



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le 25 mars 2011

### Le Sport Business et les femmes



Secteurs traditionnellement réservés aux hommes, le sport et le business lié au sport connaissent, depuis plusieurs années, une évidente féminisation. L'édition 2010 du Prix de la Personnalité du Sport Business a mis en lumière cette tendance.

Sur les 97 personnalités désignées par le premier collège de votants, on compte 10 femmes influentes dans le Sport Business.

**3<sup>e</sup> lauréate du Prix cette année, Florence Hardouin, Directrice Marketing de la Fédération Française de Football, était la seule femme parmi les 11 nommés.**

Après les événements d'Afrique du Sud qui ont terni l'image de l'équipe de France, Florence Hardouin a su réagir et proposer une nouvelle stratégie marketing en créant de la valeur et en renforçant l'image de la Fédération Française de Football.

« L'objectif a été de restaurer nos valeurs en installant une relation de confiance entre les partenaires, les médias et le public » dit Florence Hardouin et ajoute « Nous avons du prendre des décisions et innover face à l'urgence de la situation. A l'instar de bon nombre d'entreprises, nous avons décidé de mettre en place un système de bonus/malus basé sur la satisfaction client. Pour cela nous avons créé un baromètre qui mesure la côte d'amour de l'image de l'équipe de France. Nos contrats, s'appuyant sur cette note, sont désormais constitués d'un prix fixe et variable. Nous avons également réduit le nombre de partenaires pour leur garantir davantage de visibilité et de droits ».

Pour Florence Hardouin, cette place sur le podium du Prix de la Personnalité du Sport Business représente un paradoxe « L'équipe de France a traversé une période très difficile et c'est un véritable honneur et une très belle récompense suite au travail accompli durant l'année 2010 ».

Les professionnels du Sport Business ont unanimement salué ses initiatives pour l'année 2010.

D'autres femmes ont marqué de leur empreinte l'édition 2010 du Prix de la Personnalité du Sport Business. Pour **Nathalie Zimmermann-Nénon, Fondatrice et Directrice Générale NZConsulting et Co-fondatrice du Prix** « Florence Hardouin devient au travers de ce Prix le « porte drapeau » d'une nouvelle génération de dirigeants du sport business qui applique à notre industrie les méthodes qui ont fait leur preuve dans d'autres secteurs d'activité exigeants. 10 femmes ont été proposées dans la liste du 1<sup>er</sup> collège de votant constituée de 97 noms, ce qui montre que des femmes talentueuses prennent des responsabilités majeures dans le sport à l'instar de ce qu'il se passe dans les autres industries ».

#### PARTENAIRES OFFICIELS



#### PARTENAIRES MÉDIAS



#### FOURNISSEURS OFFICIELS



#### FONDATEURS





## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### PARTENAIRES OFFICIELS



### PARTENAIRES MÉDIAS



### FOURNISSEURS OFFICIELS



### FONDATEURS



**Liliane Fretté, Fondatrice et Directrice Générale de Liliane Fretté Communication et Partenaire du Prix** a récemment pris en charge la médiatisation du premier stade « naming » en France, le MMArena. Ce stade nouvelle génération accueille LEMANS FC, club dont Henri Legarda, classé cette année parmi les 11 personnalités les plus influentes dans le Sport Business, est le président. « *La 3<sup>e</sup> place de Florence Hardouin à l'issue des votes confirme l'ascension des femmes dans le Sport Business. Pourquoi pas une lauréate pour l'année prochaine ?* »

**Fabienne Fajgenbaum, Co-fondatrice de Nataf Fajgenbaum & Associés et Partenaire du Prix** confie : « *Mon implication dans le sport date de 1988 lors de l'accompagnement juridique du COJO d'Albertville sous la présidence de Jean Claude Killy et de Michel Barnier. Depuis j'ai pu constater lors de très nombreux dossiers que le cabinet et moi même avons traités, concernant des fédérations et sports majeurs, que les femmes ont pris une place significative dans l'industrie en mettant au service du sport business des compétences pointues et des expertises de premier plan.* »

#### **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 Lalonde, 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 clients 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](http://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](http://www.kantarmedia.fr)

#### **Contacts Presse :**

Liliane Fretté Communication  
Marie Laurens / Cédric Laurent  
Tél : 01 42 56 60 60  
Email : [mlaurens@relationpresse.com](mailto:mlaurens@relationpresse.com) / [claurent@relationpresse.com](mailto:claurent@relationpresse.com)