



11^e ÉDITION DES TROPHÉES SPORSORA DU MARKETING SPORTIF

Communiqué de presse
4 décembre 2014

Les Trophées SPORSORA du Marketing Sportif consacrent les stratégies les plus innovantes et les plus efficaces !

SPORSORA, l'association des Acteurs de l'économie du Sport organise chaque année l'événement de référence du marché qui met à l'honneur les stratégies de Marketing Sportif les plus innovantes et les plus efficaces. **La 11^{ème} édition des Trophées SPORSORA se déroulera le 9 février 2015 au Théâtre de Paris.** Elle s'inscrit dans un contexte particulièrement riche en événements sportifs.

Les nommés de la 11^e édition des Trophées SPORSORA sont...

À l'issue d'une matinée d'échanges et de débats organisée le **mardi 2 décembre dernier au siège historique de LCL (Sponsor de l'année 2013)**, les 14 experts composant le jury ont désigné trois nommés dans chacune des quatre catégories représentées :

SPONSOR DE L'ANNÉE



ADIDAS - All Bleus



AG2R La Mondiale - Transat 2014



MACIF - Un sponsoring voile à 360

STRATÉGIE MARKETING D'UN DÉTENEUR DE DROITS



FFF - Stratégie Équipe de France



FFHG - Ligue Magnus Live



LNB - Disneyland Paris Leaders Cup

ACTIVATION AUTOUR D'UN ÉVÉNEMENT SPORTIF



CARREFOUR - Carrefour Cup



HYUNDAI - SociOL Room



MASTERCARD - « Priceless » Roland-Garros

TRAITEMENT ÉDITORIAL ET INNOVATION MÉDIA



FIBA - 3x3planet.com



IBM - Outdoor digital Roland-Garros



SALOMON - Citytrail

Pour **Laurent Damiani**, Président de SPORSORA : « *Le sport a démontré une fois de plus cette année sa force émotionnelle unique et sa puissance médiatique. Aussi dans un environnement économique toujours tendu, il est plus que jamais utile de mettre en valeur les bonnes pratiques, et de rappeler les vertus du marketing sportif, outil d'innovation, de management et de communication efficace.* »

66 dossiers ont été déposés cette année dans quatre catégories, un record qui témoigne du dynamisme de notre secteur. Les critères ayant prévalu à la sélection étaient la cohérence de la stratégie, la pérennité de l'action, la créativité et l'originalité, la mesure d'impact, ainsi que l'exemplarité.

Les 3 nommés seront soumis à un vote en ligne de 1 000 professionnels du secteur **du 5 au 23 janvier via notre plateforme www.sporsora.com**. Les lauréats seront dévoilés à l'occasion de la cérémonie le **9 février 2015 au Théâtre de Paris**. Un « Coup de cœur » du jury sera également décerné à cette occasion.

CONTACT

Sophie de Busni – sophie.debusni@sporsora.com

01 70 91 55 14

Toute l'information sur www.sporsora.com

SPORSORA

L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT



Composition et réactions du jury :

Bernard LAPASSET, Président du jury, président de l'IRB et du CFSI

- **Franck CAUDRELIER**, Consultant en stratégie digitale / Social medias
- **Pierre-Paul COCHET**, Directeur des relations institutionnelles, sponsoring et mécénat, LCL
- **Xavier COUTURE**, Consultant
- **Laurent DELANNEY**, Directeur commercial ATP, Président ATP Europe
- **Sébastien FOUCRAS**, Directeur associé, créateur des Etoiles du Sport, Alizeum
- **Emmanuel FRATTALI**, Rédacteur en chef, Sponsoring.fr
- **Frédérique GALAMETZ**, Rédacteur en chef, L'Equipe
- **Frédérique JOSSINET**, Coordonnatrice du plan fédéral de féminisation, FFF
- **France KAMM**, Responsable des relations extérieures, Rolex
- **Jean LEVY**, Ambassadeur du Sport français
- **Béatrice ROUX**, Directrice marketing, communication et développement, L'Equipe
- **Adèle STERN**, Etoile du Sport 2013, pentathlète
- **Jean-Claude VIDAL**, Directeur pédagogique MBA, SMS, Directeur, Arène Evénements



© AFP / Jérôme Dominé

Pierre-Paul COCHET, Directeur des relations institutionnelles, sponsoring et mécénat LCL :

« Je pense qu'on doit sponsoriser un sport, un événement, un sportif qui vous ressemble. S'il n'y a pas de cohérence avec ce qu'on est, les valeurs qu'on affiche et ce qu'on promeut, cela me paraît hors sujet. La pérennité, la maturité aussi sont importantes. En revanche, peu importe les moyens, ce qui est intéressant, c'est le retour sur investissement. »

Xavier COUTURE, Consultant :

« Le sponsoring est devenu une activité de communication très maîtrisée par les entreprises, ce n'est plus une simple manifestation de l'intérêt d'un président ou une errance liée à des comportements irrationnels. C'est toujours fondé sur une volonté économique au service de l'entreprise et de la marque. De ce point de vue, les dossiers proposés sont assez exemplaires. »

Laurent DELANNEY, Directeur commercial ATP, Président ATP Europe :

« Les candidatures ont présenté beaucoup de nouvelles opportunités d'engagement vis-à-vis des cibles à travers le numérique et les nouveaux médias. »

Béatrice ROUX, Directrice marketing, communication et développement de L'Équipe :

« Les Trophées SPORSORA du marketing sportif ? C'est une nécessité. Dans le maelström de tous ces événements, de toutes ces compétitions, c'est bien une fois par an de se poser et de regarder comment les investissements peuvent bénéficier au sport et participer à sa construction. »

CONTACT

Sophie de Busni – sophie.debusni@sporsora.com

01 70 91 55 14

Toute l'information sur www.sporsora.com

SPORSORA

L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT



11^e ÉDITION DES TROPHÉES SPORSORA DU MARKETING SPORTIF

Communiqué de presse
4 décembre 2014

Rappel des dates clés :

- **2 décembre 2014** : réunion du jury.
- **Du 5 au 23 janvier 2015** : trois nommés dans chacune des 4 catégories sont soumis au vote des professionnels du marché sur internet.
- **9 février 2015** : soirée des Trophées SPORSORA du Marketing Sportif au Théâtre de Paris.

Définition des catégories :

Sponsor de l'année

Cette catégorie couronne l'annonceur qui a réussi, dans la durée, à développer le partenariat le plus en phase avec ses objectifs stratégiques ou tactiques. L'approche primée sera la plus créative, la plus transversale, la plus aboutie, la plus respectueuse des valeurs de l'organisation sportive ou de l'athlète et la plus responsable. Ce partenariat aura permis à l'organisation sportive ou à l'athlète d'accroître son rayonnement et sa visibilité, et à l'entreprise d'atteindre ses objectifs.

Stratégie marketing d'un détenteur de droits

Cette catégorie récompense le sportif ou l'organisation sportive, privée ou publique, qui a déployé la stratégie marketing la plus créative, la plus aboutie, la plus efficiente et la plus responsable. Sera valorisé le détenteur de droits qui a réussi le mieux à se démarquer et à développer un ou plusieurs de ses marchés (ex : pratiquants, licenciés, spectateurs, sponsors, clubs, collectivités territoriales, médias...).

Activation autour d'un événement sportif

Cette catégorie couronne l'annonceur qui a mis en place l'activation d'une campagne de marketing sportif, média ou hors média, la plus originale, la plus responsable et la plus impactante (activation publicitaire, activation commerciale, activation digitale, communication interne ...). Tout ou partie de l'activation peut être primée sans notion de durée. Cette catégorie concerne le marketing sportif au sens large, y compris l'ambush marketing.

Traitement éditorial et innovation média

Cette catégorie récompense aussi bien un média, un annonceur, un détenteur de droits ou un prestataire qui aura su développer un contenu éditorial original et impactant, ou une plateforme technologiquement innovante, en lien avec un événement sportif, une actualité ou un(e) sportif(ve). L'innovation sera valorisée tant sur le fond que sur la forme. Elle aura servi aussi bien les intérêts de son auteur que ceux de son sujet et du (des) public(s) visé(s).

À propos de SPORSORA :

Le Sport représente un enjeu social et sociétal majeur, et un moteur de croissance de l'économie. Conscients de leur responsabilité, les acteurs de l'économie du Sport ont créé dès 1994 SPORSORA, une organisation interprofessionnelle au service de l'intérêt général. SPORSORA a notamment pour missions de favoriser le dialogue entre les parties prenantes, professionnaliser et développer l'économie du Sport, et promouvoir le marketing sportif comme levier d'innovation, de management et de communication. SPORSORA regroupe aujourd'hui plus de 170 membres (annonceurs, agences, médias, écoles et opérateurs du Sport) et un réseau de près de 600 experts. Pour connaître nos activités et adhérer à l'association : www.sporsora.com

CONTACT

Sophie de Busni – sophie.debusni@sporsora.com

01 70 91 55 14

Toute l'information sur www.sporsora.com

SPORSORA

L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT