

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Saint-Cloud, le 05 juillet 2021

SPORT MARKET DEVIENT « SOCIÉTÉ À MISSION » POUR RENFORCER SON ENGAGEMENT EN FAVEUR DU BIEN COMMUN PAR LE SPORT

Aboutissement d'un processus de plusieurs mois, l'agence SPORT MARKET annonce aujourd'hui son passage au statut de « Société à Mission ». Une étape supplémentaire pour valoriser tout le potentiel du sponsoring sportif, en alliant « Sponsoring d'émotion » et « Sponsoring à mission ».

La création de la qualité de « société à mission » par la Loi PACTE de 2019, a tout de suite fait écho à notre manière de prendre en compte l'impact social et environnemental de notre métier d'agence conseil. Nous nous sommes donc engagés début 2020 dans le processus nécessaire pour devenir une société à mission : groupe de travail interne, analyse de notre historique de près de 20 ans d'accompagnement d'acteurs du sport, réflexions sur l'utilité des marques dans le sport et du sport dans la société, constitution d'un comité de mission, modification de nos statuts.

Depuis sa création il y a 20 ans, Sport Market célèbre la passion du sport pour concevoir des campagnes de communication créatives et visibles, dans le registre du « sponsoring d'émotion ». En complément, l'agence a toujours eu une fibre citoyenne dans son approche du sport et du sponsoring sportif, dans le registre de ce « sponsoring à mission » qui s'installe chaque jour davantage. En explorant notre production depuis presque 20 ans nous nous sommes rendus compte que nous avons agi sur 14 des 17 Objectifs de Développement Durable (ODD) de l'ONU à travers les dispositifs que nous avons recommandés et déployés : « bonne santé et bien-être, éducation de qualité, égalité entre les sexes, mesures relatives à la lutte contre le réchauffement climatique » etc... Mais nous voulons nous engager à faire davantage pour le sport, par le sport, grâce au sport.

Pour cela nous avons défini notre mission : « Convaincus que le sport peut contribuer à transformer positivement la société, l'agence propose à ses clients et prospects de concevoir et déployer des programmes de communication dans cet univers afin de garantir un mieux commun. Cette réflexion se fait dans le prolongement de leurs enjeux stratégiques de communication et vient servir des objectifs sociétaux. Nos campagnes de communication permettent la promotion des valeurs sportives pour une société plus solidaire et plus inclusive.

Elles favorisent le sport pour tous, l'éducation des jeunes publics, l'égalité femmes-hommes, la qualité de vie au travail ou encore l'inclusion des personnes en situation de handicap. »

Avant de synthétiser notre raison d'être : « Agence conseil en communication, Sport Market promeut le sport auprès des acteurs publics et privés, comme un outil durable d'action en faveur du bien commun. »

L'agence a inscrit sa mission et sa raison d'être dans ses statuts et **a pris les engagements suivants :**

- Proposer des campagnes de communication qui répondent systématiquement à un ou plusieurs des 17 Objectifs de Développement Durable de l'ONU.
- Consacrer au moins 5% du temps passé de toute l'agence sur un projet caritatif lié à la mission de l'agence.
- Sensibiliser et former l'ensemble des collaborateurs Sport Market au développement durable pour en appliquer les bonnes pratiques en interne, avec nos clients et prestataires.



Nous avons enfin mis en place un **comité de mission**, pour assurer le suivi de l'exécution de cette feuille de route et pour nous aider à rester en prise avec l'évolution des besoins du sport et de ses acteurs publics et privés. Il est constitué de trois personnalités engagées que nous estimons et avec lesquelles nous avons la chance d'avoir tissé des liens forts.

Sarah Ourahmoune, personnalité solaire, grande conscience du sport et de la société civile, serial entrepreneuse, championne de boxe rencontrée en 2016 après sa médaille d'argent olympique à Rio. Nous avons déployé avec Sarah l'une des campagnes dont nous sommes les plus fiers, en faveur du sport féminin avec FDJ : [Pour chaque femme, le sport est une chance](#)

Candice Prévost, responsable des opérations à la Fondation PSG, dont nous partageons la sensibilité, l'enthousiasme et l'énergie. Après sa carrière de footballeuse pro elle nous a émerveillés avec la série documentaire « Little Miss Soccer » (réalisée avec sa complice Mélina Boetti). Candice nous accompagne désormais avec Mélina dans le projet SINE QUA NON FC, pour encourager les filles à pratiquer le football.

Frédéric Fougerat, l'un des « Dircom » et RSE (Groupe Foncia) les plus effervescents, inspirants, et entraînants que nous ayons rencontrés. Respectueux de chacun, ardent défenseur du métier de communicant, patron d'une équipe dont les agences font pleinement partie, Frédéric sait à la fois impulser, donner une vision et écouter les expertises externes.

Bruno Bianzina, directeur général de Sport Market déclare : « Ce comité de mission saura nous accompagner dans la recherche de cet équilibre entre « Sponsoring d'émotion » et « Sponsoring à mission », pour que la place et les bienfaits du sport dans la société soient davantage reconnus et que le potentiel du sponsoring sportif soit mieux compris et mieux utilisé. »

A propos de SPORT MARKET :

Agence conseil en communication indépendante, Sport Market promeut le sport auprès des acteurs publics et privés, comme un outil durable d'action en faveur du bien commun. Fondée en 2001, devenue société à mission en 2021, Sport Market est dirigée par son Directeur général Bruno Bianzina et deux Directeurs associés Pierre de La Ville-Baugé et Tiphaine Poulain. L'agence accompagne ses clients dans tout ou partie de leur cycle de communication dans le sport : du conseil pour construire ou réorienter les politiques sportives ou de partenariats sportifs, à la mise en œuvre pour déployer les campagnes de communication et les plans d'actions. L'agence s'est donnée comme feuille de route de valoriser tout le potentiel du sponsoring sportif, en articulant « Sponsoring d'émotion » et « Sponsoring à mission ».

Principales références :

RATP, FONCIA, POINT.P, VEOLIA, LIDL LA MIE CALINE, MAIF, FDJ, BNP PARIBAS, SUEZ, EDF, ELIOR GROUP, PEAK FRANCE, TAITTINGER, MERCK, OPTIMUM NUTRITION, BRIDGESTONE FRANCE, SANOFI GENZYME, VILLE DE PARIS, VILLE DE SAINT-GERMAIN-EN-LAYE, ORLEANS METROPOLE, FEDERATION FRANÇAISE DE TENNIS, OYONNAX RUGBY, SPORSORA, SINE QUA NON ASSO, FONDATION ALICE MILLIAT, CDK TECHNOLOGIES, JOINLY, SPORTALL, LUDHEALTH...

Retrouvez-nous sur sportmarket.fr et sur nos réseaux sociaux

[Twitter.com/SportMarket_fr](https://twitter.com/SportMarket_fr) • linkedin.com/company/sport-market

Contacts Presse : Sport Market

Julien Simonnet - jsimonnet@sportmarket.fr - 06 60 25 37 71
Chrystelle Tchatat - ctchatat@sportmarket.fr - 06 76 28 43 29