



l'institut de formation professionnelle en marketing sportif

Newsletter FAST sport # 25 du mois d'octobre 2009

- AU SOMMAIRE
- > Edito : Plan de formation et Sponsors
- > Focus sur : Laurent Damiani, nouveau président de Sponsors
- > Le calendrier des formations
- > Les news sportifs et les fiches Ubi sport

image de la semaine

En partenariat avec AFP Photo



WRC 2009

Sébastien Loeb et Daniel Elena, champions du monde des rallyes pour la 6ème fois avec Citroën.
(AFP Photo/Carla de Souza)

édito

Cette année, Sébastien Loeb a entretenu le suspense jusqu'au bout pour son 6ème titre de champion du monde des rallyes. Le sportif préféré des français (classement l'Equipe Mag) est également apprécié des sponsors. Stratégie de notoriété ou d'image, le pilote représente un investissement gagnant pour des partenaires misant sur un sportif hors du champ people, un technicien, un coéquipier ... un homme moderne !

Un exemple intéressant pour un sponsoring sportif étudié et rationnel que promeut Sponsors depuis de nombreuses années. L'association pour la promotion du marketing sportif a nommé son nouveau président, Laurent Damiani, pour succéder à Gilles Bertoni et semble ainsi s'engager dans un nouvel élan. La formation constitue un axe incontournable pour promouvoir le sport comme un outil de communication performant et rationnel et pour la professionnalisation de ses acteurs.

FAST sport s'inscrit entièrement dans cette démarche et accompagne sponsors, agences, clubs et fédérations dans leur démarche de formation et de professionnalisation.

Financée par les cotisations obligatoires, la formation professionnelle constitue un véritable enjeu de management et nous pouvons vous accompagner dans la réalisation de votre plan de formation annuel. Les budgets formation fonctionnent en année civile et les compteurs sont remis à zéro en début d'année. Pensez à utiliser votre budget avant de le perdre à la fin de l'année !

Marine Lallement, Directrice de FAST sport

calendrier des formations

Focus sur ...

Utilisez votre budget formation avant la fin de l'année et financez vos formations !

Les compteurs sont remis à zéro en début d'année et vous perdez votre budget

La formation incontournable : Intégrer le sponsoring au mix marketing de l'entreprise

19 Nov. Le sponsoring comme outil de promotion des ventes

L'aspect juridique des événements sportifs :

26 nov Responsabilités des organisateurs d'événements sportifs
Responsabilités et assurances

Les clés de la rédaction des contrats :

17 Déc. Contrats de sponsoring
Maîtriser les aspects juridiques et fiscaux des contrats

Laurent Damiani,
Président de Sponsors
et PDG de l'agence Community

"La professionnalisation du secteur est essentielle et elle doit être constante"



Vous êtes pdg de l'agence Community et venez d'être élu président de Sponsors, parlez-nous de votre métier.

Je suis le fondateur et le dirigeant de Community, une agence d'ingénierie et de communication Sport / Culture / Société, positionnée au cœur de la relation entre les acteurs économiques et la société civile. Nous accompagnons les entreprises et les institutions dans la définition et le pilotage de leurs stratégies, et dans la création, la mise en œuvre et la diffusion de contenus. Ces trois territoires représentent à la fois des leviers d'innovation et de développement que nous activons en France comme à l'international. En effet, à travers SPHERE Network, Community est présent aujourd'hui dans 6 pays dont l'Afrique du Sud et l'Angleterre, théâtre des prochains grands événements sportifs.

Quelles sont les missions de Sponsors et que représente l'association dans le milieu du marketing sportif ?

Sponsors a pour objectif de promouvoir l'utilisation, le développement et la professionnalisation du marketing sportif comme élément de management et de communication auprès des différentes parties prenantes (annonceurs, agences, institutions sportives, médias, écoles et pouvoirs publics). Aujourd'hui Sponsors regroupe plus de 70 adhérents. A l'horizon 2012, j'ai l'ambition de doubler voire tripler le nombre d'adhérents, et de faire de Sponsors une véritable organisation professionnelle influente.

Vous succédez, en tant que président, à Gilles Bertoni, quels sont les projets que vous souhaitez porter au nom de l'association ?

Le sport est devenu un enjeu majeur de société. Il représente également, dans toutes ses composantes, une part importante de l'économie. C'est sur la base de ce constat que le nouveau Bureau exécutif a pour objectif d'accompagner Sponsors dans son développement, en transformant un lieu de débats en un lieu d'actions, et en prenant en main les sujets qui nous rassemblent :

- Faire valoir les intérêts et les positions des acteurs du marketing sportif dans un contexte économique et politique complexe,
- Promouvoir notre communauté en élaborant et en mettant en œuvre des pratiques loyales et éthiques.
- Optimiser en efficacité et en coût les investissements dans le sport.

Est-ce à dire que le sport business est arrivé à maturité en France ?

Le sport business se réinvente tous les jours dans la pratique qu'en font les acteurs du marketing sportif. Je constate notamment que les investissements des marques dans le sport servent de plus en plus des actions d'intérêt général que le cadre législatif et fiscal actuel n'encourage pas forcément. Je vois également que nous parlons de retour sur investissements ou sur objectifs sans avoir mis en œuvre des outils de mesure et des normes pour le marché. C'est le rôle que je souhaite donner à Sponsors : une organisation professionnelle en mouvement, qui favorise par des actions d'intérêt général le développement des pratiques.

Vous parlez du marché du sport, de son poids économique et social et de la professionnalisation des métiers du marketing sportif, à votre avis, quel rôle peut jouer la formation professionnelle dans la reconnaissance et la valorisation du sport business ?
La professionnalisation du secteur est essentielle et elle doit être constante. Etant par ailleurs vice-président de la European Sponsorship Association, j'ai l'occasion de m'intéresser aux pratiques

Clubs, fédérations et organisateurs :
Agir pour le développement durable est à présent à votre portée :

15 Dec. Sport et Développement Durable
La démarche Carbone :
Réaliser un bilan carbone dans le sport
Inscriptions ouvertes

BULLETIN D'INSCRIPTION

Renseignements et inscriptions au
01 71 18 30 12 ou par [mail](#)

Les formations FAST sport entrent dans le cadre du DIF ou du plan de formation.
Le financement peut être pris en charge par votre OPCA.

Découvrez le

CATALOGUE 2010

et accédez à la formation
professionnalisante !

Pourquoi opter pour un cursus de formation FAST sport ?

- **Se spécialiser**, à la demande de l'entreprise ou dans une démarche de progression personnelle,
- **Se former à son rythme** sur une année en optimisant son budget formation ou son DIF,
- Accéder à des **cursus professionnalisants** reconnus sans les contraintes du parcours diplômant compte tenu des parcours souvent riches des interlocuteurs.

Vos avantages :

- Vos formations sont planifiées sur l'année.
- Votre budget est optimisé.
- Vous intégrez un cursus de formation à vocation professionnelle.

développées dans les autres pays, notamment en Angleterre. Et je constate que les formations professionnelles proposées dans ce pays sur le marketing sportif sont à la fois très pointues et beaucoup plus nombreuses que chez nous.

Comment Sporsora va s'engager dans cette voie de la formation et de la professionnalisation ?

C'est un état d'esprit que nous devons développer en France. Je souhaite que nous partagions davantage les savoirs entre professionnels et que nous confrontions les meilleures pratiques à l'international. Nous allons créer une Commission Formation, à laquelle FAST sport sera associée. L'idée étant de mettre en place des formations labellisées Sporsora.

J'envisage par ailleurs de mettre sur pied dès 2010, les 1ères Assises du marketing sportif qui doivent également concourir à ce souci de professionnalisation. Le champ est vaste mais nous nous donnerons les moyens de faire de Sporsora un véritable label pour promouvoir une pratique plus durable du marketing sportif.

Propos recueillis par FAST sport



autres infos

FAST sport

Découvrez les dernières fiches pratiques

UBISPORT

- > [Les salles de basket de Pro A - 2009/2010 : état des lieux et perspectives](#)
- > [Arrêté du 25 septembre 2009 modifiant les dispositions réglementaires du code du sport - "Salles où sont pratiqués les arts martiaux"](#)
- > [Les panneaux photographiques et les équipements sportifs](#)

sport.fr

La Lettre du sport # 564 du 23 octobre 09

> ACTUALITES //

Pau, une pause pour combien de temps ?

> DROIT //

Les députés à la chasse aux avantages fiscaux

> DROIT //

Unibet condamné pour contrefaçon

Centre de formation enregistré sous le numéro 11 75 42302 75

Les formations FAST sport sont éligibles au titre du DIF ou du plan de formation

Contact :
FAST sport
14 Rue Soleillet BL20
F-75020 Paris
Tel 01 71 18 30 12
Fax 01 71 18 30 14
fomapro@fast-sport.fr

DIRECTION :
Marine Lallement
marinelallement@fast-sport.fr

SERVICE INFORMATION ET INSCRIPTIONS :
info@fast-sport.fr
formation@fast-sport.fr

Si vous ne souhaitez plus recevoir la newsletter mensuelle FAST sport, [désinscription ici](#)