toute l'information sur www.sporsora.com

SPORSORA

L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT