



Orange, Ville de Paris, Caisse d'Épargne, Lacoste, SportEasy, Mécénat Chirurgie Cardiaque et Peugeot, grands gagnants des Trophées SPORSORA 2017.

SPORSORA, l'association des acteurs de l'économie du sport récompensait **lundi 27 février 2017 aux Folies Bergère** les stratégies de marketing sportif les plus innovantes et les plus efficaces de l'année 2016 en présence de Thierry Braillard, Secrétaire d'État aux Sports mais aussi de nombreuses personnalités de l'économie du sport et de champions.

Découvrez le palmarès de cette 13^e édition...

SPONSOR DE L'ANNÉE

ORANGE

Orange Sponsors You

STRATÉGIE D'UN DÉTENTEUR DE DROITS

VILLE DE PARIS

Fan zone Tour Eiffel

ACTIVATION & INNOVATION

CAISSE D'ÉPARGNE

Partageons les rêves de l'équipe de France olympique

STRATÉGIE D'UN ACTEUR DE L'INDUSTRIE DU SPORT

LACOSTE

En route pour Rio

STARTUPS

SPORTEASY

"Gérez comme un pro votre équipe de sport amateur"

COUP DE COEUR

MÉCÉNAT CHIRURGIE CARDIAQUE

TROPHÉE DU GRAND PUBLIC L'ÉQUIPE

PEUGEOT

Magali Tézenas du Montcel, Déléguée générale de SPORSORA : « *Le palmarès de cette 13^e édition reflète la grande diversité et richesse de notre écosystème : la Ville de Paris a su faire partager au plus grand nombre un événement majeur, l'UEFA Euro 2016™ dont la marque partenaire Orange a été désignée Sponsor de l'année. La Caisse d'Épargne et Lacoste ont brillé grâce à leur accompagnement des athlètes français aux Jeux Olympiques et Paralympiques de Rio. Le rôle sociétal du sport a également été valorisé avec le Coup de cœur décerné à Mécénat Chirurgie Cardiaque. L'innovation a été mise en lumière à travers les « pitches » de trois startups et la victoire de SportEasy qui soutient le sport amateur. Enfin, le Trophée du Grand Public L'ÉQUIPE de Peugeot est venu récompenser une alliance réussie entre une marque et un athlète. Une cérémonie également marquée par un plateau très relevé de magnifiques champions... La recette d'une belle 13^e édition. »*



ORANGE / Orange Sponsors You

Orange Sponsors You est un dispositif né de la volonté de récompenser les fans pour leur soutien. Durant l'Euro 2016, Orange a développé une plateforme d'activation globale déployée dans les 28 pays du groupe avec un seul objectif : faire vivre aux fans des expériences uniques et connectées au travers d'offres et d'activations dédiées, comme illuminer la Tour Eiffel aux couleurs de la nation la plus soutenue sur les réseaux sociaux (+20M posts envoyés). Avec des centaines de milliers de fans récompensés pour leur passion, la participation et l'engagement ont été exceptionnels.

Béatrice Mandine – Directrice exécutive Communication et Marque : « *C'est une grande fierté de recevoir ce Trophée de Sponsor de l'année qui vient récompenser le travail de l'ensemble des équipes impliquées et de l'énergie importante déployée tout au long du projet et dans la majeure partie de nos pays à travers l'Europe et l'Afrique.* »

Trophées d'argent :

CRÉDIT AGRICOLE / Place à l'UEFA EURO 2016™

FDJ / La OLA FDJ pour l'UEFA EURO 2016™

VILLE DE PARIS / Fan zone Tour Eiffel

Ville hôte de l'UEFA EURO 2016™ et candidate à l'organisation des JO 2024, Paris voulait montrer sa capacité à accueillir les grands événements sportifs malgré un contexte sécuritaire compliqué. Au cœur du Champs-de-Mars, sur l'équivalent de 30 terrains de football, la Fan Zone a reçu 1,2 million de visiteurs en 26 jours. Par le haut niveau de sécurité, la qualité des services et des contenus proposés, cette Fan Zone géante a rencontré un large succès populaire. Festive et familiale, elle fut la vitrine médiatique de l'EURO avec 1.5 million d'heures de direct TV et +6000 reportages dans 120 pays.

Antoine Chines, Directeur de la Jeunesse et des Sports de la Ville de Paris : « *Ce Trophée, c'est une reconnaissance du travail des équipes de la Ville comme celles de Lagardère Sports. C'est symboliquement fort pour nous d'avoir gagné, qui plus est face à d'excellents candidats. Cela nous conforte dans notre constat d'avoir réussi à montrer un Paris joyeux et festif malgré un contexte sécuritaire qui reste difficile et pesant. Réussir à gérer 1,2 million de personnes en fan zone dans ces conditions est exceptionnel. Désormais, nous souhaitons capitaliser sur cette victoire et sur l'expérience acquise pour se projeter sur Paris 2024, qui reste bien entendu l'objectif n°1.* »

Trophées d'argent :

DISNEY BUSINESS SOLUTIONS - Semi-Marathon Disneyland Paris - Val d'Europe

LFP - Orange e-Ligue 1

CAISSE D'ÉPARGNE / Partageons les rêves de l'équipe de France olympique

Le Team Caisse d'Épargne symbolise les territoires français (17 athlètes/17 caisses régionales) et la diversité des sports Olympiques (11 disciplines). Les athlètes ont incarné l'ÉdF Olympique avec 17 films. Diffusion : F2 / F3 (1,4 million de personnes touchées en moyenne), réseaux sociaux (33 millions de personnes qualifiées touchées), agences bancaires, presse régionale (film diffusé sur chaque territoire avec l'athlète), clients (séances de dédicaces, jeux, affichages)... La Caisse d'Épargne, 1^{ère} marque partenaire du CNOSF associée à l'équipe de France Olympique.

Thierry Martinez, Directeur de la Communication Caisse d'Épargne : « *Les Caisses d'Épargne s'engagent de façon durable aux côtés des athlètes du Team en les accompagnant 4 ans avant chaque olympiade. Pour cette campagne, le choix de la Caisse d'Épargne a été de dresser des portraits de ses athlètes pour les mettre en avant et les porter vers Rio, mais aussi pour valoriser leur carrière et renforcer leur notoriété. Je remercie Sponsorship 360 de nous avoir présenté des jeunes talents, producteurs et réalisateurs. C'est aussi cela le rôle d'une banque : faire confiance et être utile.* »

Trophées d'argent :

FDJ - Chaque jour est une chance : expression cycliste

SKODA - Dépassez vos limites et roulez comme un pro avec la Team SKODA



LACOSTE / En route pour Rio

2016 a scellé aux yeux du public l'engagement olympique de Lacoste auprès des délégations françaises habillées par la marque lors des Jeux de Rio. Les couleurs Lacoste arborées par les 522 athlètes tricolores ont permis au crocodile un grand succès commercial, une exposition maximale et un retour dépassant toute attente en matière d'image et de notoriété. 69 médaillés olympiques et paralympiques ont porté des tenues sur les podiums de Rio mais aussi lors des célébrations à leur retour en France. Un dossier transverse, international qui a mobilisé l'ensemble des collaborateurs Lacoste.

Sandrine Conseiller, Directrice Marketing et Branding Groupe : « *L'histoire entre Lacoste et l'olympisme a commencé en 1924, date que nous aimerions bien célébrer pour son anniversaire dans quelques temps... Cette relation avec l'olympisme et ses valeurs de fair-play, d'humilité et de dépassement de soi sont donc ancrées dans la marque. Nous sommes très heureux de faire perdurer cette aventure aujourd'hui et nous en profitons pour remercier le CNOSF et le comité paralympique qui sont des partenaires extraordinaires. Nous souhaiterions également remercier les sportifs car ce sont notamment leurs commentaires sur les tenues et les activations qui permettent à la marque de se dépasser pour faire une olympiade encore plus belle, peut-être à Paris... »*

Trophées d'argent :

INTERSPORT - "Les petites annonces" maillot OM
TECNIFIBRE - Young Guns 2

SPORTEASY / "Gérez comme un pro votre équipe de sport amateur"

SportEasy est une application web et mobile qui regroupe tout ce dont une équipe de sport amateur a besoin : les entraîneurs gagnent du temps grâce à des fonctionnalités d'organisation sportive et administrative ; les sportifs ont une interface commune pour consulter les horaires et lieux des matchs, suivre les performances de l'équipe et partager leurs émotions. Adaptée à tout sport collectif (foot, rugby, hand...), SportEasy compte 30 000 équipes et 600 000 utilisateurs dans le monde, avec plus de 1000 nouveaux utilisateurs par jour.

Nizar Melki, Co-founder & CEO : « *Nous sommes ravis d'avoir reçu ce trophée : parce qu'il est décerné par des professionnels de l'économie du sport ; parce que nous faisons face à deux très beaux projets ; et parce qu'il met en valeur le sport amateur et tous ses bénévoles. Nul doute qu'il renforcera notre crédibilité dans l'écosystème du sport business, qui plus est à un moment opportun puisque nous lançons une offre à destination des marques qui souhaitent toucher notre communauté de sportifs. »*

Trophées d'argent :

DIGIFOOD - "L'appétit vient en cliquant"
GYMLIB.COM - "Le fitness comme je veux"

MÉCÉNAT CHIRURGIE CARDIAQUE

Orso Chétochine, Directeur : « *C'est pour nous très important d'être désormais reconnus par le monde du mécénat sportif. Cela faisait longtemps que nous voulions concourir parce que nous devons beaucoup au sport. Avec notre partenariat avec le skipper Tanguy de Lamotte sur le Vendée Globe, c'était l'année ou jamais. Cela donne encore plus de poids au concept « 1 like, 1 € pour sauver les enfants ». Pour atteindre le Cap Horn à la voile, on dit qu'il faut franchir les 40^{es} rugissants... Et bien nous avons fait mieux puisque grâce aux dons et aux clics, nous avons sauvé 50 enfants ! »*



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 du comité d'experts :

Présidents :

- **Sarah OURAHMOUNE**, championne du monde et vice-championne olympique de boxe anglaise, Présidente-Fondatrice de Boxer Inside
- **Xavier COURT**, Associé co-fondateur en charge du business development de vente-privee.com et Président de la filiale vente-privee Entertainment
- **Yannick AGNEL**, Double médaillé d'or de natation aux Jeux Olympiques (2012)
- **Antoine AUBOUR**, Directeur Marketing Adjoint de A.S.O.
- **Alexandra BERTHET**, Directrice des partenariats, du marketing et de la communication de l'AccorHotels Arena
- **Dorian BESSON**, Responsable Sponsoring et Evénements de AccorHotels
- **Michael BOUSSETON**, Responsable Sponsoring Sportif International de BNP Paribas
- **Amel BOUZOURA**, Responsable Engagements Sports de FDJ
- **Aurélie BRESSON**, Directrice générale et de la publication du magazine Les Sportives
- **Dominique CARLAC'H**, Présidente du comité sport du MEDEF - Présidente de D&Consultants
- **Benjamin CARLIER**, Directeur du Tremplin
- **Isabelle COLLETTE**, Directrice générale adjointe de la LNB
- **Frédérique GALAMETZ**, Rédacteur en chef de l'EQUIPE
- **Anna GERKE**, Responsable du Mastère Spécialisé "Management des Organisations de Sport" d'Audencia Business School
- **Jean-Sébastien GOSUIN**, Co-founder et CEO de Seaters
- **Emmeline NDONGUE**, Ambassadrice de Paris 2024
- **Olivier PANTEL**, Managing Director de Kettler
- **Laurent PETRYNKA**, Directeur national de l'UNSS - Président de l'ISF
- **Candice PREVOST**, Administratrice de Sport & Citoyenneté

Rappel du process de votes :

- **12 janvier 2017** : réunion du jury et désignation du « Coup de cœur ».
- **Du 26 janvier au 10 février 2017** : trois nommés dans chacune des 5 catégories sont soumis au vote des professionnels du secteur sur internet.
- **Du 14 au 21 février 2017** : vote des internautes pour la meilleure publicité sur lequipe.fr (Trophée du grand public)
- **27 février 2017** : remise des Trophées SPORSORA du Marketing Sportif aux Folies Bergère. Vote en live des participants pour la catégorie « Startups » à la suite d'une session de « pitches ».

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



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 responsable et la plus respectueuse des valeurs de l'organisation sportive ou de l'athlète. 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. Les entreprises dont le cœur de métier est le sport ne concourent pas dans cette catégorie réservée aux annonceurs.

STRATÉGIE 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 responsable et la plus efficiente. Sera valorisé le détenteur de droits qui aura réussi le mieux à se démarquer et à développer un ou plusieurs de ses marchés (ex : pratiquants, licenciés, spectateurs, sponsors, clubs, collectivités territoriales, médias etc.).

ACTIVATION & INNOVATION

Cette catégorie récompense aussi bien un média, un annonceur, un détenteur de droits ou un prestataire qui aura su développer une activation media ou hors media, un contenu éditorial original et impactant, une plateforme technologiquement innovante, un service ou un produit original en lien avec un événement sportif, une actualité, une pratique 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).

STRATÉGIE D'UN ACTEUR DE L'INDUSTRIE DU SPORT

Cette catégorie récompense une entreprise dont le cœur de métier est le sport (marque, industriel, distributeur) qui a déployé la stratégie marketing la plus créative, la plus aboutie, la plus responsable et la plus efficiente. Seront retenues les actions mises en place par des entreprises françaises, par des filiales françaises de marques internationales ou encore développées sur le territoire français. Sera valorisée l'entreprise qui aura réussi le mieux à se démarquer, à être commercialement performante, à développer un ou plusieurs de ses produits, marchés ou réseau de distribution.

STARTUPS

Cette catégorie récompense la startup qui aura su développer la solution la plus innovante et la réponse la plus adaptée aux besoins du secteur. Seront valorisés la créativité, la simplicité de mise en œuvre, l'efficacité de la réponse apportée et son potentiel de réussite.

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 est l'organisation référente pour penser et influencer le développement de l'économie du sport. Elle a notamment pour missions de favoriser le dialogue entre les parties prenantes, de professionnaliser le secteur et de promouvoir le marketing sportif comme levier d'innovation, de management et de communication. SPORSORA regroupe aujourd'hui plus de 200 membres (annonceurs, agences, médias, écoles et opérateurs du sport) et un réseau de plus de 600 experts.

Pour connaître nos activités : 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