



l'institut de formation professionnelle en marketing sportif

Newsletter FAST sport # 28 - FEVRIER 2010

AU SOMMAIRE

>Edito : Edito

>Focus sur : Jean François JEANNE, DGA Sportive

>Le calendrier des formations

>Les news sport.fr pro et les fiches Ubi sport

image de la semaine

En partenariat avec AFP Photo



Coupe du Monde de ski alpin 2010
Julien Lizeron célèbre sa 2ème place du slalom, à Kitzbühel.

(AFP Photo / Samuel KUBANI)

édito

De l'utilité d'un contrat de sponsoring

Depuis quelques semaines, les sponsors de Tiger Woods n'ont pas suivi le golfeur en période critique. Si le champion américain faisait preuve de la plus grande exigence et rigueur dans ses clauses contractuelles, les annonceurs en ont certainement fait de même en faisant jouer une clause de moralité, leur permettant ainsi de sortir ou suspendre leur investissement, quand l'image très lisse du golfeur était mise à mal.

D'où l'utilité d'un contrat de sponsoring performant pour les ayant droits comme pour les sponsors afin de préserver leur image respective en cas de tourmente.

Les contrats de sponsoring sportif, Sportfive en conclut chaque année et Jean-François Jeanne, son DG adjoint, en connaît les contraintes et les avantages. Ainsi, les contrats pluri-annuels permettent aux clubs français d'endiguer les effets de la crise financière et aux annonceurs de bénéficier d'une visibilité lissée à moyen ou long terme et de limiter les effets du fameux aléa sportif (ou de comportement !)

Notre formation phare sur les contrats de sponsoring le 9 mars prochain s'avère donc incontournable et vous apporte les clés de la rédaction d'un contrat et ses implications fiscales. Un rendez-vous à ne pas manquer.

Marine Lallement, Directrice de FAST sport

calendrier des formations

Focus sur ...

Profitez de votre plan de formation 2010 pour vous former. Nous vous accompagnons dans votre plan de formation.

➤ 9 Mars / JURIDIQUE

Contrats de sponsoring sportif

Les clés de la rédaction d'un contrat de sponsoring et la fiscalité du sponsoring et du mécénat

➤ 18 Mars / DEVELOPPEMENT DURABLE

Le Bilan Carbone dans le sport

Les bases pour réaliser un Bilan Carbone®
Formation référence réservée aux acteurs du sport par nos formateurs ADEME

➤ 30 Mars/ JURIDIQUE

Protéger ses investissements marketing dans le sport

Moyens de lutte et de protection
Se préserver de l'ambush marketing

➤ 1er AVRIL/ MARKETING

Intégrer le sponsoring au mix marketing de l'entreprise

Le sponsoring, outil de promotion des ventes
Benchmark et best practices dans le sponsoring sportif

Téléchargez le catalogue



➤ Les cursus de formation

FAST sport propose des CURSUS MÉTIERS destinés à **vous accompagner dans votre fonction, votre évolution professionnelle et personnelle et votre réussite**. Les pratiques professionnelles et la législation évoluent, votre métier aussi et FAST sport vous accompagne dans votre perfectionnement.

A chaque métier ou profil correspond un cursus composé de 3 formations incontournables sur une année et de formations complémentaires.
Découvrez nos cursus métier :

Organisateur L'organisateur d'événements sportifs

Jean François JEANNE, Directeur Général Adjoint chargé des ventes et du marketing de **SPORTFIVE**



"Nos salariés doivent être informés et formés aux best cases pratiqués dans le monde entier"

Jean-François Jeanne, quel est votre métier et votre parcours?

SPORTFIVE est le leader européen dans la gestion des droits marketing et audiovisuels sportifs. Notre agence offre aux clubs, fédérations et événements sportifs son expérience et son savoir-faire unique dans la gestion du sport professionnel : commercialisation de droits médias et droits marketing, production audiovisuelle, hospitalité, stadium consulting et servicing. Nous développons également à destination des entreprises des programmes de sponsoring, de relations publiques, et les conseillons sur l'optimisation de leurs partenariats.

Le football, sport n°1 au monde, est à la fois le point de départ du succès de SPORTFIVE et le cœur de métier autour duquel gravitent nos activités. Toutefois, le portefeuille de SPORTFIVE s'est considérablement développé au fil des ans et comprend aujourd'hui de grands événements internationaux tels que les Jeux Olympiques, ainsi que d'autres sports majeurs : handball, tennis, rugby, basket-ball, ou encore les sports mécaniques.

Je suis aujourd'hui Directeur Général Adjoint de Sportfive en charge de la France et plus particulièrement des ventes et du marketing. **Mon rôle est pour le marché français de coordonner et d'encadrer à la fois la relation avec les ayant droits (clubs, fédérations, événements sportifs) et la relation avec les annonceurs.** Concrètement il s'agit d'une part de créer pour les ayant droits leur offre marketing et produits afin de répondre aux attentes des annonceurs et d'autre part de commercialiser cette offre auprès de sociétés souhaitant investir dans le sponsoring sportif.

Je suis diplômé de l'Ecole Supérieure de Commerce de Bordeaux et ai étudié aux Etats-Unis dans le cadre d'un MBA à l'université Boston College pour suivre une spécialisation en marketing de l'industrie du sport. En 1996, je suis entré chez PUMA France pour y assister le Directeur des Ventes. J'ai ensuite occupé d'autres responsabilités au sein de la société et suis devenu successivement Responsable Marketing et Promotion des Ventes France en 1998, puis Directeur Marketing Europe, Afrique et Moyen-Orient de PUMA International en 2002. J'ai ensuite rejoint SPORTFIVE en 2004 en tant que Directeur Marketing avant d'être nommé Directeur Commercial puis Directeur Général Adjoint en charge de la France en octobre 2009.

Votre métier est donc au cœur du sport business et vous bénéficiez d'une vision globale du marché. Comment le marché du marketing a réagi à la crise et comment vous y êtes-vous adapté ?

Dans la réalité la plupart de nos contrats étant pluri annuels les effets de la crise sont moindres puisque les sociétés sont engagées à plus long terme. Donc quand la croissance est là nous pouvons mettre plus longtemps à en profiter cependant lorsque la crise frappe l'effet est plus dilué dans le temps. Cependant la **crise a eu pour principal effet d'augmenter le niveau d'exigence des annonceurs**. Les réductions budgétaires auxquels ils doivent faire face les obligent à être très attentifs au retour sur investissement ou sur objectifs de leur politique de sponsoring. En clair les annonceurs en veulent plus et mieux pour leur argent ! Concrètement il a donc fallu renforcer l'attractivité de nos produits en offrant souvent plus de qualité de visibilité et surtout plus de services associés (opérations terrain, incentives, hospitalité...).

Le contexte économique difficile est-il l'occasion pour tous les acteurs de se professionnaliser ?

C'est certain. Je n'ai jamais vu autant de petites agences fermer leurs portes ces derniers mois (une dizaine) et ce pas seulement parce que la crise était là mais surtout parce que l'exigence accrue des annonceurs et de fait des ayant droits dont je parlais précédemment a eu pour conséquence une concentration du business dans les structures à même de répondre de manière extrêmement professionnelle. Je pense donc que tous **les grands acteurs ont tous fait d'énormes efforts depuis 2 ans pour intégrer au sein de leur structure les meilleures compétences du marché.** Il

Sponsoring Le responsable sponsoring efficace

Juridique Le juriste dans le sport

Manager club Le manager de club

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.

Vos avantages :

- Vos formations sont planifiées sur l'année,
- Votre budget est optimisé et vous bénéficiez d'un tarif dégressif avantageux,
- Vous intégrez un cursus de formation à vocation professionnelle.

BULLETIN D'INSCRIPTION

Renseignements et inscriptions au
01 71 18 30 12 ou par [mail](mailto:fast@fast-sport.fr)

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.



Propos recueillis par FAST sport

ya eu également énormément de mouvements chez les annonceurs avec l'arrivée au sein des directions marketing et communication de spécialistes du sponsoring.

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

Loin de là. **Les entreprises françaises sont encore loin derrière leurs concurrentes européennes en matière d'investissement sponsoring ce qui laisse présager de beaux jours pour les convaincre de la pertinence d'un tel investissement.** Le problème principal dont peu de gens parlent est l'hyper centralisation de la France à Paris (38 sociétés du CAC 40 ont leur siège dans la capitale) ce qui conduit souvent ces dernières à ne pas vouloir favoriser une ville par rapport à une autre lorsqu'il s'agit d'un club ou d'un événement en province.

D'après vous quelles compétences sont actuellement requises sur ce marché ?

Et quels profils sont privilégiés chez Sportfive ?

La compétence commerciale dans ce métier est de loin la plus importante. Je vois des centaines de candidats qui veulent absolument intégrer la partie marketing ou événementielle de notre activité mais très peu qui souhaitent vendre... La partie marketing est la plus facile à maîtriser et n'est qu'une fonction support. De plus **tout excellent commercial doit être au départ un bon homme de marketing.** Il ne faut pas oublier dans notre industrie que les plus belles carrières sont dans la vente. Notre métier d'intermédiaire impose d'être quoi qu'il arrive un excellent commercial et le marché tout entier est à la recherche de cette compétence si précieuse et est donc prêt à la payer très cher. La compétence commerciale permet surtout d'être au cœur de notre business et de son réseau...

Vous concrétisez chaque année de nombreux contrats de sponsoring.

Comment la formation professionnelle peut-elle vous accompagner en termes d'adaptation des savoirs et des compétences ?

La formation dans notre cas est surtout faite de benchmark. En effet **nos salariés doivent être informés et formés aux best cases pratiqués dans le monde entier.** Il est essentiel qu'ils soient toujours au courant des derniers exemples de best practices en matière de sponsoring afin de créer eux-mêmes les conditions du succès sur leur marché. La maîtrise de l'information est la meilleure des formations donc nous attachons beaucoup d'importance à la qualité des intervenants et des exemples étudiés lors des formations.

autres infos

UBISPORT

Les dernières fiches pratiques :
> Le coût des équipements sportifs
> Décret du 10 décembre 2009 relatif à l'organisation et aux missions des directions régionales de la jeunesse, des sports et de la cohésion sociale
> Les collectivités territoriales et les clubs sportifs professionnels - Rapport de la cour des comptes
> L'enrimg

sport.fr

> L'Equipe TV s'intéresse au sport business
> TF1 rétrocède la majorité du Mondial
> FDJ : la part des paris augmente

FAST sport

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

DIRECTION :
Marine Lallement
marine.lallement@fast-sport.fr

INFORMATION ET INSCRIPTIONS :
annabelleamblard@fast-sport.fr

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