

Les signaux sont à nouveaux positifs après une période inédite qui a transformé nos habitudes de pratique et de consommation du sport et pénalisé le développement de son économie. Au cœur de cette reprise, les agences jouent leur rôle de catalyseur au bénéfice de tout un écosystème.

Dans ce contexte de retour à l'optimisme, SPORSORA publie la 3^e édition du « *Guide des Agences et des Prestataires: Qui sont les experts du Sport Business?* ». Avec cette publication, l'organisation au service du développement de l'économie du sport veut mettre en valeur la capacité de résistance et de rebond du sponsoring sportif et de ses acteurs. Chevilles ouvrières de la reprise, les agences ont préparé le retour à des conditions plus favorables pour le sport en accompagnant les acteurs institutionnels, publics et privés, les grandes structures comme les petites, pour que l'économie continue d'irriguer le sport. Les Agences **#AuCœurDeLaReprise**



[Cliquez pour télécharger le Guide 2021](#)

Les agences au cœur de la reprise

Directement impactées par les difficultés rencontrées par le monde du sport pendant 18 mois (pratique à la baisse, adhésion aux clubs en chute, fermeture des salles de sport, arrêt des championnats et des compétitions amateurs, annulation des grands événements, organisation à huis clos, contrats de sponsoring arrêtés, budgets de droits ou d'activation revus à la baisse...), les agences ont redoublé d'efforts pour permettre au sport et au sponsoring de traverser cette période.

Avec des savoir-faire ([présentés et détaillés dans le Guide](#)) qui vont du **conseil stratégique**, à la **commercialisation des droits marketing**, en passant par le **conseil en communication** et le **déploiement opérationnel** de campagnes, les agences spécialisées dans le sport ont accompagné les différents acteurs de l'écosystème :

- Les **ayants droit** pour identifier de nouvelles ressources et fidéliser les sponsors,
- Les **annonceurs** pour comprendre les nouveaux besoins et adapter les campagnes,
- Les **collectivités** territoriales pour relancer le sport de haut niveau et soutenir le tissu associatif local.

Cette mobilisation les place au cœur de la reprise et leur permet, au travers des [89 études de cas détaillées dans le Guide](#), de montrer comment elles ont servi leurs clients avec créativité, énergie et sens de l'anticipation.

La captation des tendances du marché

Avoir le sens de l'anticipation c'est notamment avoir la capacité de percevoir les changements de comportements et d'attentes des pratiquants, des fans, des amateurs de sport, et plus largement des citoyens.

Poste d'observation avancé de ces évolutions, les agences spécialisées en marketing ou communication du sport, apportent une réelle plus-value aux acteurs qui souhaitent s'adresser à ces publics.

Poussé par des investissements parfois colossaux, par des avancées technologiques majeures, par des acteurs globaux qui les impulsent chaque jour et par l'indispensable diversification de son audience, le sport a évolué dans ses supports d'expression, de diffusion, d'interaction avec son public, de financement et de monétisation.

La pandémie et la crise mondiale multiforme ont accéléré certaines réalités, portées par l'émergence du numérique et fait naître de [nouvelles tendances, décrites dans le Guide](#) :

- L'avènement du virtuel poussé par la technologie
- Les réseaux sociaux et les nouvelles interactions avec le public
- E-commerce et social commerce
- Contenu interactif, streaming et l'éclatement des modèles de diffusion
- Marketing inclusif, durable, de contenu, de sens...bref, marketing sportif
- Les fonds investissent le sport
- Les sportifs-ambassadeurs-investisseurs

Magali Tézenas du Montcel, déléguée Générale de SPORSORA : « La richesse de l'écosystème du sport est entièrement illustrée dans le Guide Officiel SPORSORA 2021/2022 « Qui sont les Experts du Sport Business ». Cette 3^e édition, riche de 89 cas pratiques, permet de comprendre le rôle des agences et des prestataires, ces professionnels qui ont œuvré pendant la crise, pour être aujourd'hui au cœur de la reprise de tout un secteur. Cette publication présente également les grandes tendances qui transforment le marché. Des tendances qui confirment le potentiel de croissance du sponsoring sportif avec à l'horizon les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, mais aussi, les Championnats du monde FIS de ski alpin Courchevel Méribel 2023, la Coupe du Monde de Rugby France 2023, ou encore les Championnats du monde de cyclisme sur piste et de patinage artistique en 2022, faisant de la France l'un des principaux terrains de jeu du sport mondial. »

Jean-François Jeanne, Premier Vice-président de SPORSORA délégué au collège Agences & Cabinets d'études : « Plus que jamais suite aux challenges qu'a engendré la pandémie de COVID 19, les fédérations, ligues, clubs et évènements ont eu besoin de s'appuyer sur les expertises multiples des agences de marketing sportif afin de trouver les solutions assurant le maintien et le parfait déroulement des évènements. La crise a mis en exergue l'agilité et la créativité des agences pour répondre à ces nouveaux challenges et ainsi pérenniser le modèle économique du sport. »

Découvrez également dans ce guide, « Les chiffres clés de l'économie du sport » : volume global du sponsoring sportif en France et en Europe, projection des investissements mondiaux, données autour des Jeux Olympiques ou encore perception de la génération des Millenials...



Cliquez pour télécharger le visuel HD

Et aussi, les infographies et Data Center Sporsora qui offrent un décryptage économique de grands évènements sportifs organisés en France et de sujets de fond du marché. Ces ressources pédagogiques et informatives sont également **téléchargeables gratuitement en cliquant ici**



GUIDE OFFICIEL 2021/2022
3^{ÈME} ÉDITION



SPORSORA
AGIR ENSEMBLE POUR
L'ÉCONOMIE DU SPORT

[Cliquez pour télécharger le Guide 2021/2022](#)

À PROPOS DE SPORSORA

SPORSORA est l'Organisation référente pour penser et influencer le développement de l'économie du sport grâce à une convergence d'expertises, l'influence d'un collectif et un réseau engagé. Créée en 1994, SPORSORA regroupe plus de 230 membres (annonceurs, agences, détenteurs de droits, médias, instituts d'études et de formations...) et fédère un réseau de plus de 1 200 professionnels qui se rencontrent lors des nombreux événements organisés, échangent lors des workshops, des collèges et commissions, bénéficient de services et agissent dans l'intérêt général. sporsora.com