



## Bureau Directeur du 7 juin 2006

Présents : Jacques Bettenfeld, Monique Ansquer, Francis Arnault, Jean-Pierre Feuillan, Claude Perruchet, Alain Koubi  
Excusés : Georges Format, Jacques Taillefer  
Assistent : Francis Serex, Alain Smadja, Philippe Bana, Olivier Mangin, Alexis Bertin, Philippe Soubranne, Jean-Louis Legrand

sous la présidence de André Amiel.

La séance est ouverte à 19h. La réunion se tient sous la forme d'une conférence téléphonique.

### 1 – Communication - Marketing

1.1 - Alexis Bertin présente la méthodologie et la procédure mises en œuvre pour la consultation d'agences de communication et marketing.

Cette consultation engagée par la Fédération s'inscrit dans un objectif d'amélioration de son image, de sa notoriété et de la médiatisation du Handball pour pérenniser et développer ses sources de financement.

La communication et le marketing du championnat du Monde féminin 2007 s'inscrivent également dans cette réflexion globale mais ont été abordés séparément compte tenu de leur implication internationale.

En tant qu'acteur incontournable, la LNH a également été associée à cette démarche afin d'étudier une approche commune dans les domaines du marketing et de la communication.

La consultation a été conduite par un comité de pilotage, sous la direction d'André Amiel, et composé de Jean-Pierre Feuillan, Jean Férygnac, Alain Koubi, Alain Smajda, Philippe Bana, Alexis Bertin, Philippe Soubranne, Michel Jacquet et Jean-Louis Legrand.

1.2 - Le cahier des charges comportait sept grands secteurs :

- 1- Marketing (consulting, servicing et commercialisation),
- 2- TV et diffusions,
- 3- Nouvelles technologies (UMTS, téléphonie mobile, internet),
- 4- Communication et relations presse (interne, équipe de France masculine, et externe),
- 5- Produits dérivés,
- 6- Événements (Matches des équipes de France, Bercy, Sandball, Minihand...),
- 7- Championnats du Monde féminin (marketing et communication).

1.3 – Cinq agences ont été sélectionnées parmi les principaux acteurs du marché du marketing sportif, en tenant compte des relations existantes :

- 1- LZA, agence « conseil en marketing et communication » (interventions sur les championnats du Monde et d'Europe d'athlétisme en France (2003) et en Suède (2006) et Paris 2012...),
- 2- Organum, agence « événementiel et marketing » pour des entreprises de services (recherche de partenaires pour FFHB, Paris Handball, US Ivry Handball, ASVEL, ...),
- 3- Sportys, agence « régie marketing », filiale du groupe MPG/Havas (recherche et gestion de partenariats pour la Ligue Nationale de Rugby et le Stade Français, gestion de partenariats pour divers annonceurs tel Orange...),

4- Sportfive, agence « marketing » issue de la fusion UFA/ Sport +/- Darmon (recherche et gestion de partenariats pour la FFF, régie de 80% des clubs de Football, gestion des droits TV de l'IHF, en contact avec des clubs de Bundesliga, ...),

5- Carat Sport, agence « marketing et communication », filiale d'Aegis Média et Carat (partenariat But et L'Artisanat avec la FFHB, Manpower avec la FFR, Pasquier avec la Coupe de France de Football...)

1.4 - A l'issue d'une première étape, le comité de pilotage a jugé de qualité équivalente les propositions de trois agences : Sportys, Sportfive et Carat Sport, et a décidé d'engager une deuxième étape en sollicitant des propositions concernant :

- 1 - des axes stratégiques de développement,
- 2 - des domaines d'intervention et un plan de recommandations,
- 3 - une projection des recettes marketing,
- 4 - un mode de collaboration.

1.5 - A l'issue de cette deuxième étape, dont la synthèse est présentée par Alexis Bertin, sur proposition du comité de pilotage et après en avoir débattu, le Bureau Directeur décide de retenir deux candidats, Sportfive et Carat Sport, auxquels va être demandée une proposition contractuelle devant servir de base à la poursuite de la négociation.

## 2 - Technique

Après avoir pris connaissance des résultats des appels à candidatures, le Bureau Directeur délègue :

- à la Ligue Midi-Pyrénées l'organisation du stage franco-allemand jeunes féminines (22 au 29 octobre 2006),
- à la Ligue de Bretagne et au Comité du Morbihan l'organisation du stage franco-allemand juniors féminines (30 octobre au 4 novembre 2006).

## 3 - Fonctionnement fédéral

Le Bureau Directeur évoque les errements constatés sur le forum de discussion du site Internet fédéral. Il demande une étude plus approfondie devant lui permettre de prendre les décisions idoines.

La séance est levée à 20h.

Claude PERRUCHET



Secrétaire Général

André AMIEL



Président de la FFHB