



3^{èmes} ASSISES SPORSORA DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

**“Le sport français a t-il besoin
d'un choc de compétitivité ?”**

SPORS**ORA**

L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT



3^{èmes} ASSISES SPORTORA DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

“Le sport français a-t-il besoin
d'un choc de compétitivité ?”

SPORTORA
L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

« Sport et compétitivité, les spécificités du
modèle français »

« Les leviers de la compétitivité, état d'urgence »

Virgile CAILLET, KantarSport

Gérard COUDERT, CDES

Julien KAUFFMANN, Disneyland Paris

Damien RAJOT, Vinci Stadium

Top Partenaires



Partenaires

GDF SUEZ



Seenk.

Partenaires Médias



L'EQUIPE
Partageons le sport.

SPONSORING.FR



Partenaires Institutionnels





3^{èmes} ASSISES SPORTORA DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

“Le sport français a-t-il besoin
d'un choc de compétitivité ?”

SPORTORA
L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

Conférence 1

« Sport et compétitivité, les spécificités du
modèle français »

Focus 1 :

« Les leviers de la compétitivité, état d'urgence »

Virgile CAILLET, Directeur de KantarSport

Top Partenaires



Partenaires

GDF SUEZ



Seenk.

Partenaires Médias



L'EQUIPE
Partageons le sport.

SPONSORING.FR



Partenaires Institutionnels





3^{èmes} ASSISES SPORSORA DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

« Les leviers de la
compétitivité, état
d'urgence »

Virgile CAILLET,
Directeur de KantarSport

SPORSORA
L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

Etude SPORSORA / KantarSport Perception du sponsoring par le grand public

Méthodologie : Interrogation online de 1 000 individus de 15 ans et plus. L'échantillon est représentatif de la population française selon la méthode des quotas en termes de sexe, âge, région d'habitation et CSP du chef de famille.

Terrain mené du 21 au 28 février 2013.

Top Partenaires



Partenaires



Partenaires Médias



Partenaires Institutionnels





3^{èmes} ASSISES SPORTORA DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

« Les leviers de la
compétitivité, état
d'urgence »

Virgile CAILLET,
Directeur de KantarSport

SPORTORA
L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

Le Sponsoring fait partie du quotidien des Français !

92%

Soit **47 millions de Français**, sont
« familiers » avec le terme Sponsoring

52%

De ces 92%, soit **24 millions de Français**, se considèrent fortement et moyennement exposés au Sponsoring



Top Partenaires



Partenaires

GDF SUEZ



Seenk.

Partenaires Médias



L'EQUIPE
Partageons le sport.

SPONSORING.FR



Partenaires Institutionnels





3^{èmes} ASSISES SPORTORA DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

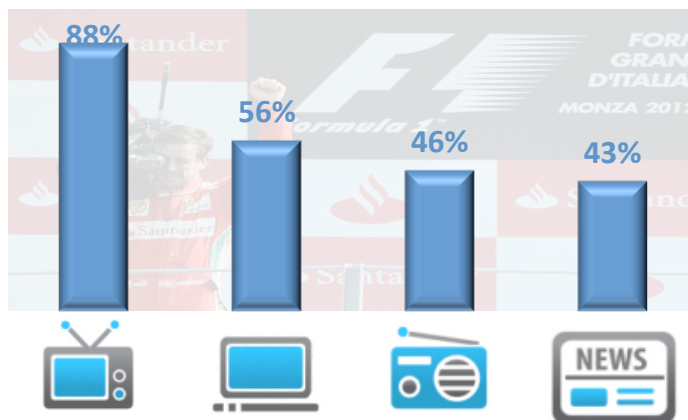
« Les leviers de la
compétitivité, état
d'urgence »

Virgile CAILLET,
Directeur de KantarSport

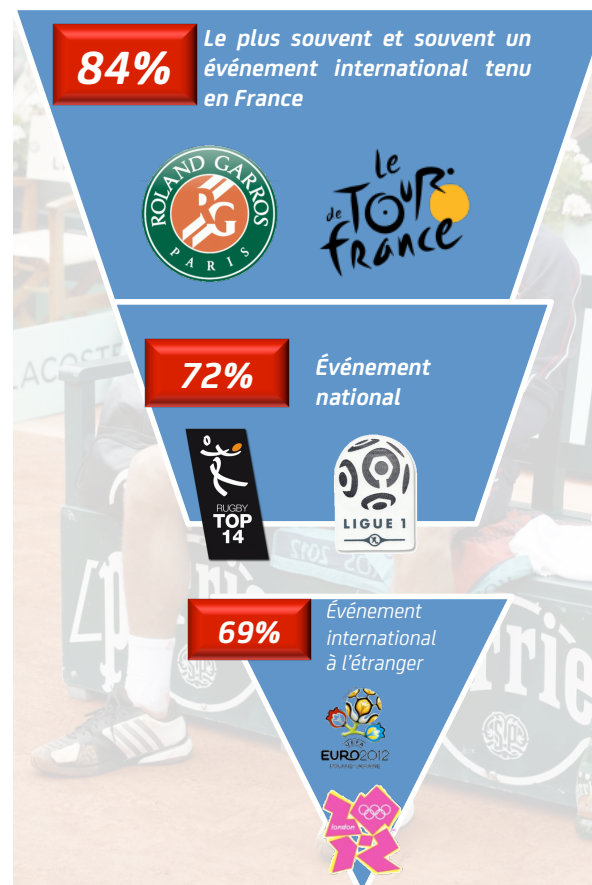
SPORTORA
L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

Les événements internationaux se déroulant en France sont les plus efficaces en matière de sponsoring

Les supports média les plus efficaces



Pour quel type d'événement ?



Top Partenaires



Partenaires



Partenaires Médias



Partenaires Institutionnels





3^{èmes} ASSISES SPORSORA DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

« Les leviers de la
compétitivité, état
d'urgence »

Virgile CAILLET,
Directeur de KantarSport

SPORSORA
L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

Les français ont une bonne opinion du sponsoring qu'ils considèrent indispensable au sport de haut niveau.

79%

➤ Soit **40 millions de Français**, estiment le Sponsoring indispensable au Sport de haut niveau

73%

➤ Soit **37 millions de Français**, ont une bonne et très bonne opinion du Sponsoring



82% des 20-24 ans l'estiment indispensable au Sport de haut niveau et
84% en ont une bonne et très bonne opinion

10%

+ **efficace en moyenne**
que les autres
techniques de
communication

Top Partenaires



Partenaires

GDF SUEZ



Seenk.

Partenaires Médias



L'EQUIPE
Partageons le sport.

SPONSORING.FR



Partenaires Institutionnels





3^{èmes} ASSISES SPORTORA DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

« Les leviers de la
compétitivité, état
d'urgence »

Virgile CAILLET,
Directeur de KantarSport

SPORTORA
L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

63% des français considèrent que le sponsoring rend les marques sympathiques

Pour l'image de marque

63% déclarent que ça rend les
marques *plus sympathiques* à
leurs yeux



- Tout à fait d'accord
- D'accord

17% seulement, pensent que
ça donne envie d'arrêter
de suivre le Sport à la TV

Pour le Sport en général



Top Partenaires



KANTAR MEDIA

Partenaires

GDF SUEZ



Seenk.

Partenaires Médias



L'EQUIPE
Partageons le sport.

SPONSORING.FR



Partenaires Institutionnels





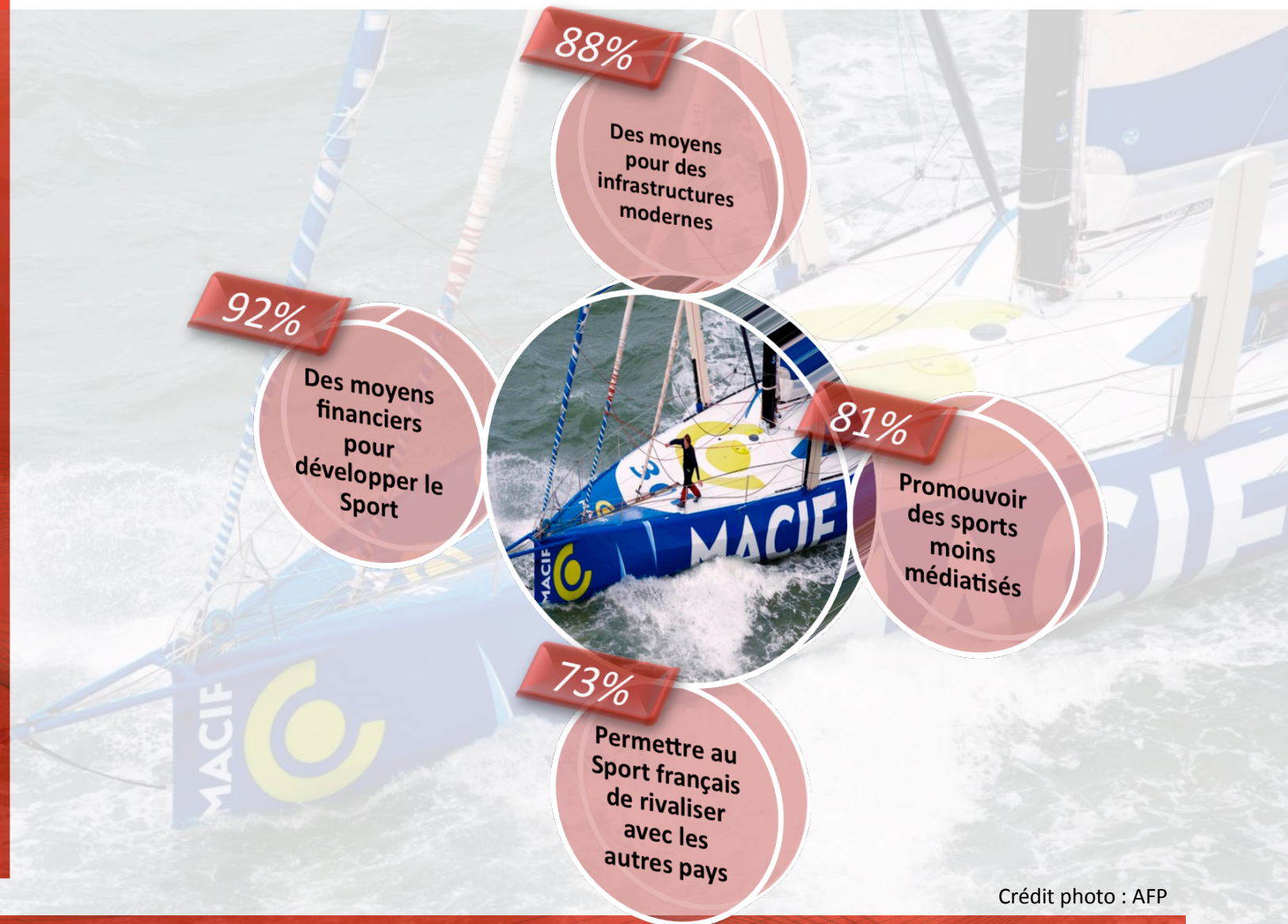
3^{èmes} ASSISES SPORTORA DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

« Les leviers de la
compétitivité, état
d'urgence »

Virgile CAILLET,
Directeur de KantarSport

SPORTORA
L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

Des bénéfices attendus ambitieux



Crédit photo : AFP

Top Partenaires



KANTAR MEDIA

Partenaires

GDF SUEZ



Seenk.

Partenaires Médias



L'EQUIPE
Partageons le sport.

SPONSORING.FR



Partenaires Institutionnels





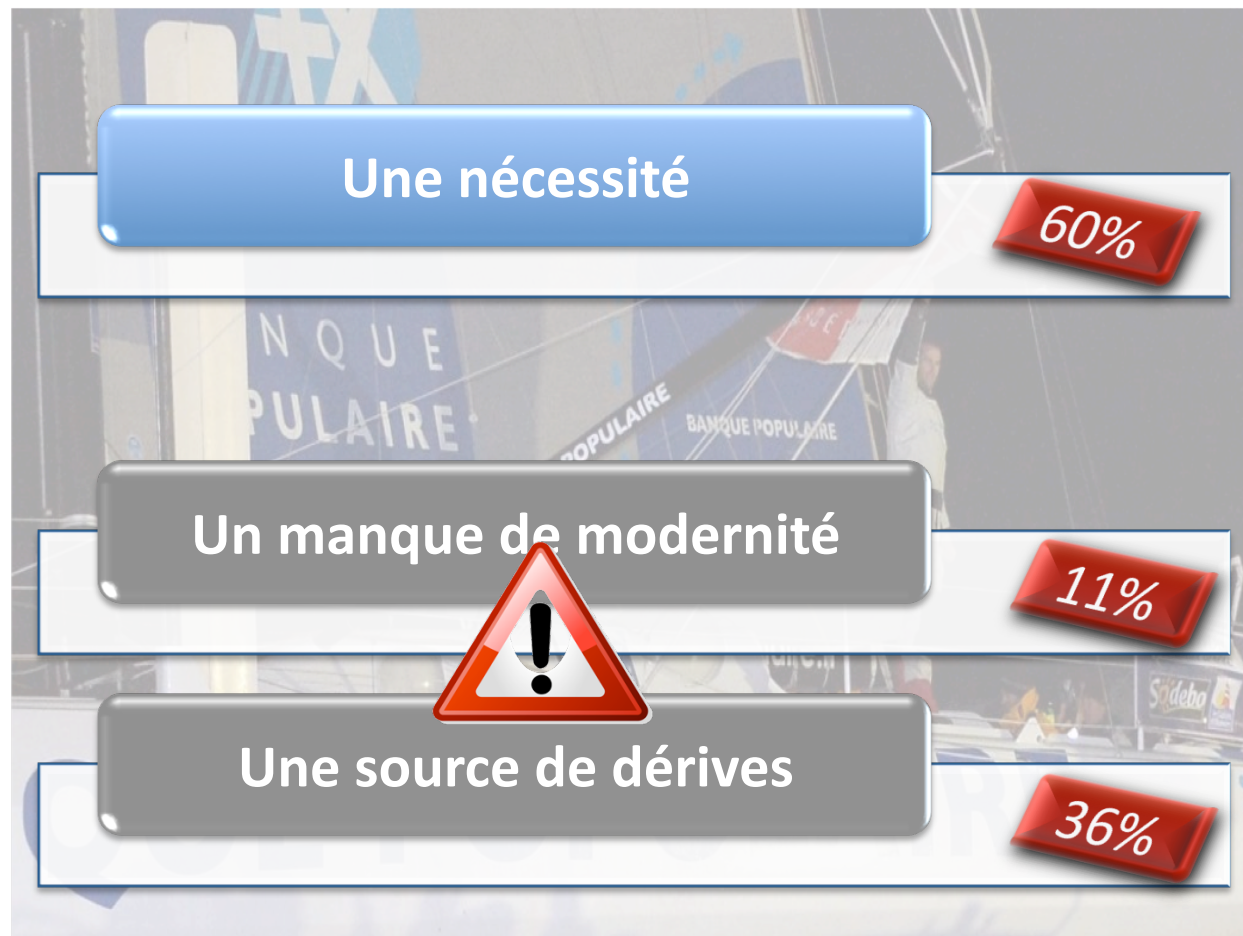
3^{èmes} ASSISES SPORSORA DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

« Les leviers de la
compétitivité, état
d'urgence »

Virgile CAILLET,
Directeur de KantarSport

SPORSORA
L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

60% du grand public considère le sponsoring comme une nécessité



Crédit photo : AFP

Top Partenaires



Partenaires

GDF SUEZ



Seenk.

Partenaires Médias



L'EQUIPE
Partageons le sport.

SPONSORING.FR



Partenaires Institutionnels





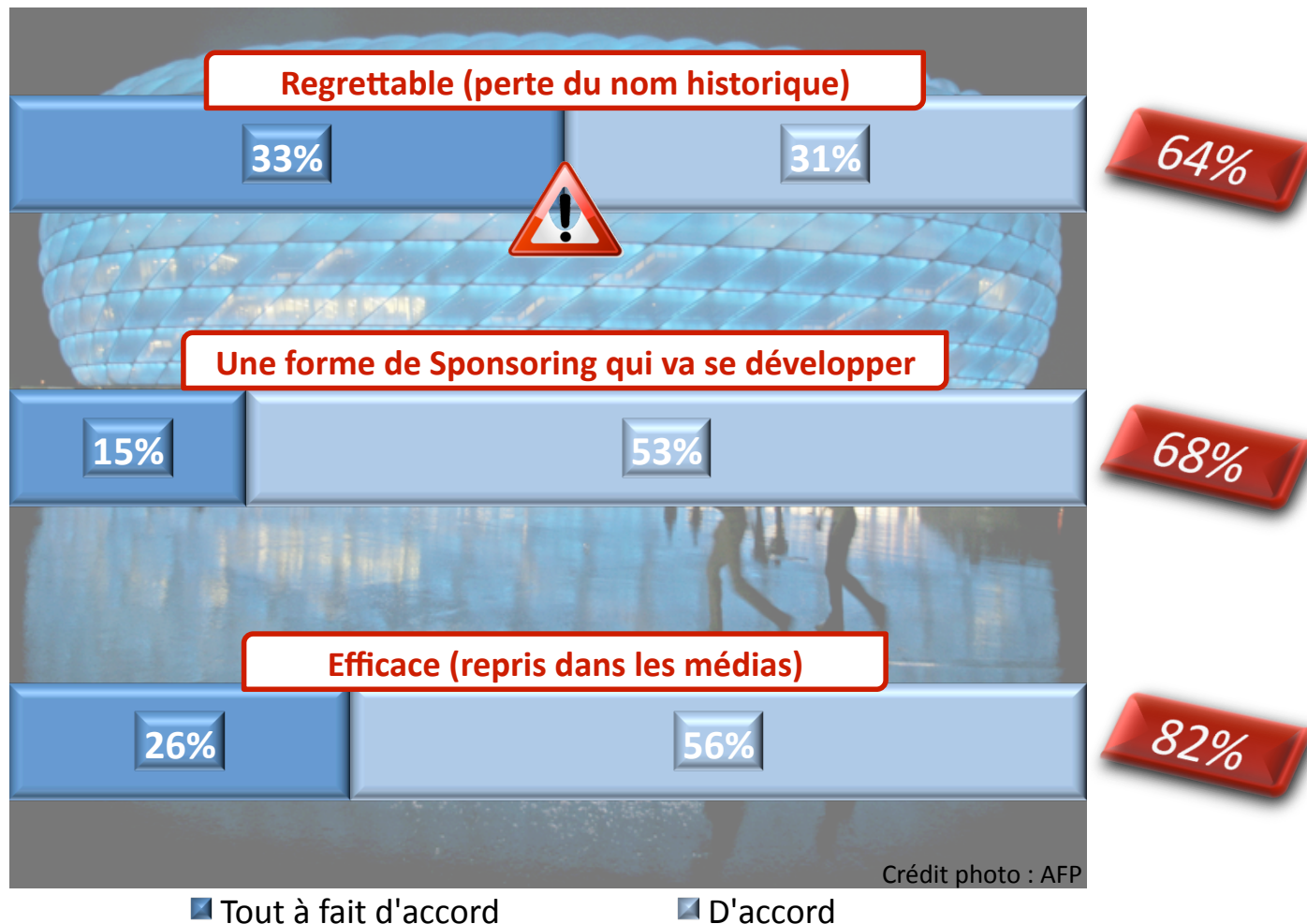
3^{èmes} ASSISES SPORTORA DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

« Les leviers de la
compétitivité, état
d'urgence »

Virgile CAILLET,
Directeur de KantarSport

SPORTORA
L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

Le naming, une technique efficace pour 82% des français



Top Partenaires



Partenaires



Partenaires Médias



Partenaires Institutionnels





3^{èmes} ASSISES SPORSORA DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

« Les leviers de la
compétitivité, état
d'urgence »

Virgile CAILLET,
Directeur de KantarSport

SPORSORA
L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

Kantar Sport vous remercie...

pour votre attention !



Crédit photo : AFP

Top Partenaires



Partenaires

GDF SUEZ



Seenk.

Partenaires Médias



L'EQUIPE
Partageons le sport.

SPONSORING.FR



Partenaires Institutionnels

