

TABLE RONDE – AFP X SPORSORA

COMMENT COUVRIR EFFICACEMENT UN ÉVÈNEMENT ORGANISÉ SUR L'ENSEMBLE D'UN PAYS :
DÉFIS ET SOLUTIONS POUR LA COUVERTURE DES JEUX DE PARIS 2024

A moins d'un an des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, SPORSORA, organisation référente pour penser et influencer le développement responsable de l'économie du sport, s'est associée à l'AFP pour décrypter les enjeux médiatiques autour de cet événement hors norme. Animée par François Trillo, journaliste et commentateur de la Coupe du Monde de Rugby France 2023, une table ronde composée de Laurent-Eric Le Lay (Directeur des sports de France Télévisions), Pierre Galy (Chef des sports de l'AFP) et Anne Descamps (Directrice de la communication Paris 2024) a permis d'aborder les différents défis de la couverture médiatique des Jeux : la logistique, la coordination entre différentes équipes de journalistes, les enjeux éditoriaux, la concurrence avec d'autres médias notamment internationaux, l'utilisation de nouvelles technologies et les enjeux environnementaux ...



De gauche à droite : Laurent-Eric Le Lay (Directeur des sports de France Télévisions), Anne Descamps (Directrice de la communication Paris 2024), Pierre Galy (Chef des sports de l'AFP), Magali Tézenas du Montcel (Directrice générale de SPORSORA) et Fabrice Fries (PDG de l'AFP)

« Audiences, traitement éditorial, tonalité des retombées, la couverture médiatique d'un événement sportif est un indicateur puissant pour en mesurer le succès mais aussi pour en définir sa valeur économique. Les médias sont plus que jamais des parties prenantes incontournables de l'économie du sport et de la réussite des Jeux Olympiques & Paralympiques. Comme pour l'ensemble des acteurs du sport business, Paris 2024, challenge les médias avec des défis d'organisation mais aussi d'innovation et d'exemplarité environnementales et sociétales. Paris 2024 sera une opportunité exceptionnelle pour mettre en avant le savoir-faire des médias français en matière de couverture d'événements sportifs avec l'opportunité d'un impact durable sur la médiatisation du sport en France. » **explique Magali Tezenas du Montcel, directrice générale de SPORSORA.**

Défis logistiques et organisationnels

203 délégations, 15 000 athlètes, 200 000 accrédités dont 20 000 journalistes et des centaines de millions de téléspectateurs.

Les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 seront le plus grand évènement jamais organisé dans notre pays. Pour l'ensemble des parties prenantes, dont les médias, cela constitue un véritable défi logistique et organisationnel, et ce dès la cérémonie d'ouverture le 26 juillet 2024. Le comité d'organisation, qui souhaite « ouvrir en grand les Jeux », l'a programmée sur un segment de 6 kilomètres de la Seine jusqu'à la Tour Eiffel sur lequel navigueront une centaine de bateaux.

Des centaines de milliers de spectateurs seront postés le long de la Seine, mais elle sera regardée par près d'un milliard de téléspectateurs.

« Le défi de cette cérémonie d'ouverture des Jeux Olympiques sera pour France Télévisions, de la retransmettre et de la commenter le plus fidèlement aux téléspectateurs. Nous tâcherons également d'en donner une dimension nationale, depuis le signal international que nous recevrons de la part du CIO »,
Laurent-Eric Le Lay, directeur des sports de France Télévisions.

Pour l'AFP, une cellule travaille au quotidien depuis la fin des Jeux de Tokyo, en étroite collaboration avec le COJOP.

Pierre Galy, Chef des sports de l'AFP, souligne : *« L'enjeu d'organisation et de logistique se pose également en amont, avec le management humain et l'enchaînement des grandes compétitions comme l'Euro de football, la Copa America, le Tour de France, que nous couvrons aussi et qui se dérouleront avant ces Jeux. »*



Intervention de Anne Descamps (Directrice de la communication Paris 2024)

Enjeux éditoriaux et concurrentiels

Les médias appuient le souhait de Paris 2024 de pouvoir proposer une offre de diffusion équitable entre les Jeux Olympiques et les Jeux Paralympiques, mais aussi de plus largement pouvoir toucher un ensemble de public aux profils variés.

Pour **Laurent-Eric Le Lay, Directeur des sports de France Télévisions** : *« Il est important pour nous médias, de participer à la mise en lumière des athlètes paralympiques. C'est pourquoi nous réaliserons une soirée dédiée à la présentation des différentes têtes d'affiches des Jeux Paralympiques. Cela permettra aux Français de mieux pouvoir identifier les para-athlètes et de mieux se préparer à suivre les Jeux Paralympiques. Pour la première fois de l'Histoire des Jeux Paralympiques, un grand diffuseur national couvrira les épreuves 24h/24h ; personne ne l'a encore jamais fait. »*

Ces engagements pour le handisport, s'inscrivent dans un chemin de pédagogie déjà amorcé par Paris 2024, à travers le travail avec des acteurs sportifs et éducatifs pour faire en sorte que la pratique sportive continue de se développer et de faire naître des vocations.

« Côté AFP, la mobilisation journalistique sera multipliée par 2 voire 3 lors des Jeux Paralympiques, en comparaison aux éditions précédentes, pour répondre à cet engagement. Pour les Jeux Olympiques, ce sera l'intégralité de nos services éditoriaux à Paris et en région, et tous les bureaux à travers le monde, soit 2400 collaborateurs de l'agence qui seront mobilisés. D'ailleurs les services éditoriaux sont déjà mobilisés depuis un an pour traiter de la question des jeux sous toutes les thématiques. » Pierre Galy, Chef des sports de l'AFP.

Au-delà de la couverture médiatique, **Anne Descamps, directrice de la communication de Paris 2024** souligne que *« le parcours des médaillés sera lui aussi rendu exceptionnel. Le public aura accès gratuitement aux athlètes au Champions Park qui sera installé au Trocadéro. Ce sera véritablement une fan zone où le public aura la possibilité de prolonger avec les médaillés, l'émotion procurée, lors de la compétition sportive. »*

Utilisation de nouvelles technologies

Chaque édition des Jeux Olympiques & Paralympiques est une opportunité d'innover et de tester de nouvelles technologies, pour offrir la meilleure expérience possible aux fans du monde entier. Une finale de 100 mètres en athlétisme est le grand défi au niveau technologique et Entertainment.

« Pour certains temps forts des Jeux, nous nous devons en tant qu'organisme de couverture d'informations mondial de mettre en place des dispositifs particuliers. Pour les finales du 100 mètres, nous avons des dizaines d'appareils photos placés à des points stratégiques fonctionnant en remote. Ainsi, l'information photo peut être ensuite diffusée à nos clients du monde entier moins de 30 secondes après la fin de la course » Pierre Galy, chef des sports de l'AFP.

France Télévisions utilisera de son côté les supports numériques pour faire vivre les Jeux auprès d'un maximum de personnes. *« C'est dans notre ADN de mettre en place tous les moyens pour toucher un maximum de monde. Nous devons rajouter nos moyens propres, et enrichir le signal international qui nous sera proposé » Laurent-Eric Le Lay, directeur des sports de France Télévisions.*

Anne Decamps, directrice de la communication de Paris 2024, complète : *« Nous avons besoin des médias et de leurs innovations pour retranscrire les émotions in-stadia. Nous travaillons avec l'Agence Nationale des Fréquences (AFNR) et notre partenaire Orange pour faire en sorte que toutes les technologies puissent fonctionner dans les meilleures conditions. »*



Session de Q&A avec les intervenants : Laurent-Eric Le Lay (Directeur des sports de France Télévisions), Pierre Galy (Chef des sports de l'AFP) et Anne Descamps (Directrice de la communication Paris 2024)

À PROPOS DE SPORSORA

SPORSORA est l'Organisation référente pour penser et influencer le développement responsable de l'économie du sport grâce à une convergence d'expertises, l'influence d'un collectif et un réseau engagé. Créée en 1994, SPORSORA regroupe plus de 265 membres (annonceurs, agences, détenteurs de droits, médias, enceintes et arenas, instituts d'études et de formations...) et fédère un réseau de plus de 2 000 professionnels qui se rencontrent lors des nombreux événements organisés, échangent lors des workshops, des collègues et commissions, bénéficient de services et agissent dans l'intérêt général. www.sporsora.com

Contact presse - Agence Sport Market

Cloé Bahuaud - cbahuaud@sportmarket.fr – 06.32.69.17.49

Toute l'information sur Sporsora.com

SPORSORA
Agir ensemble
pour l'économie du sport