PRIX DE LA PERSONNALITÉ 2010 DU SPORT BUSINESS

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le 7 mars 2011

PARTENAIRES OFFICIELS

HUBLOT GENEVE

LEROY TREMBLOT

NATAF FAJGENBAUM & ASSOCIÉS

PARTENAIRES MÉDIAS

EUROSPORT

Les Echos

FOURNISSEURS OFFICIELS

adaka

AFP

Liliane Fretté Communication

FONDATEURS

KantarSport une solution de KANTAR MEDIA

NZConsulting

Et les nominés pour le Prix de la Personnalité Sport Business 2010 sont…

NZConsulting, Kantar Media et tous les partenaires de cette nouvelle édition dévoilent aujourd'hui la liste des 11 nommés pour le Prix de la Personnalité Sport Business 2010, unique récompense dans l'industrie du sport à consacrer une personne élue par les représentants du Sport Business.

11 personnalités en lice

Plus de 200 professionnels représentants du secteur du Sport Business (annonceurs, media, sportifs, agents, organisateurs d'événements, collectivités, régies, experts...) ont participé au vote pour établir la short-list des 11 dirigeants (après 2 ex-æquo, la liste a été élargie à 11) qui ont marqué l'année 2010.

- Christophe BLANCHARD-DIGNAC, PDG La Française des Jeux
- Mourad BOUDJELLAL, Président RC Toulon & Fondateur et PDG Editions du Soleil
- Jacques BUNGERT, Vice-Président Fondation du Football et Co-Président Young & Rubicam
- Laurent DAMIANI, Président Sporsora & Président-Fondateur Community
- Philippe GERMOND, PDG PMU
- Florence HARDOUIN, Directrice Marketing Fédération Française de Football
- Jacques LAMBERT, (ex) DG Fédération Française de Football & DG du comité d'organisation de l'Euro 2016
- Henri LEGARDA, Président Le Mans FC & PDG et Fondateur de Groupe Vallée
- Robin LEPROUX, Président Paris Saint Germain
- Jacky LORENZETTI, Président Racing Metro 92 & Président d'Ovalto Investissements
- Jean-François VILOTTE, Président ARJEL (Autorité de Régulation des Jeux En Ligne)

Le lauréat 2010 sera choisi parmi ces 11 personnalités à l'issue d'un second vote de 1 500 professionnels du secteur Sport Business, du 8 au 17 mars.

Le mercredi 23 mars 2011 aura lieu l'annonce et la remise officielle du **Prix de la Personnalité Sport Business 2010.** Cette cérémonie se déroulera en présence de tous les acteurs majeurs du marketing sportif et des partenaires de l'événement **à l'auditorium de TF1.**

Des partenaires de choix

Le Prix de la Personnalité Sport Business est une nouvelle fois entouré de partenaires qui lui font confiance :

- Partenaires officiels :
  - Hublot – marque horlogère suisse de prestige,
  - Leroy Tremblot - agence de design exclusivement dédiée au sport,
  - Nataf Fajgenbaum & Associés - cabinet d'avocats spécialisés, précurseur en Droit du Sport.

PRIX DE LA PERSONNALITÉ DU SPORT BUSINESS 2010

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

PARTENAIRES OFFICIELS

HUBLOT GENEVE

LEROY TREMBLOT

NATAF FAJGENBAUM & ASSOCIÉS

PARTENAIRES MÉDIAS

EUROSPORT

Les Echos

FOURNISSEURS OFFICIELS

adaka

AFP

Liliane Fretté Communication

FONDATEURS

KantarSport une solution de KANTAR MEDIA

NZConsulting

- Partenaires médias
  - Eurosport, 1ère chaîne thématique de la pay tv,
  - Les Echos, 1er quotidien économique et financier français.

- Fournisseurs officiels :
  - Adaka - agence de communication interactive,
  - Agence France Presse, agence de presse mondiale,
  - Liliane Fretté Communication – agence spécialisée en relations presse et publique sport.

Le Prix de la Personnalité Sport Business se dote, cette année, d'un site Internet vitrine de l'événement, présentant l'ensemble des acteurs et des participants à l'édition 2010 mais aussi les archives de la précédente édition : www.prixdelapersonnalite.com

A propos du Prix de la Personnalité Sport Business :
Créé sur une initiative de Nathalie Zimmermann, fondatrice et Directrice Générale de NZConsulting (cabinet de conseil en stratégie marketing et développement dans le sport) et Bruno Lalande, Directeur de KantarSport (leader français et mondial des études dédiées au sport business), le Prix de la Personnalité Sport Business récompense un dirigeant qui aura su marquer par ses actions initiées et leurs résultats le développement du Sport Business en France.
Remise pour la première fois en 2009 à Jean-Michel Aulas pour la décennie 1998-2008, pour célébrer le lancement du Sport Business en France suite au succès marketing et commercial de la Coupe du Monde de Football 1998, cette récompense, unique dans l'industrie du sport, sera désormais décernée tous les ans.

A propos du Prix de NZConsulting :
NZConsulting est cabinet de conseil en stratégie marketing et business développement dans les domaines du sport, de la culture et des loisirs. Nous travaillons avec les principaux acteurs du secteur qu'ils soient détenteurs de droits, annonceurs, collectivités ou organisations sportives.
Conscients de la nécessité de résultats à court terme mais aussi des enjeux à plus long terme, nous nous engageons auprès de nos clients dans une logique de développement pérenne ; nous les accompagnons au travers de recommandations stratégiques et opérationnelles, et, si nécessaire, tout au long de la mise en œuvre des solutions pour s'assurer de l'atteinte des objectifs.
Notre démarche unique s'appuie sur une connaissance de l'écosystème du sport & des loisirs de plus de 20 ans et sur un ensemble de techniques formelles de modélisation et d'analyses statistiques qui permettent d'orienter et valider les actions d'amélioration de la performance. En particulier ces techniques s'avèrent à très forte valeur ajoutée sur des sujets tels que billetterie, droits d'image, stade & enceintes ou encore optimisation des droits de partenariat.
Parmi nos client nous sommes fiers de compter : Visit London, Royal Opera House (Londres), Automobile Club de l'Ouest (incluant les 24 Heures du Mans), European Athletics, plusieurs fédérations françaises dont celles de Tennis, Football, Badminton, et des clubs professionnels de football…), ainsi que plusieurs annonceurs dont Michelin.
www.nzc-consulting.com

A propos de Kantar Media :
Kantar Media accompagne ses clients dans la maîtrise du nouvel élan des médias, dans plus de 50 pays, en développant des services de veille et d'analyse des médias en presse, radio, TV, internet, médias sociaux, cinéma, affichage extérieur, téléphonie mobile, média courrier, emailing, médias tactiques et de proximité.
Kantar Media offre une gamme complète d'outils et de diagnostics au travers de ses trois secteurs - Intelligence, Audiences, TGI & Custom - mais également au travers de sociétés telles que Compete, Cymfony, SRDS, et de solutions comme KantarSport. Partenaire de 22 000 clients dans le monde, Kantar Media traque plus de 3 millions de marques. www.kantarmedia.fr

Contacts Presse :
Liliane Fretté Communication
Marie Laurens / Cédric Laurent
Tél : 01 42 56 60 60
Email : mlaurens@relationpresse.com / claurent@relationpresse.com