

“Le marketing sportif face aux défis de l’innovation.”



**4^{es} ASSISES
SPORSORA
DE L'ÉCONOMIE
DU SPORT**

08h30 - ACCUEIL

09h00 | PROPOS INTRODUCTIFS - Vision et enjeux pour le sport de demain

Thierry BRAILLARD, Secrétaire d'État aux Sports, auprès du ministre de la Ville, de la Jeunesse et des Sports
Laurent DAMIANI, Président de SPORSORA
Geoffroy ROUX DE BEZIEUX, Vice-président délégué du MEDEF

09h30 | REGARDS CROISÉS - L'innovation au cœur du développement économique

Dans un contexte de compétition internationale exacerbée, l'intelligence économique doit plus que jamais permettre d'anticiper les évolutions complexes. Grandes écoles, entreprises et institutions font de l'innovation l'un de leurs axes prioritaires de positionnement, de différenciation et de développement. Quelles sont les grandes tendances actuelles, les incontournables, les pièges ou erreurs à éviter ? De quelles bonnes pratiques le secteur du sport peut-il s'inspirer ?

Richard ATTIAS, Président Fondateur de Richard Attias & Associates, Producteur du Doha Goals Forum
Jean-Michel BLANQUER, Directeur général, ESSEC
Marie GENESTE, Directrice, Lagardère Innovation
Claude REVEL, Déléguée Interministérielle à l'Intelligence Économique, D2IE

10h30 | TÉMOIGNAGES - Les sportifs, témoins ou acteurs de l'innovation ?

L'innovation et ses nouveaux modèles économiques ne doivent pas faire oublier une composante essentielle du monde du sport : le sportif lui-même, l'humain. Quel regard les champions portent-ils sur les innovations dans le sport, que ce soit d'un point de vue technologique, réglementaire, médiatique ou lié à la performance ? En font-ils des leviers de développement, notamment en améliorant et en optimisant leur préparation physique et mentale, leur matériel ou leur communication avec les fans et les médias ? Comment voient-ils l'évolution de leur discipline et son adaptation à un monde en perpétuel mouvement ?

Marion BARTOLI, Vainqueur de Wimbledon 2013, consultante
Astrid GUYART, Fleurettiste olympique et ingénieur aérospatial, Astrium EADS
Jérémy ROY, Coureur cycliste de l'équipe FDJ.fr

11h15 | CONFÉRENCE 1 - Sport spectacle et sport pratiqué, quelles innovations au bénéfice du consommateur, du fan et du pratiquant ?

L'innovation devance-t-elle les besoins ou les crée-t-elle ? Comment change-t-elle l'approche du sport par les médias, dont la consommation est de plus en plus rapide et plurielle ? Quelles innovations les détenteurs de droits doivent-ils retenir pour créer de la valeur et enrichir l'expérience apportée aux spectateurs ? Comment être davantage attractif pour capter et interagir avec des fans de plus en plus sollicités et exigeants ? Quelles innovations les équipementiers doivent-ils développer afin de répondre aux nouveaux besoins des pratiquants, que ce soit en matière de produits ou de services ?

Vincent AMALVY, Chef du service des Sports, AFP
Didier BARBÉ, Vice-président marketing et communication, IBM France
Jérémy BOTTON, Directeur général délégué, Fédération Française de Tennis
Virgile CAILLET, Directeur, KantarSport
Guillaume DE MONPLANET, Directeur de la marque, adidas
Xavier SPENDER, Président Directeur général, L'Équipe 24/24

12h45 - DÉJEUNER

14h00 | GRANDS TÉMOINS - Comment le sport s'adapte-t-il aux enjeux économico-médiatiques ?

L'innovation est au cœur de l'évolution du paysage sportif international, des *business models* aux nouvelles pratiques. Comment les grandes institutions sportives prennent-elles en compte l'évolution des disciplines et de leurs pratiquants ? Comment, entre tradition et modernité, conserver l'âme des compétitions sportives tout en partant à la conquête de nouveaux territoires ? Comment intégrer les nouvelles technologies et les nouveaux modes de consommation du sport par les médias pour proposer aux fans des contenus toujours plus engageants et interactifs ? Quelles stratégies les grands groupes de médias internationaux mènent-ils aujourd'hui dans le monde du sport ?

Peter BAYER, Directeur général, OSM/IMOCA Ocean Masters, Directeur général, Jeux Olympiques de la Jeunesse Innsbruck 2012
Lucien BOYER, PDG de Havas Sports & Entertainment
Chris HAYNES, Director of External Affairs, Sky Sports/Team Sky

14h45 | CONFÉRENCE 2 - Quel impact et quelles opportunités l'innovation génère-t-elle pour les événements sportifs et les marques ?

Comment faire évoluer les événements sportifs pour qu'ils soient toujours plus proches de leurs fans et répondent aux stratégies des annonceurs ? Quelle posture les marques doivent-elles adopter dans cet univers mouvant ? Partenaires ou véritables acteurs du sport : quelle est aujourd'hui la place des sponsors ? En quoi sont-ils innovants et pour quel retour sur investissement ? Quels nouveaux leviers les marques actionnent-elles pour se rapprocher de leurs consommateurs ? Quelles passerelles relient-elles aujourd'hui sport virtuel et réel ?

Philippe CARDON, Vice-Président Europe, PDG France Benelux, Sony Computer Entertainment
Alban DECHELOTTE, Responsable des partenariats pour la région Europe Nord-Ouest, The Coca-Cola Company
Jean-François GRECO, Directeur général adjoint, Intersport
Baptiste KERN, Directeur marketing et développement, Amaury Sport Organisation
Charles LANTIÉRI, Directeur général délégué, FDJ

16h00 | SYNTHÈSE & CONCLUSION

Professeur associé à l'Université de Paris I La Sorbonne, Jean-Christophe GALLIEN tentera de décrypter les différents témoignages apportés tout au long de ces Assises pour dresser un panorama de l'innovation, créatrice de valeur et de richesse. Il analysera la posture que les détenteurs de droits et les marques doivent adopter face à une opinion mondialisée et hyper connectée, et les modèles économiques efficaces à l'avenir.

Laurent DAMIANI, Président de SPORSORA
Jean-Christophe GALLIEN, Professeur associé, Université Paris I La Sorbonne

Modérateurs : **Carine GALLI**, journaliste Eurosport, L'Équipe 21, RMC
Jérôme PAPIN, Rédacteur en chef, responsable de l'antenne Eurosport France

16h30 - COCKTAIL