

## 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	REMOEUR
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 désiderata 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>

	<p>rémunérée, etc.), ce pourquoi il apparaît nécessaire de s'y intéresser. Si une régulation semble difficile à mettre en place, une sensibilisation du marché reste quant à elle plus accessible, en s'appuyant sur le précédent travail de pédagogie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <u>Sensibilisation</u> : Valoriser le travail des agences et prestataires et communiquer sur les éléments positifs en présentant aux Annonceurs, Détenteurs de droits, etc. une charte éthique réunissant ce à quoi le collège agences SPORSORA s'engage.</li> <li>➤ <u>Régulation</u> : Cette charte pourra s'inscrire dans une volonté de « réguler » le marché en incitant les annonceurs, détenteurs de droits, etc. à la respecter.</li> </ul>
<b>Autres démarches proposées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Base de données d'activations</u> : Il est utile de valoriser le travail déjà effectué par les agences et prestataires auprès du marché. <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Regrouper plusieurs cas d'activations des agences membres de SPORSORA dans un dossier.</li> </ul> </li> <li>• <u>Grille de rémunération</u> : Il apparaît intéressant de montrer la réalité du marché aux clients concernant les rémunérations. <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Réaliser un benchmark auprès de l'AACC et l'ANAE.</li> <li>➤ Définir ensemble via un questionnaire anonyme, des fourchettes de prix selon les différents postes de rémunérations pour proposer aux responsables des achats un document complet.</li> </ul> </li> <li>• <u>Formulaire d'inscription</u> : <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Proposer aux nouvelles agences membres de SPORSORA un formulaire à remplir pour les connaître davantage et remonter de façon plus rapide et facile les informations les plus importantes.</li> </ul> </li> </ul>
<b>Synthèse</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etape 1 ➔ Mars-juin 2017 : Après avoir choisi parmi les blocs 1, 2 et 3, les agences et prestataires se réuniront par groupes autonomes pour élaborer un rendu sur le bloc sélectionné : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bloc 1 : Présenter l'écosystème du sport pour situer le marché et expliquer pourquoi et de quelle façon viennent s'intégrer les agences.</li> <li>- Bloc 2 : Identifier, définir et expliquer de manière plus détaillée les métiers des agences/prestataires et leurs modèles économiques.</li> <li>- Bloc 3 : Regrouper les grandes tendances et best practices du marché et réaliser un benchmark.</li> <li>- <b>(En attente) Bloc 4 : Réaliser un annuaire chargé de présenter de manière plus approfondie les agences membres de SPORSORA.</b></li> </ul> </li> <li>• Etape 2 ➔ Fin juin 2017 : rendu du travail effectué en groupe</li> <li>• Etape 3 ➔ Date à définir par Doodle : présentation du travail devant les autres groupes pour débattre, centraliser et élaborer ensuite un document écrit.</li> </ul>
<b>Actions</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merci de bien vouloir vous inscrire dans l'un des 3 blocs de travail ci-dessus, via le lien Google Drive envoyé par mail.</li> </ul>

**Prochaine réunion : à définir par Doodle**