

Pour la 5^{ième} année consécutive, le Master MOSES (Management des Organisations, des Services et de l'Événementiel Sportifs) de l'Institut d'Administration des Entreprises (IAE) d'Orléans organise une conférence-débat sur le thème de la communication par le sport qui se déroulera le mardi 13 mars 2012 à partir de 18h00 à l'Auditorium du Musée des Beaux Arts d'Orléans, sous la présidence de Madame Martine GRIVOT, 2^{ième} Maire Adjointe en charge du sport et de la vie associative à la Ville d'Orléans.

L'ensemble des partenaires sponsors et mécènes de l'Open d'Orléans, de l'Orléans Loiret Basket ProA, du Rugby Club Orléans, de l'Orléans Loiret Football et du Cercle Jules Ferry Fleury-les-Aubrais, de l'USO Loiret Judo, du Cercle d'Escrime Orléanais ainsi que toutes les instances sportives et institutionnelles de la région Centre seront conviés à cette manifestation. Les étudiants, les enseignants-chercheurs et les intervenants professionnels de l'IAE sont également invités.

Pour cette nouvelle édition, les débats s'articuleront autour de la thématique centrale : « Sport et Internet : vers une nouvelle distribution des cartes ? ». Les professionnels conviés tenteront donc de cerner les enjeux qui conduisent les acteurs de la sphère sportive à utiliser Internet comme outil de développement.

En effet, l'avènement de l'ère du digital offre de nouvelles opportunités et permet à Internet de dépasser le simple phénomène de mode pour devenir un facteur de compétitivité et de croissance. Ainsi, de par sa facilité d'accès et le large public qu'il peut toucher, il s'est imposé comme un véritable outil de communication, devenant parallèlement un concurrent incontournable pour les médias traditionnels.

Internet représente donc aujourd'hui un des supports de communication préférés des annonceurs, en raison de sa réactivité, du retour sur investissement qu'il engendre, d'un contrôle optimisé des campagnes engagées et du coût intrinsèque de la communication en ligne. De plus, par son caractère interactif, cet outil facilite la personnalisation des actions menées et la segmentation des cibles à atteindre.

Les acteurs de la sphère sportive ne sont pas isolés de ce phénomène. Ils ont parfaitement intégré les enjeux économiques de leur présence sur le Web. Ainsi, l'univers « Sport », qui occupe la troisième place dans les consultations des internautes avec plus de 40% de la population connectée, compte une galaxie de sites internet (sites institutionnels, sites médias généralistes, sites spécialisés, sites marchands...). La sphère sportive a su également s'appropriier les outils du social marketing (réseaux sociaux, blogs, forums...) pour assurer son développement.

Toutefois, le coût des stratégies de communication impose souvent de faire des choix dans les supports utilisés. Il s'agit alors de combiner efficacement les médias digitaux et les médias traditionnels en prenant en considération les retours sur investissements espérés.

Parallèlement, on sait également que la pertinence et la diffusion de l'information sur le Web demeurent toujours difficile à contrôler. Ainsi, même si la structure ou le sportif parvient à maîtriser son e-réputation avec l'aide d'agences spécialisées, il demeure difficile voire impossible de tout vérifier : la liberté d'expression sur le Web est de rigueur !

L'émergence quotidienne de nouvelles tendances, tels les paris sportifs, amène aussi à s'interroger sur le fait qu'Internet pourrait conduire à une nouvelle forme de consommation du sport. De plus, le web pourrait permettre de favoriser l'accessibilité du sport par le biais des retransmissions d'événements sportifs dont les télédiffusions sont souvent réservées à une élite.

Il convient donc de s'interroger sur l'intérêt économique pour les acteurs de la sphère sportive d'investir dans la communication digitale. Quels sont les risques engendrés par ce type de communication ? Enfin, le recours à l'e-marketing peut-il conduire à une nouvelle appréhension du sport par les internautes ?

Mardi 13 mars
Musée des Beaux Arts Orléans

Site internet :

www.osmose-event.com

Contacts :

Sandra Rimbart, responsable Master MOSES - IAE
06 12 47 85 17 - sandrarimbart@wanadoo.fr

Christophe Boury, chef de projet
06 60 08 82 94 - boury.christophe@gmail.com