

Production de revenus pour les organismes nationaux de sport : Développer un plan de commandite

Norm O'Reilly, MBA, Ph. D., CPA/CGA

Professeur, Gestion des affaires sportives, Robert P. &
Joan S. Fox

Président, Department of Sports Administration,
College of Business, Ohio University

Webinaire du Comité olympique canadien, le 28 octobre 2014

The best student-centered learning experience in America



OHIO
UNIVERSITY

Plan du webinaire

- Introduction – 5 minutes
- Aperçu des défis entourant la production de revenus et études de cas – 25 minutes
 - Plongeon Canada
 - Patinage Canada
- Questions et réponses – 25 minutes
- Synthèse et leçons clés – 5 minutes

INTRODUCTION

The best student-centered learning experience in America



OHIO
UNIVERSITY

Le conférencier du jour



TORONTO 2008
CANDIDATE CITY / VILLE CANDIDATE



TrojanOne



The best student-centered learning experience in America

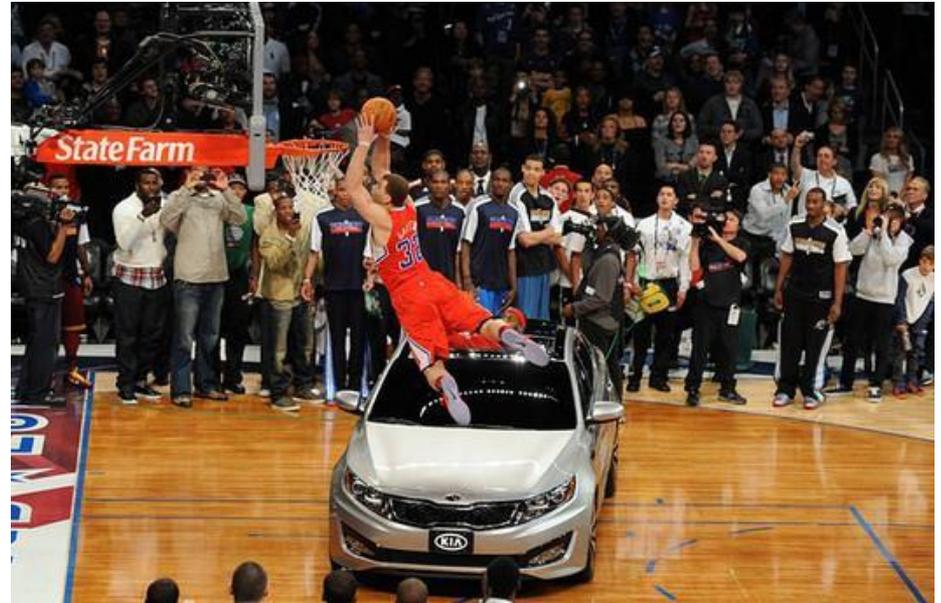


OHIO
UNIVERSITY

Le sujet du jour



Réfléchissez comme...



The best student-centered learning experience in America



OHIO
UNIVERSITY

Concepts de la production de revenus

Méthodes

- Directe/à court terme (tactique)
- Indirecte/à long terme (Création de valeur ajoutée/valeur de la marque)

Aspect revenus

- Demande dérivée
- Élasticité-prix

Aspect coût

- Coût par rapport au prix (spectateur/participant)
- Types de coût : fixe, variable

Secrets de la production de revenus

Trouvez VOS facilitateurs de croissance de revenus

- Les actions qui développent votre potentiel de revenus.
Exemple : Hockey Canada + événements internationaux

Déterminez VOS inhibiteurs de croissance de revenus

- Les éléments qui réduisent votre potentiel de revenus.
Exemple : Petites FNS + pas de couverture télévisée

Faites VOS devoirs

- Examinez toutes les sources de revenus, y compris les sources non traditionnelles. Faites des recherches sur votre clientèle, vos clients potentiels et sur la valeur qu'ils peuvent apporter à votre organisation.

APERÇU DES DÉFIS LIÉS À LA PRODUCTION DE REVENUS + ÉTUDES DE CAS

The best student-centered learning experience in America



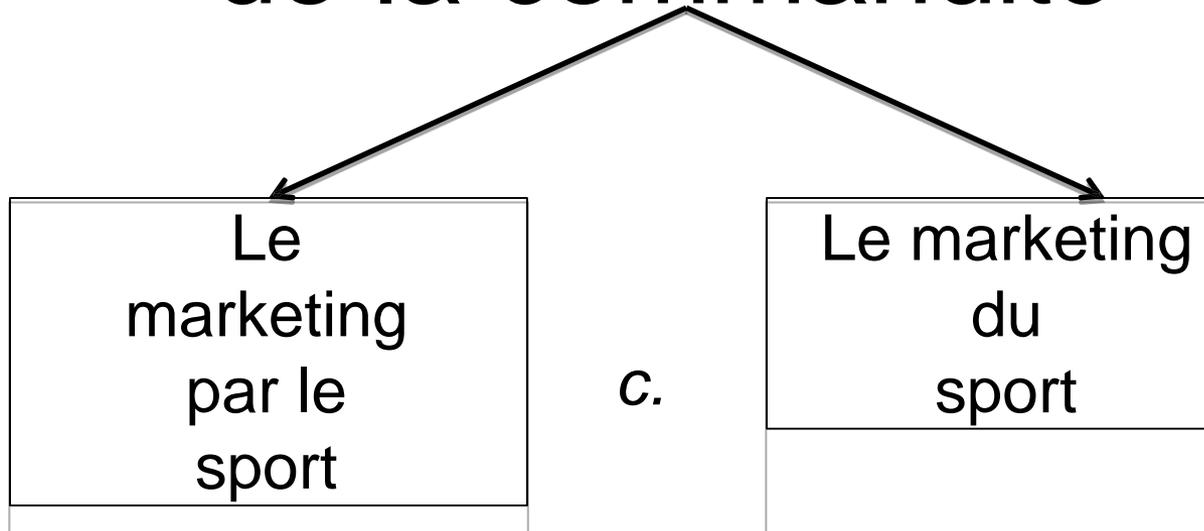
OHIO
UNIVERSITY

Les défis liés aux commandites

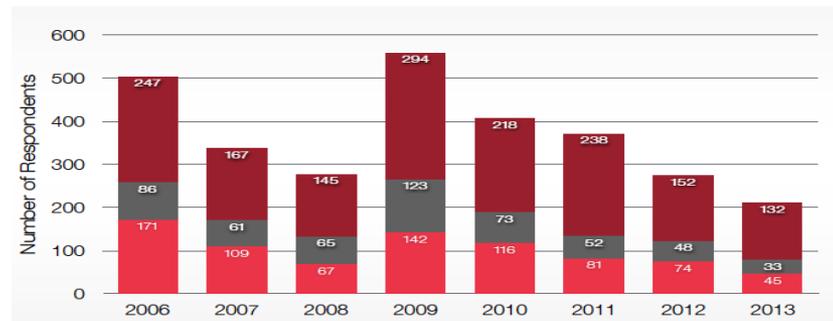
Si vous avez un plan de commandite et de partenariat, vous devez le revoir, si vous n'en avez pas, vous devez en créer un.

N'ayez pas peur de dire « J'ai besoin d'aide » ou « Nous ne sommes pas prêts pour une commandite à court terme. »

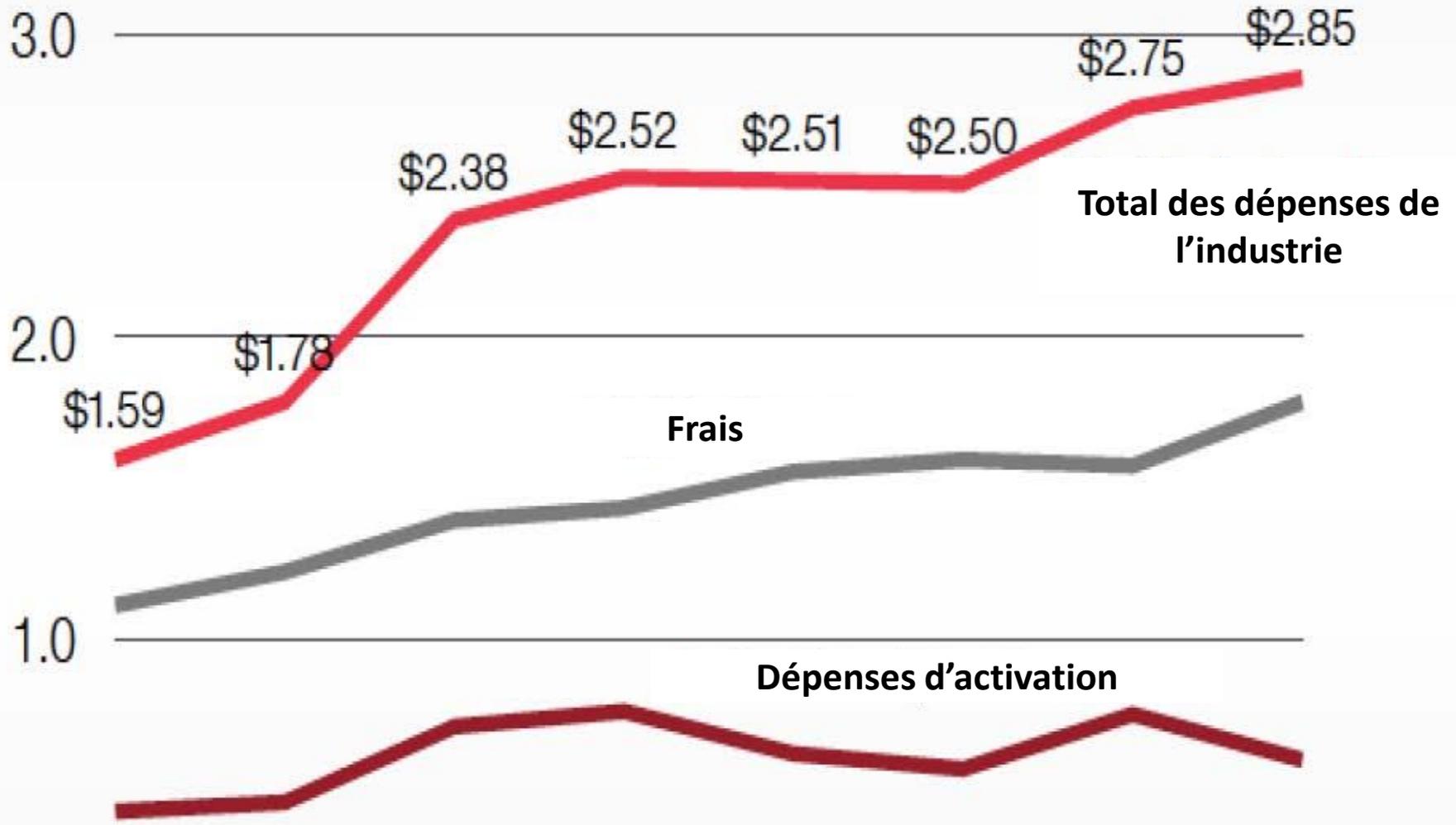
Deux principales orientations de la commandite



Que se passe-t-il dans le secteur de la commandite au Canada aujourd'hui?



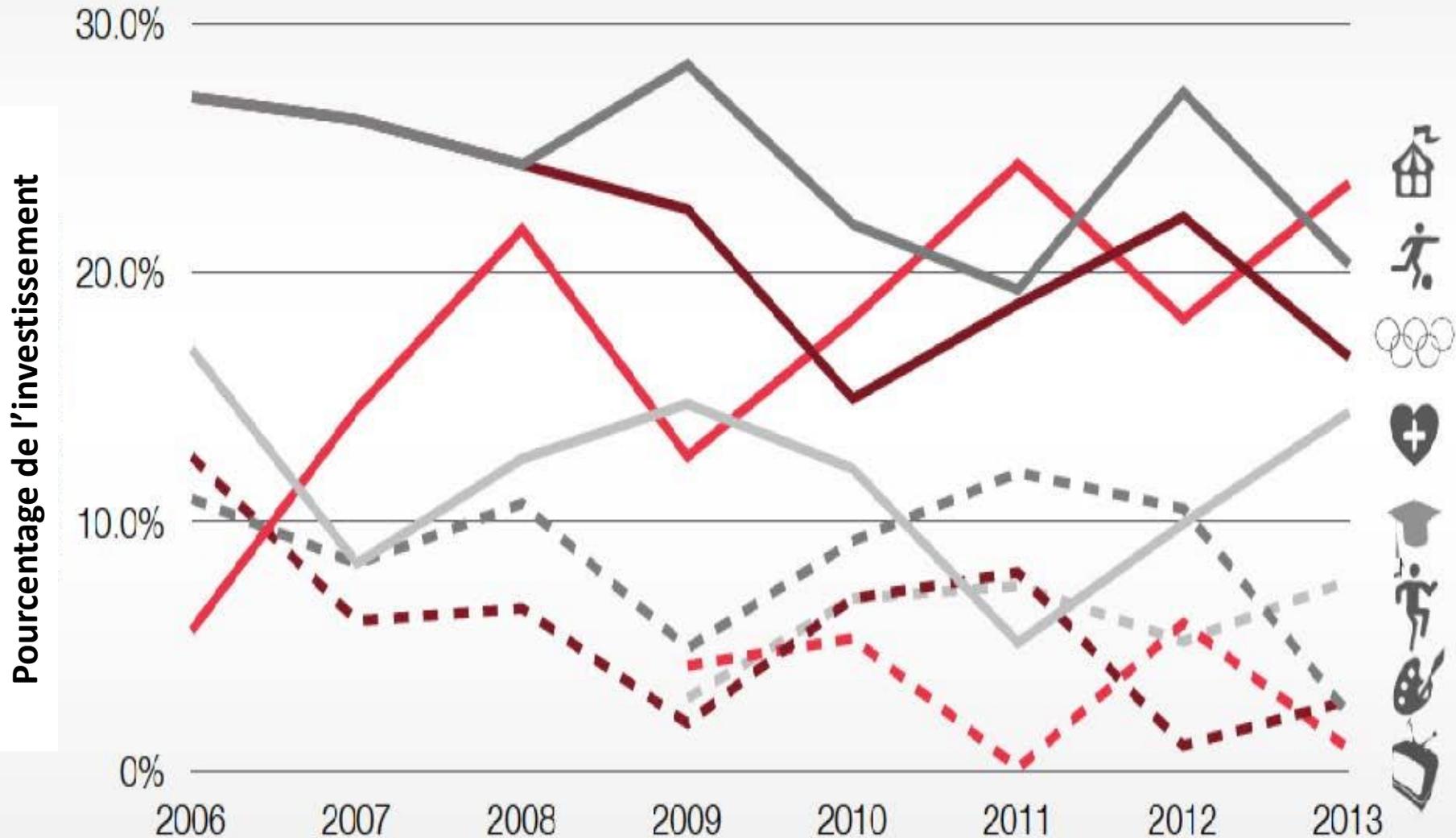
Tendances historiques des dépenses totales (milliards de dollars)





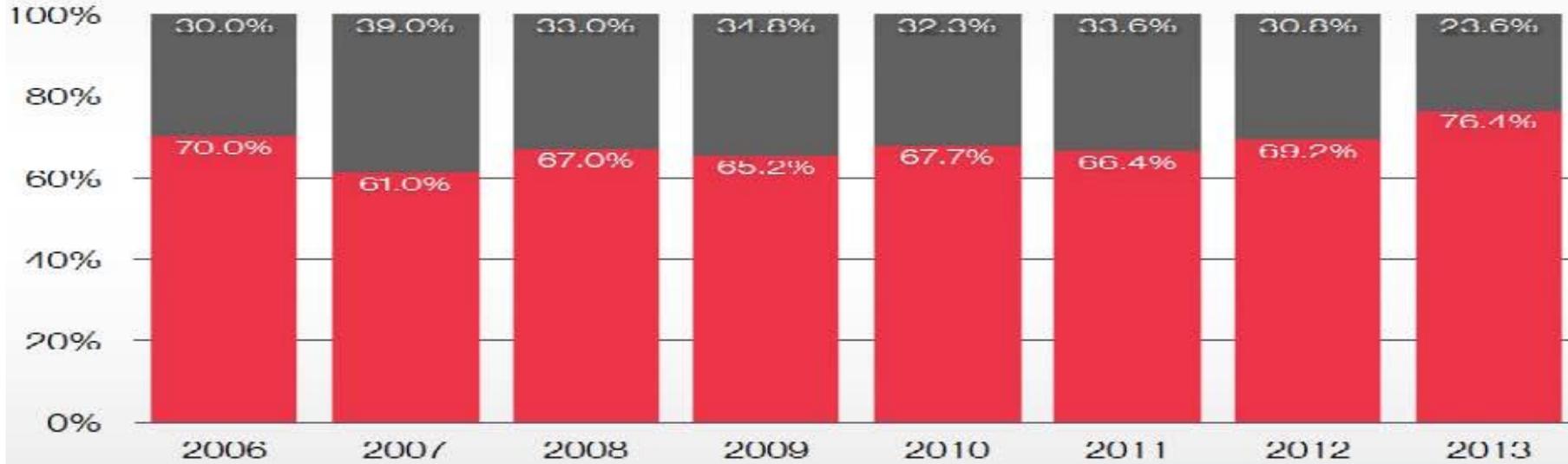
MÉLANGE DE COMMANDITES

Domaines historiques d'investissement des commandites

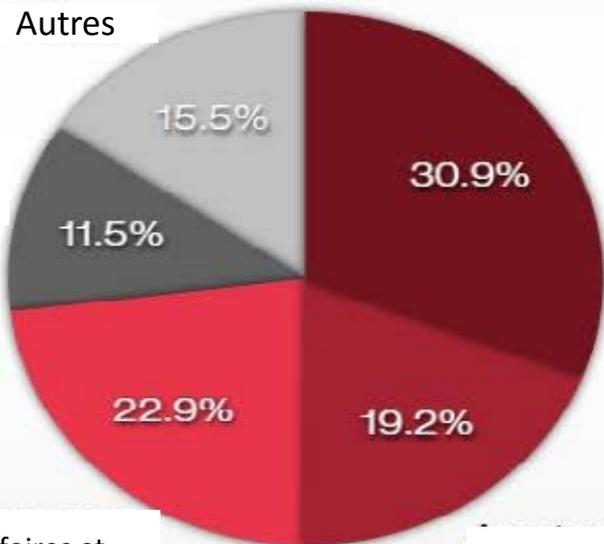


Argent c. Revenus de commandites – contributions non financières

Pourcentage de répondants



Catégorie du plus gros investissement



Festivals, foires et événements annuels

Sport amateur

Sport professionnel

Commandite

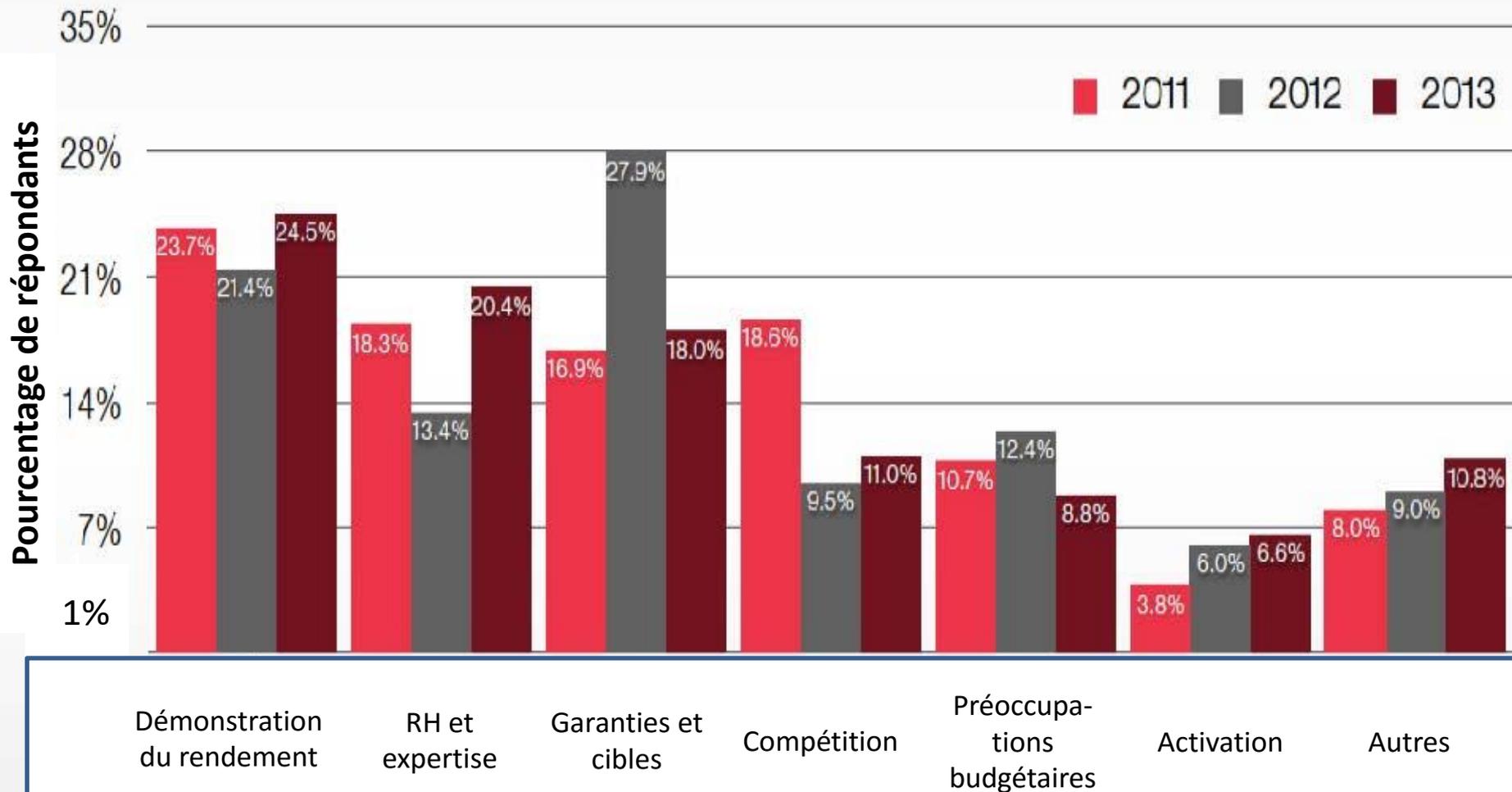
Marketing

Budget

Comme % du budget global du marketing et des communications

NUITS BLANCHES

Préoccupations historiques sur la commande auxquelles fait face l'industrie



ÉTUDE DE CAS N° 1 : PLONGEON CANADA



**DIVING
PLONGEON
CANADA**

The best student-centered learning experience in America



OHIO
UNIVERSITY

Comment fonctionne la commandite?

The best student-centered learning experience in America



OHIO
UNIVERSITY

Encombrement

The best student-centered learning experience in America



OHIO
UNIVERSITY



...ments. Share Life.™

SOUL
POOL

Kodak

Prudential

Taste
of
TIMES
SQUARE

Rocky Horror Picture Show

Rocky Horror Picture Show
The Rocky Horror Picture Show

MAQUIN
Mille

IK MOHE

LOE
THEAT

Anti-encombrement

LA COMMANDITE SE DÉMARQUE

The best student-centered learning experience in America



OHIO
UNIVERSITY



The best student-centered learning experience in America



OHIO
UNIVERSITY

Toute promotion réussie doit...

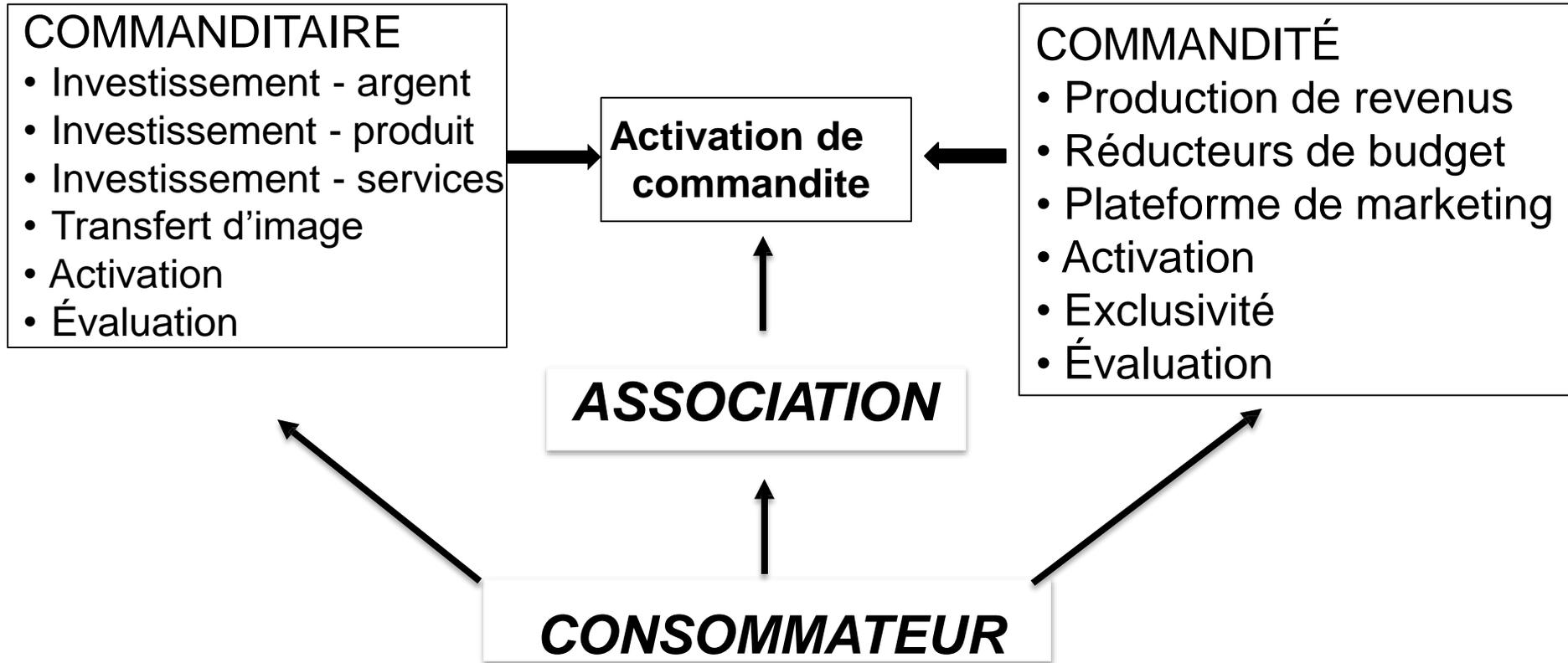
- Capter l'**ATTENTION** des consommateurs
- Susciter de l'**INTÉRÊT**
- Créer du **DÉSIR**
- En dernier lieu, pousser à l'**ACTION**

The best student-centered learning experience in America



OHIO
UNIVERSITY

Commandite – Éléments conceptuels clés



Éléments clés de la commandite

- Exclusivité et marketing insidieux

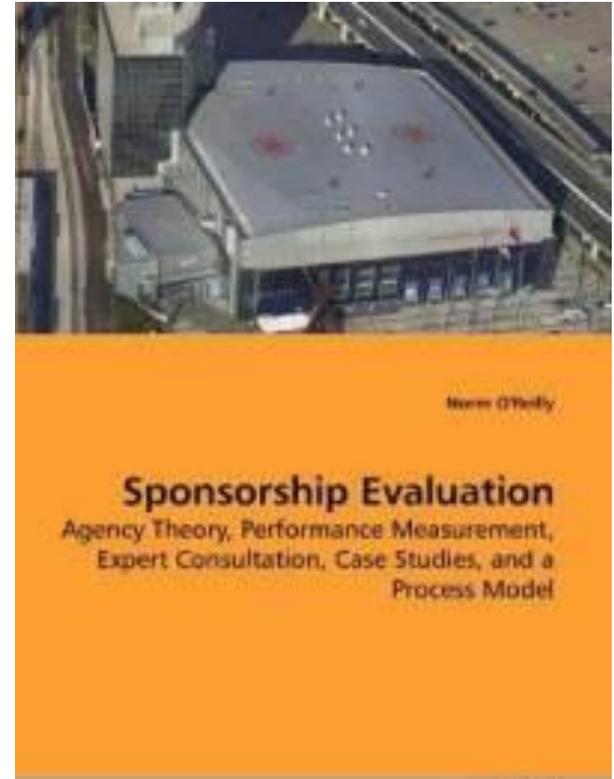
The best student-centered learning experience in America



OHIO
UNIVERSITY

Éléments clés de la commandite

- Gestion optimale
 - Activation
 - Norme par rapport à la valeur ajoutée
 - Services
 - Évaluation



Éléments clés de la commandite

- Argent c. Contribution non financière/Contrepartie

Éléments clés de la commandite

- « Festivalisation »

The best student-centered learning experience in America



OHIO
UNIVERSITY

ÉTUDE DE CAS N° 2 : PATINAGE CANADA



SKATECANADA

The best student-centered learning experience in America



OHIO
UNIVERSITY

Physical Activity Intervention Series

Public-Private Partnerships in Physical Activity and Sport



Evidence-based guidelines for
successful collaboration from
The Partnership Protocol



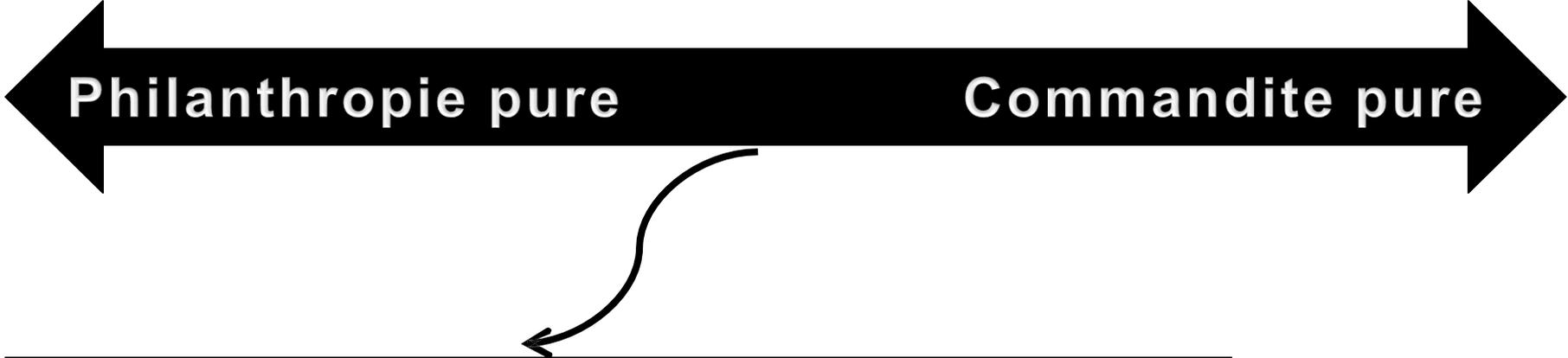
Norm O'Reilly • Michelle K. Brunette

[TÉLÉCHARGER](#)
[ICI](#)



OHIO
UNIVERSITY

La dérivée du PPP



Philanthropie pure

Commandite pure

Une relation marketing qui se situe quelque part entre la philanthropie pure et la commandite d'entreprise sur le continuum du partenariat

Les intervenants du PPP

- Un partenariat entre des organismes sans but lucratif et le secteur privé est une initiative entre deux parties où :
 - un partenaire est un organisme sans but lucratif axé sur l'activité physique ou le sport
 - un partenaire est un organisme à but lucratif, en général une entreprise, exploitée indépendamment du gouvernement et dont les objectifs de partenariat sont basés sur le rendement à dégager pour les actionnaires



Thank You

CIBC Run for the Cure

CANADIAN BREAST CANCER FOUNDATION

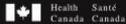


Back to Sleep

Each week, 3 babies die of SIDS in Canada. According to the latest research, there are things you can do to reduce the risk of Sudden Infant Death Syndrome (SIDS):

1. Put your baby on his or her back to sleep.
2. Make sure no one smokes around your baby.
3. Avoid putting too many clothes and covers on your baby.
4. Breastfeed your baby, it may give some protection against SIDS.

For more information call 1-800-END-SIDS (1-800-363-7437).



Additional copies of the SIDS promotional material can be ordered from (613) 954-5995.



Heart & Stroke RIDE for HEART

JUNE 6, 2010

STYL: BAK: SAAR 1 8 0 4



RIGHT TO PLAY

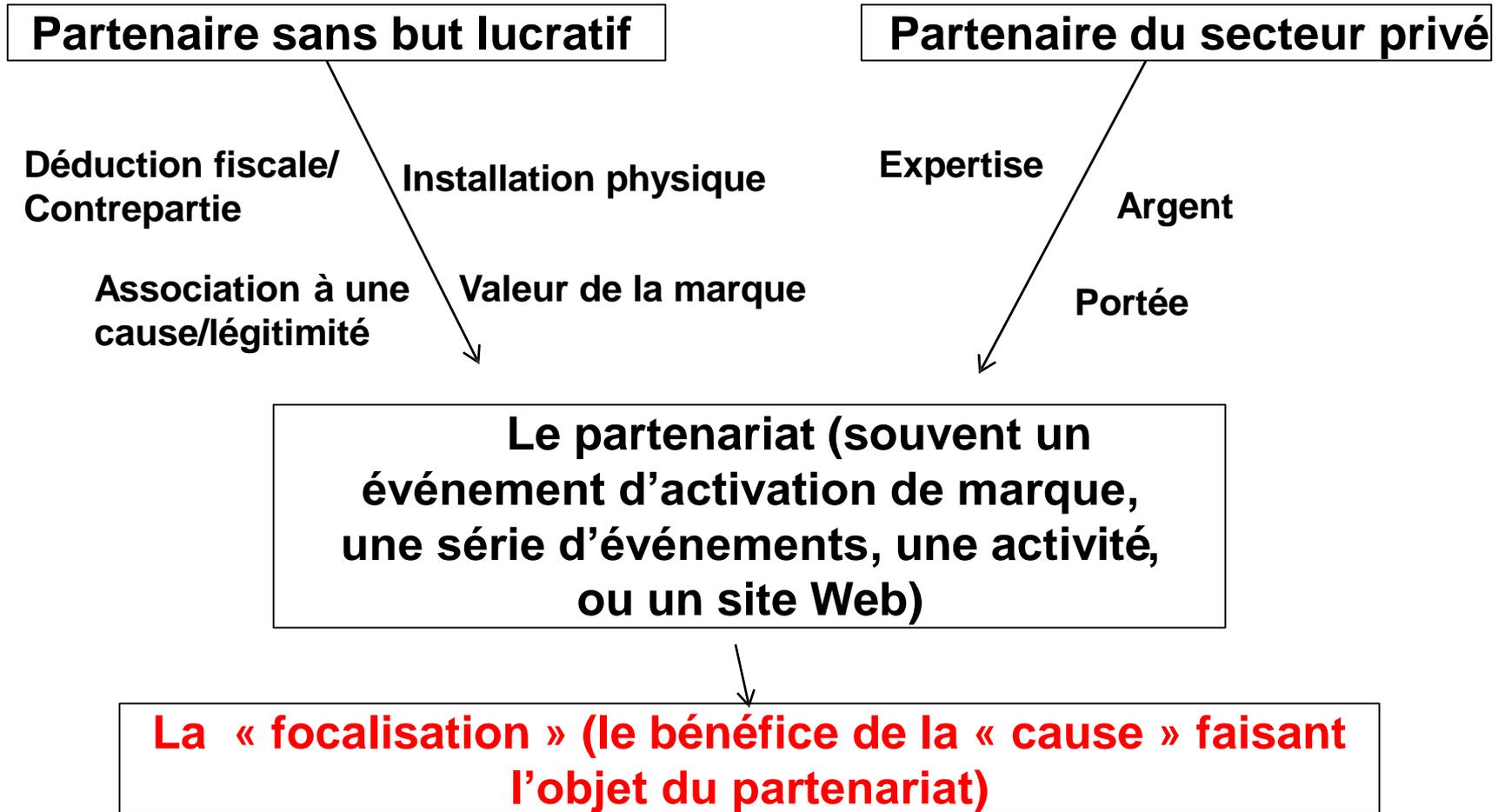
Roots and MasterCard team up for Right To Play.



Founder Partners



Flux de ressources



Pratiques exemplaires en commandite

Un investissement significatif dans les ressources humaines et financières afin de rentabiliser (valeur de 3:1) l'investissement dans le commanditaire

Objectifs clairement **définis** (commanditaire et commandité)

Intégration au plan de marketing général du commanditaire

Prise en compte des **intérêts des consommateurs** (stimulation des ventes, développement des marques, etc.)

Nécessité de **relations à long terme**

Exigence d'une **couverture télévisée continue** par les principaux réseaux

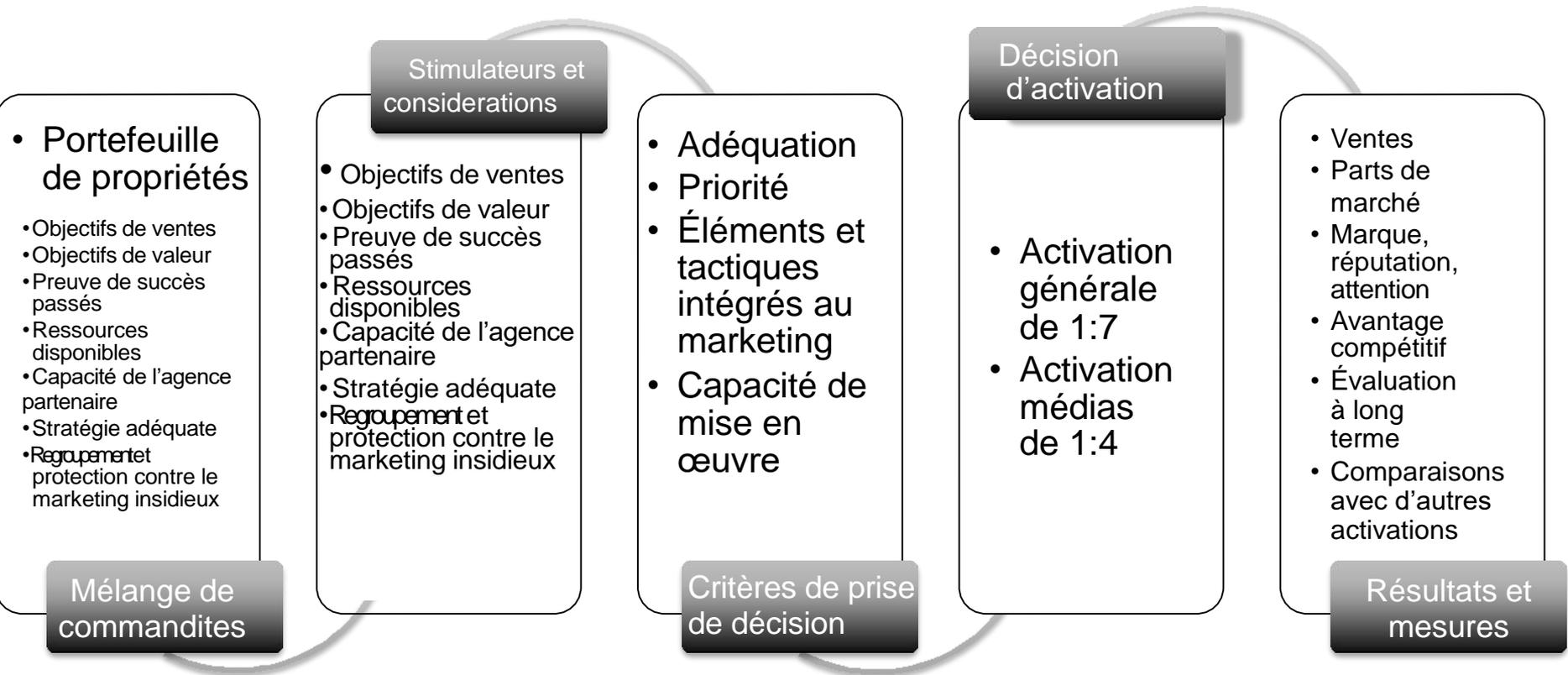
Correspondance entre les objectifs du commanditaire et les produits du commandité

Incorporation de la marque comme un objectif de commandite

L'accueil comme méthode éprouvée de levier

Promotion croisée avec les commanditaires associés

Ce que veulent les commanditaires



Exemple d'activation



**Meilleure campagne de commandite,
Globes Worldwide Marketing Awards 2010**

The best student-centered learning experience in America



OHIO
UNIVERSITY

Kraft Hockeyville

- 2006-présent : D'activation à institution
- Concept :
 - Soumission des municipalités
 - La ville gagnante accueille un match de pré-saison de la LNH, reçoit 100 K\$ pour l'amélioration de l'aréna locale, et la diffusion de « Hockey Night in Canada » se fait à partir de cette ville
 - Vote (en ligne, au téléphone, par texto) pour le gagnant



Faits saillants de 2011

- 17,3 millions de votes enregistrés en 2011
 - Le DOUBLE de 2009 (9 millions de votes)
- 227 communautés ont soumissionné (total de 37 307 participants)
- Youtube : 7 861 vidéos téléversées
- 43 000 abonnés Facebook



QUESTIONS ET RÉPONSES

The best student-centered learning experience in America



OHIO
UNIVERSITY

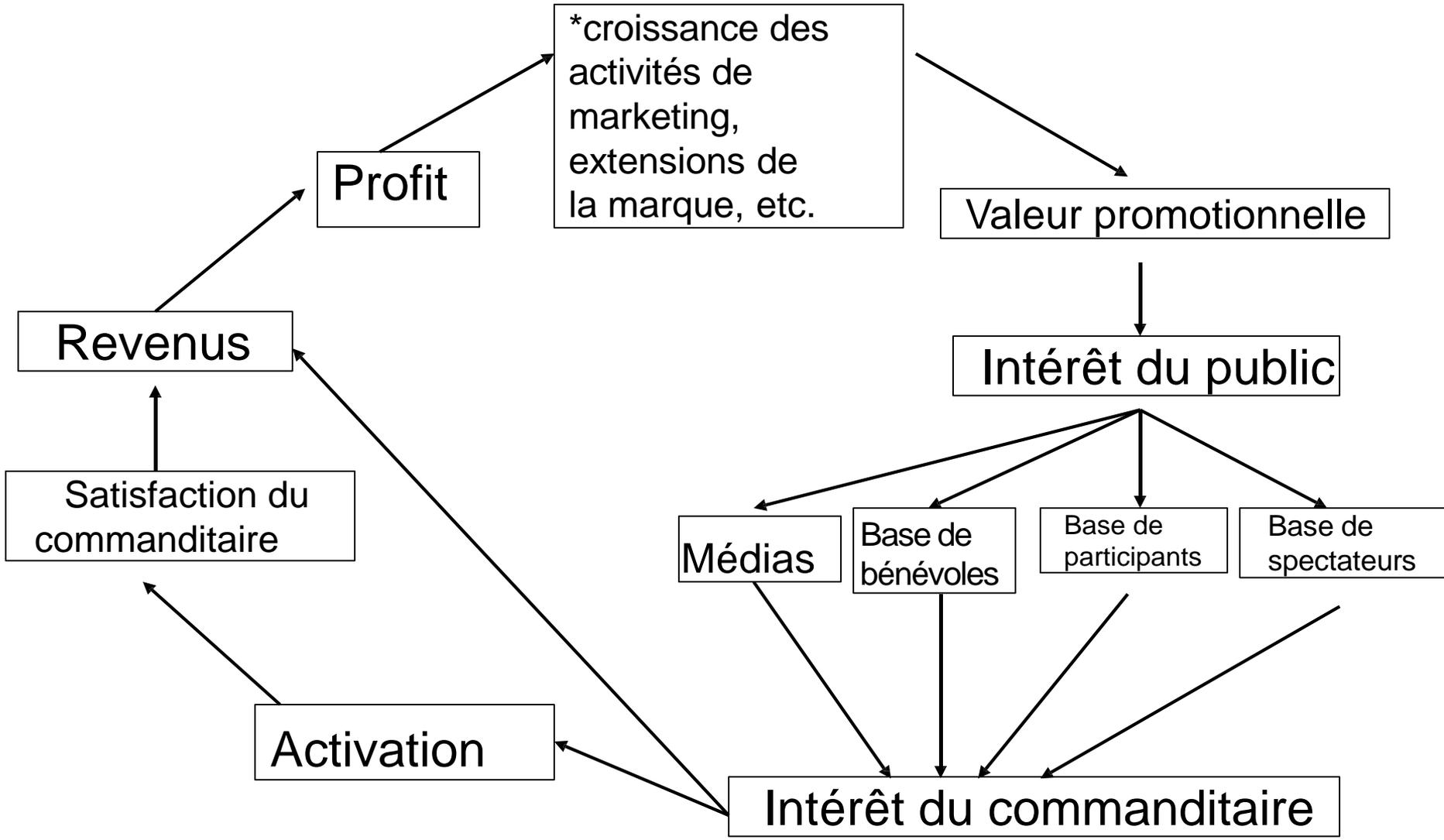
LEÇONS RETENUES

The best student-centered learning experience in America



OHIO
UNIVERSITY

Alimenter le « cercle vertueux des revenus »



Tactiques clés

Prioriser

les contributions non financières et la contrepartie

Rivaliser

avec les festivals, les arts et le divertissement

**Être une
plateforme**

pour une activation expérientielle, à valeur ajoutée

Paraître

télévision, webdiffusion

Créer

le buzz, en ligne et hors ligne

Évaluer

stratégiquement tous les éléments

The best student-centered learning experience in America



OHIO
UNIVERSITY

Tactiques clés

Créer, créer, créer

des actifs

Explorer

de nouveaux moyens de production de revenus.

Il est très, très difficile d'obtenir des commandites.

Retenir

les commanditaires. Faire tout ce qui est possible pour les garder.

Définir des stratégies

séparément pour les commandites et les PPP. Ils sont différents.

Être conscient

Il ne s'agit pas de TV/médias, il s'agit essentiellement d'activation, d'accès et d'actifs

Tactiques clés

Planifier

Le renouvellement dès le 1^{er} jour. Ayez un contrat clair. Promettez moins, mais faites-en plus.

Considérer

Résultats du GCLS

- Femmes
- Festivalisation
- Médias sociaux
- Jeunes
- Santé/Obésité

SOMMAIRE

The best student-centered learning experience in America



OHIO
UNIVERSITY

Si c'était facile, nous l'aurions déjà fait

- La commandite requiert un travail exigeant
- Nécessité d'évaluer honnêtement si ce travail en vaut la peine pur votre FNS

La commandite est une promotion

Les promotions doivent :

- Capter l'**ATTENTION** des consommateurs
- Susciter l'**INTÉRÊT**
- Créer un **DÉSIR**
- Et pousser à l'**ACTION**

Faites un inventaire

- Vous avez des actifs.
Comptez-les, combinez-les,
sachez qu'ils sont là.

Faites votre auto-évaluation

- Examinez vos stimulateurs et inhibiteurs de revenus

The best student-centered learning experience in America



OHIO
UNIVERSITY

Activations > Impressions

- Vos actifs peuvent établir des liens avec les gens comme ne peut le faire la publicité

The best student-centered learning experience in America



OHIO
UNIVERSITY



Questions et réponses

Merci!

oreillyn@ohio.edu

740-517-7242

The best student-centered learning experience in America



OHIO
UNIVERSITY