

L'information sportive, moteur de votre croissance

3-4 février 2011, Paris

Editorial - Nouveaux médias - Business

Placez le sport au coeur de votre stratégie de développement !

- ✓ Innovations pertinentes issues du monde des infos sportives numériques,
- ✓ Cessez de sous-exploiter votre valeur ajoutée : misez sur l'information sportive locale,
- ✓ Coupe du Monde 2010 - Les enseignements à tirer pour fédérer vos communautés,
- ✓ Approfondir la dimension visuelle pour capter l'attention de vos lecteurs,
- ✓ Valorisez votre information sportive sur les nouveaux supports,
- ✓ Publicité et info sportive : développez des opérations spéciales et innovez,
- ✓ Fantasy Games et jeux en ligne, un petit investissement de départ mais un gros levier de croissance,
- ✓ Les nouveaux business à développer avec les sponsors d'événements sportifs.

www.wan-ifra.org/informationsportive



2ème conférence internationale L'information sportive, moteur de votre croissance

Modérateur :

Matt KELLY

Editeur,
Mirror Group Digital, Angleterre.



Le sport est avant tout une histoire de passion. Dès lors, quelles sont les meilleures pratiques pour exploiter ce côté passionnel et vous permettre de développer vos audiences print et digitale et d'intéresser les annonceurs ?

A qui s'adresse cette conférence ?

A la presse spécialisée sport, la presse généraliste, la PQR, la PHR, aux pure players, magazines, etc.

La conférence est spécialement destinée aux directeurs de rédaction, rédacteurs en chef sport, responsables développement, responsables marketing, chefs de projet, journalistes sportifs et à tous ceux qui sont intéressés par les problématiques du traitement de l'information sportive.

PROGRAMME*

Jour 1 - Jeudi 3 février 2011

9h00 Accueil des participants autour d'un café

9h30 Discours d'ouverture

Session I - Tendances et perspectives d'avenir

> 10 innovations pertinentes issues du monde des infos sportives numériques en 2010 !

Par **Matt KELLY**, Editeur, **Mirror Group Digital** (Angleterre).

De l'établissement de profils sophistiqués de l'audience à une utilisation exceptionnelle des médias sociaux, de la création de nouveaux formats publicitaires attrayants à la création de nouveaux produits en ligne (rentables ?) pour les éditeurs via les applications, Matt KELLY présente un rapide aperçu des 10 développements les plus intéressants lancés au cours de ces 12 derniers mois dans le monde des infos sportives numériques.

> D'une position de challenger à un groupe de média d'information sportive

Par **Paulo Henrique FERREIRA**, Directeur des médias numériques, **LANCE! Group** (Brésil).

Face à la concurrence de la TV, du web et des sources d'information démultipliées sur le sport, comment le premier quotidien sportif vendu au Brésil construit-il, jour après jour, son succès de vente et d'audience ?

Et comment Lance! prépare-t-il l'avenir avec les deux rendez-vous planétaires qui se dérouleront au Brésil, la Coupe du Monde de Football en 2014 et les Jeux Olympiques d'Été de 2016.

Pause café dans l'espace partenaires

Session II - Cessez de sous-exploiter votre valeur ajoutée : misez sur l'information sportive locale

> Travaillez votre spécificité et exploitez votre information locale !

Par **Stephan PHILIPPS**, Directeur Général, **Archant Norfolk** (Angleterre).

> Quand le sport devient une passion

Par **Stephan MINARD**, Directeur Marketing, **Nexway** (France).

Rien n'est plus engageant et addictif que le fait de supporter un club sportif local. Participatif, ludique, communautaire et local le site sportif cumule tous les facteurs de succès.

13h-14h30 Déjeuner

Session III - Initiatives multisupports et nouvel état d'esprit

> iPad, mobiles : un virage ? Accélérez dans la courbe !

Par **Jérémy CLEVY**, Consultant WAN-IFRA et ancien responsable des rédactions Internet d'Eurosport (FR, UK, ES, IT, DE).

L'iPad, sorti il y a peine un an, a déjà séduit près de 10 millions d'utilisateurs dans le monde. Il s'ajoute aux dizaines de millions de smartphones déjà écoulés.

Smartphones et tablettes sont complémentaires dans leurs usages. Ils représentent une opportunité pour nouer une relation tout au long de la journée avec vos lecteurs. Pour cela, apprenez à jouer sur la complémentarité Print / Web / Téléphones / Tablettes.

Au programme :

- Les meilleures applis «sportives» (mobile / iPad),
- Top 3 des meilleures idées "média" sur tablettes,
- Comment accompagner vos lecteurs toute la journée,
- Quelles innovations publicitaires ?

Session IV - Les nouveaux business à développer avec les sponsors d'événements sportifs

> Grands événements sportifs : Coopérer avec les organisateurs et comprendre les sponsors

Par **Thibaut POTDEVIN**, Responsable du Développement, **UEFA** (Suisse).

Le calendrier des grands événements sportifs (JO, CM, Euro) rythme la vie des rédactions et des régies. Pourtant, peu d'acteurs de la presse parviennent à tirer profit des investissements réalisés dans ce domaine par les annonceurs, et encore moins à acquérir des contenus en provenance des organisateurs.

Quelques pistes pour y remédier...

Pause café dans l'espace partenaires

> Les organisations sportives sont-elles des partenaires ou des concurrentes ?

Par **Larry KILMAN**, Directeur de la Communication, **WAN-IFRA** et membre du comité média de la **FIFA** (France).

Les avantages que peuvent tirer entreprises de presse et organisations sportives de leurs relations sont réciproques. Mais aujourd'hui – en raison des nouvelles technologies et de la forte monétisation du sport – ces relations sont soumises à pression, car les organisations imposent de

nouvelles restrictions à la couverture libre et indépendante des événements sportifs. Quels impacts ces restrictions ont-elles sur la couverture médiatique d'un événement ? Qu'est-il fait pour permettre aux nouveaux médias de continuer à rapporter librement les événements en cette ère numérique ?

Session V - Mise sur le journalisme visuel pour capter l'attention de vos lecteurs !

> L'infographie sportive

L'infographie est un véritable atout pour enrichir la qualité d'une information. Cela est d'autant plus vrai pour l'information sportive où le visuel occupe une place prépondérante.

Panorama des meilleures infographies d'information sportive, de leurs intérêts et de leurs coûts.

18h *Synthèse de la journée*
Get Together (Apéritif dînatoire)

Jour 2 - Vendredi 4 février 2011

8h30 Accueil café
9h Début de la conférence

Session VI - Réseaux sociaux et sport

> Coupe du Monde 2010 - Les enseignements à tirer pour fédérer ses communautés

Par **Cédric MOTTE**, Consultant WAN-IFRA et expert des réseaux sociaux.

Les milliers de personnes qui assistent en direct aux matchs, complétés des millions de ceux assis devant leur(s) écran(s), sont autant de sources (potentielles) d'information et de relais à utiliser pour "faire vivre" cet événement.

Quels sont les méthodes, les outils et les résultats obtenus par ceux qui ont cherché à animer leur communauté autour de la Coupe du Monde en Afrique du Sud ?

Session VII - Tirez avantage de la force de vos marques pour attirer les annonceurs et partenaires

> Publicité et info sportive : développez des opérations spéciales et innovez !

Pause café dans l'espace partenaires

Session VIII - Fantasy Games et jeux en ligne, un petit investissement de départ mais un gros levier de croissance

> Faire vivre la passion du sport de manière ludique...et la monétiser !

Les Fantasy Games et le gaming représentent des sources de profits importantes pour bons nombres de groupes de presse et un moyen efficace pour développer sa base de données et générer du trafic. Quelles sont les recettes du succès ?

> Utiliser le divertissement pour bâtir des communautés engagées - à but lucratif !

Par **Stavros DRAKOULARAKOS**, Directeur Général, 24 Media (Grèce).

Fin de la conférence
13h *Cocktail déjeunatoire*

Partenaires-exposants :



Partenaires média :



Informations pratiques

Lieu de la conférence :

Hôtel Intercontinental Paris Avenue Marceau*****
64, Avenue Marceau - 75008 Paris
Tel: +33 (0) 1 44 43 36 36

Accès :

Métro ligne 1 - Station George V ou Charles de Gaulle-Etoile
RER A - Station Charles de Gaulle-Etoile
Bus ligne 92 - Arrêt Bassano



Agenda :

Jeudi 3 février 2011: de 9h30 à 18h
Vendredi 4 février 2011 : de 9h à 13h suivi d'un déjeuner de clôture

Tarifs :

- Membre WAN-IFRA : **750 € HT**
- Non membre : **950 € HT**

La 3^e inscription pour une même société sera gratuite.

Ce forfait comprend la participation à la conférence, les supports pédagogiques, les pauses café, les déjeuners, le Get Together, les traductions, etc.

Cet événement pourra également être pris en charge dans le cadre de votre budget formation, renseignez-vous !

Formations du mercredi 2 février :

A l'occasion de cette conférence, la WAN-IFRA vous propose deux sessions de formation d'1/2 journée chacune portant sur une thématique éditoriale et business du sport :

- **"Créer le journalisme sportif à valeur ajoutée"** (mercredi de 9h30 à 13h)
- **"Le business digital de l'information sportive"** (mercredi de 14h30 à 18h)

Hébergement :

Vous pouvez choisir de loger sur place à l'hôtel Intercontinental, établissement 5 étoiles, au tarif préférentiel négocié par la WAN-IFRA :

- Chambre simple : 310 € petit-déjeuner inclus,
- Chambre double : 340 € petit-déjeuner inclus.

Mais nous vous suggérons **des hôtels situés aux alentours du lieu de la conférence (max 10 minutes à pied) et à différents tarifs**. Vous pouvez télécharger cette liste sur le site web de l'événement.

Langues :

La conférence sera traduite simultanément en anglais et français. Une traduction en espagnol pourra être mise en place si plus de 10 participants en font la demande.

Conditions d'annulation :

Les annulations seront remboursées à hauteur de 90% (10 % seront retenus pour les frais administratifs) jusqu'à 10 jours avant le début de la conférence (24 janvier 2011). Toute inscription annulée moins de 10 jours avant la date de l'événement est dûe et ne pourra donner lieu à aucun remboursement. Cependant, il est possible à tout moment de désigner un remplaçant.

* Ce programme est susceptible d'évoluer en fonction de la disponibilité de chaque intervenant.

L'information sportive, moteur de votre croissance

3-4 février 2011, Paris

Fiche d'inscription

Veillez remplir cette page, la faxer, ou l'envoyer à :

IFRA SWE · 66, Cours Charlemagne · 69002 Lyon, France · Tél. + 33 (0)4 72 77 05 95 · Fax + 33 (0)4 88 67 98 23 · sandrine.proton@wan-ifra.org

Informations sur votre société :

Entreprise : _____

Adresse : _____

Code postal et ville : _____

Pays : _____

Téléphone : _____

Membre WAN-IFRA : Oui Non

Convention de formation : Oui Non

Inscriptions des personnes suivantes :

1/ Nom et prénom : _____

Fonction : _____

E-mail : _____

2/ Nom et prénom : _____

Fonction : _____

E-mail : _____

3/ Nom et prénom : _____

Fonction : _____

E-mail : _____

GRATUIT

Forfait par personne :

Membre WAN-IFRA : **750 € HT** (897 € TTC)

Non membre : **950 € HT** (1 136,20 € TTC)

2 inscriptions d'une même société = la 3^e inscription gratuite

Ce forfait comprend la participation à la conférence, les supports pédagogiques, les pauses café, les déjeuners, le Get Together du jeudi soir, les traductions en anglais et français, etc.

Intéressés par les formations du mercredi 2 février ?

Reportez-vous au programme de ces 2 sessions et remplissez les fiches d'inscription !

Modalités de paiement :

Virement bancaire de _____ € effectué sur le compte d'IFRA SWE, HSBC Lyon Bourse (swift: CCFRFRPP) / Code banque n° 30056 / Guichet n° 00170, Compte n° 0170 201 1244 - 53 / IBAN : FR76 3005 6001 7001 7020 1124 453

Règlement par chèque d'un montant de _____ € à l'ordre de IFRA SWE

Les règlements doivent être effectués avant le début de l'événement.

Une facture vous sera adressée dès réception de votre inscription.

Nom et signature :

Extrait des conditions générales de la WAN-IFRA appliquées aux conférences, séminaires et workshops :

§ 1 Inscription, frais d'inscription et conditions de paiement

- 1.1 L'inscription aux conférences doit être effectuée par écrit.
- 1.2 La WAN-IFRA confirmera l'inscription au participant par écrit.
- 1.3 Les frais d'inscription sont à régler dès réception de la facture.

§ 2 Annulation, désistement par le client

2.1 Les demandes d'annulation doivent être formulées par écrit et parvenir à la WAN-IFRA au plus tard 10 jours avant le début de la manifestation. Les frais d'inscription seront remboursés après déduction de 10 % de la somme versée pour frais administratifs. Pour les demandes d'annulation ne parvenant pas dans ce délai, les frais d'inscription resteront pleinement acquis à la WAN-IFRA.

2.2 Il est possible à tout moment de se faire remplacer par une autre personne, à condition toutefois d'en informer WAN-IFRA l'avance et par écrit en mentionnant le nom de la personne en question.

§ 3 Annulation de manifestations par l'organisateur

3.1 La WAN-IFRA se réserve le droit d'annuler une manifestation pour raison majeure, en particulier si le nombre minimum de participants n'est pas atteint, en cas d'absence ou de maladie d'un conférencier, de fermeture de l'hôtel ou en cas de force majeure.

3.2 Lorsque le nombre minimum de participants n'est pas atteint, l'annulation peut avoir lieu jusqu'à trois semaines avant le début de la manifestation.

3.3 Dans tous les autres cas menant à une annulation pour raison majeure et en cas de modifications nécessaires du programme, la WAN-IFRA informera les participants dès que possible.

3.4 Si une manifestation devait exceptionnellement être annulée, les sommes versées seront remboursées.