

## Compte rendu



L'ASSOCIATION  
DES ACTEURS  
DE L'ÉCONOMIE  
DU SPORT

### Refonte du panorama des agences

09/03/17

**Pilote :** Jean-François JEANNE (INFRONT SPORTS)

**Représentants SPORSORA :** Magali TEZENAS DU MONTCEL et Sophie DE BUSNI

#### Participants :

4SUCCESS	Sébastien	BELLENCONTRE
AVENA EVENT	Laurent	STURTZ
CIR ASSISTANCE	Nathalie	BENCHETRIT
GREEN EVENEMENTS	Inès	BOUTAR
IDALGO	El Ghali	BOUHASSIS
IDALGO	Anne-Marie	CANO
LA FOURMI	Céline	JOBERT
LAGARDERE SE	Pierre-Marie	BLOIS
LEROY TREMBLOT	Dominique	JUBERT
MCI GROUP	Barbara	MARTINS-NIO
OLBIA CONSEIL	Thomas	REMOLEUR
SPORT MARKET	Bruno	BIANZINA
XTREME AGENCY	Grégory	TROTTET

**Rédaction du compte rendu :** Baptiste Grégoire

Sujet	Description
<b>Rappel des objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Faire connaître et valoriser les métiers des agences et prestataires.</li><li>Porter la parole des agences et des prestataires auprès du marché.</li><li>Mieux se connaître entre agences et prestataires membres de SPORSORA.</li></ul>
<b>Constats et actions</b>	<ul style="list-style-type: none"><li><u>Un panorama des agences obsolète</u> : le dernier panorama des agences réalisé par SPORSORA date de septembre 2010. 20 agences et prestataires étaient alors membres de SPORSORA à l'époque. Ils sont désormais plus d'une soixantaine.<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Les agences et prestataires sont de plus en plus nombreux et leurs métiers se sont diversifiés. Il est important de rendre compte de la richesse de cet environnement.</li></ul></li><li><u>Variété des métiers</u> : Le marketing et la communication ne sont pas les seuls métiers des agences et prestataires, mais plutôt deux territoires englobant une multitude d'activités professionnelles.<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Faire comprendre au marché que les agences et prestataires offrent un champ d'action beaucoup plus large et varié.</li></ul></li><li><u>Complémentarité</u> : Evoluant dans un univers très concurrentiel, les agences et prestataires sont de plus en plus souvent amenés à collaborer pour répondre aux appels d'offres, du fait de leur complémentarité. Il est donc nécessaire de se connaître davantage.<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Rédiger une fiche par agence pour expliquer qui elle est et ce qu'elle fait en proposant des exemples d'actions, de partenariats, etc.</li></ul></li><li><u>Méconnaissance de la part du marché</u> : L'objectif du Collège Agences de SPORSORA n'est pas forcément de développer le nombre de membres, mais plutôt d'effectuer un travail de pédagogie capable de clarifier la situation pour donner plus de lisibilité aux clients potentiels.<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Faire connaître les métiers agences et prestataires en les listant de façon détaillée.</li><li>➤ Faire entendre les désidérata des agences en regroupant les attentes.</li><li>➤ Faire comprendre le champ d'action de chaque agence et prestataire en définissant les catégories de métiers et en les positionnant chacune de manière précise au sein d'un tableau.</li></ul></li><li><u>Manque d'éthique du marché</u> : Les appels d'offres laissent trop souvent la place à des abus de la part des annonceurs, détenteurs de droits et autres clients (délais trop courts, proposition de projet non-</li></ul>

