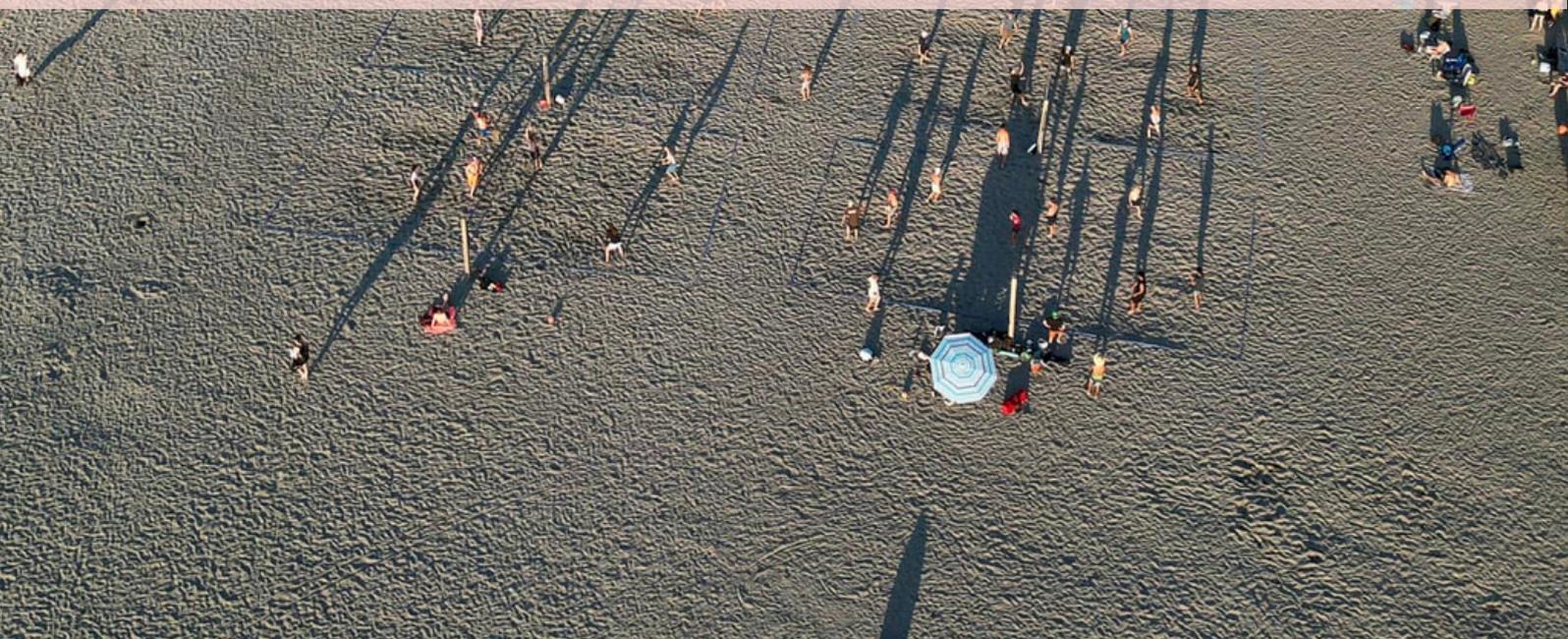




**STRATÉGIE
D'ACTIVATION
MARKETING**

SECTEUR SPORTIF



STRATÉGIE D'ACTIVATION MARKETING

SECTEUR SPORTIF



Dans ce guide, on vous explique **pourquoi** et **comment** intégrer le sport à votre **stratégie marketing**.

On partage des **exemples concrets**, des **bonnes pratiques**, et surtout, une nouvelle manière de voir les **opportunités** qu'offre cet univers unique.

POURQUOI INVESTIR DANS LE SPORT?

Le marketing sportif ne relève pas d'un simple effet de mode.

Il s'agit d'une **stratégie solide**, à **fort impact**, qui permet aux marques de se **distinguer** dans un univers saturé de messages publicitaires.

Là où les consommateurs se montrent de plus en plus réfractaires à la publicité traditionnelle, le sport offre un **espace rare** où **l'attention** est **soutenue**, **l'émotion authentique** et **l'engagement réel**.

LE SAVIEZ-VOUS?

Le marketing sportif est un levier puissant, mais encore largement sous-utilisé.

Que vous soyez une marque de produits grand public, une jeune entreprise en croissance ou une organisation en quête de visibilité, **le sport peut devenir un vrai moteur pour toucher votre audience autrement.**

3/4

Des canadiens
suivent les sports
professionnels

STRATÉGIE D'ACTIVATION MARKETING

SECTEUR SPORTIF



Le marketing sportif est une stratégie puissante qui permet de bâtir une marque solide, visible et aimée. Une campagne d'activation bien conçue offre bien plus qu'un simple coup de projecteur : elle crée de véritables passerelles émotionnelles entre votre marque et votre public.



Les événements sportifs rassemblent **des milliers de spectateurs sur place**, et **des millions en ligne**.



76 % des personnes vivant au Canada se sentent bien accueillies et incluses lorsqu'elles pratiquent une activité physique, un sport et des activités récréatives.



Deux Canadiens sur trois se considèrent comme des adeptes des sports féminins, ce qui équivaut à plus de **17 millions de Canadiens**.



6 adeptes sur 10 pensent que les marques devraient faire davantage pour soutenir le sport féminin au Canada



4 adeptes sur 10 sont plus susceptibles d'acheter auprès de marques qui soutiennent le sport féminin.

STRATÉGIE D'ACTIVATION MARKETING

SECTEUR SPORTIF



LES BÉNÉFICES D'UNE CAMPAGNE D'ACTIVATION SPORTIVE

Renforcement de la notoriété de la marque

Associer votre image à une discipline sportive ou à un événement permet de positionner votre marque dans un univers chargé de **valeurs positives** et **saines** : performance, dépassement de soi, esprit d'équipe, fierté, équilibre de vie...

Le sport touche un public très large — des **jeunes** aux **familles**, en passant par les **passionnés** et les **athlètes** — ce qui vous offre une exposition à la fois massive et ciblée.



Création d'un lien émotionnel fort

Le sport suscite des **émotions puissantes** : la joie, l'excitation, la fierté, l'espoir. En y étant associé, votre marque bénéficie de cet élan émotionnel. Une activation bien pensée, qu'il s'agisse d'un partenariat avec un athlète, d'un moment exclusif sur le terrain, ou d'une initiative communautaire, permet de tisser un **lien sincère** avec votre audience.

Et dans un monde saturé de messages publicitaires impersonnels, cette connexion humaine fait toute la différence.



Le saviez-vous?

Le volleyball est l'un des sports d'équipe qui connaît **la plus forte croissance** parmi les jeunes filles au Canada et aux États-Unis.

STRATÉGIE D'ACTIVATION MARKETING

SECTEUR SPORTIF



POURQUOI INVESTIR DANS LE SPORT?

- 1 Accédez à une audience massive et fidèle**
Des millions de personnes suivent les grands événements, mais aussi les ligues locales, tournois communautaires et clubs régionaux, qui rassemblent des publics ciblés et engagés.
- 2 Bénéficiez d'une forte implication des spectateurs**
Ils s'identifient, s'investissent, partagent et interagissent avec le contenu.
- 3 Maximisez les retombées concrètes grâce à un excellent retour sur investissement**
Stratégie mesurable par :
 - La notoriété accrue de la marque
 - L'engagement sur les réseaux sociaux
 - La conversion en ventes
 - L'amélioration de la perception publique
- 4 Suivez et ajustez vos campagnes en temps réel grâce aux outils numériques.**
- 5 Explorez de nouvelles formes d'activation**
 - Influence des athlètes sur les réseaux
 - Contenus exclusifs
 - Expériences immersives
 - Innovations technologiques
- 6 Renforcez votre présence dans des univers très connectés, auprès des jeunes générations.**

Investir dans le sport, c'est bien plus qu'un simple levier de visibilité.

C'est une façon **authentique de créer du lien et de marquer les esprits.**

Dans un monde en quête d'émotion et d'authenticité, le sport permet aux marques de se démarquer par **l'émotion, l'engagement et le partage.**

DES EXEMPLES INSPIRANTS DE DEUX COMPAGNIES VANCOUVÉROISES À SUCCÈS

Lululemon – Bien plus qu’une marque de sport

Lululemon est un exemple phare d’activation réussie dans l’univers sportif. Connue à l’origine pour ses pantalons de yoga, la marque canadienne a su bâtir une véritable communauté autour du mouvement, du bien-être et du dépassement de soi.

Au-delà de ses produits, Lululemon investit dans des expériences : événements de yoga en plein air, courses urbaines, ambassadeurs locaux, studios partenaires... Chaque activation vise à connecter émotionnellement avec son audience. L’objectif n’est pas uniquement de vendre des vêtements techniques, mais de faire vivre un mode de vie inspirant et inclusif.

En travaillant avec des athlètes du quotidien, des coaches et des influenceurs engagés dans leur communauté, la marque crée des campagnes authentiques, ancrées dans la réalité de ses clients. Leur stratégie repose sur trois piliers : proximité, expérience et alignement avec les valeurs sportives et humaines.

Arc’teryx — De la performance technique à la communauté engagée

Arc’teryx, marque canadienne née dans les montagnes de la Colombie-Britannique, a su transformer son expertise technique en une stratégie d’activation communautaire puissante, ancrée dans l’expérience, l’éducation et l’inspiration.

Ce qu’Arc’teryx active :

- Arc’teryx Academies : des événements immersifs organisés dans des lieux emblématiques comme Chamonix, Squamish ou Jackson Hole. Ces académies proposent des ateliers, des séminaires et des cliniques visant à connecter les passionnés de montagne de tous niveaux et à renforcer la communauté locale.
- Ambassadeurs locaux : des figures inspirantes qui incarnent la marque au quotidien et organisent des événements communautaires, renforçant ainsi la proximité avec les consommateurs.
- Partenariats événementiels : présence lors de festivals comme JACKALOPE Montréal, où Arc’teryx a créé une zone de détente et un mur d’initiation à l’escalade, attirant plus de 550 participants et associant la marque à l’accessibilité du sport.



STRATÉGIE D'ACTIVATION MARKETING

SECTEUR SPORTIF



INTÉGRER LE MARKETING SPORTIF À SA STRATÉGIE GLOBALE

Pour être efficace, le marketing sportif doit être intégré à une **stratégie globale** bien pensée. Nous vous fournirons une méthode en plusieurs étapes pour y parvenir, en insistant sur l'importance d'une **approche cohérente** :

Partir d'une vision stratégique claire

1

- Identifier vos objectifs prioritaires : accroître votre notoriété? Fidéliser votre clientèle?
- Définir vos cibles prioritaires : consommateurs, clients B2B, partenaires, collaborateurs, etc.
- Clarifier votre proposition de valeur

Définir des indicateurs clairs pour mesurer l'impact

Mesurer vos investissements en fixant des KPI adaptés dès le départ.

2

- Visibilité : taux de notoriété spontanée ou assistée, impressions.
- Engagement : interactions et métriques sur les réseaux sociaux, participation à des activations, trafic vers le site.
- Conversion : ventes, demandes d'information, inscriptions à une newsletter/infolettre ou participation à une campagne.

Assurer la cohérence avec l'identité de marque

3

Une bonne campagne de marketing sportif ne remplace pas votre plateforme de marque, elle la renforce.

Chaque action doit donc refléter vos valeurs, votre ton, votre univers graphique et votre engagement.

Orchestrer une activation en plusieurs étapes

Une campagne réussie se prépare en amont, se vit pendant, et se capitalise après.

4

- Avant : préparation, communication interne, teasing, contenu éducatif
- Pendant : présence sur le terrain, visibilité physique et digitale, engagement de l'audience
- Après : bilan, valorisation des retombées, réactivation des communautés engagées

STRATÉGIE D'ACTIVATION MARKETING

SECTEUR SPORTIF



TYPES D'ACTIVATION SPORTIVES POSSIBLES

Selon vos objectifs — visibilité, engagement, conversion, notoriété locale ou positionnement premium, nous pouvons vous accompagner avec une **grande variété d'activations adaptées**.

ACTIVATIONS DIGITALES ET CONTENUS EXCLUSIFS

Les campagnes digitales permettent **d'amplifier vos actions**, de **mesurer les retombées** en temps réel et d'engager votre communauté avant, pendant et après l'événement.

Exemples d'activation :

- Concours sur Instagram ou TikTok liés à un événement sportif
- Diffusion de coulisses, entraînements ou interviews en exclusivité
- Stories et vidéos immersives pour les fans
- Mise en place de codes promotionnels pendant les moments forts des matchs

Cette approche multiplie les points de contact et permet d'atteindre des audiences plus larges ou spécifiques (jeunes, connectés, fans de sport, etc.).

ACTIVATIONS COMMUNAUTAIRES ET PARTICIPATIVES

Certaines marques choisissent d'aller plus loin en intégrant directement les communautés locales. Cela peut passer par le **soutien à des clubs amateurs**, la **mise en place de tournois communautaires** ou **l'organisation d'activités sportives inclusives**.

Avantages :

- Fort impact local et fidélisation communautaire
- Opportunité de faire vivre les valeurs de la marque sur le terrain
- Relation de proximité avec les consommateurs

STRATÉGIE D'ACTIVATION MARKETING

SECTEUR SPORTIF



COMMANDITE D'ÉVÉNEMENTS SPORTIFS

Qu'il s'agisse d'un **tournoi local**, d'une **ligue universitaire** ou d'une **compétition internationale**, la commandite sportive offre une visibilité directe et répétée auprès d'un public captif.

En tant que commanditaire ou partenaire, votre marque **gagne en notoriété sur les supports visuels** (bannières, maillots, signalétique), dans **les mentions officielles** et sur **le terrain** grâce à un kiosque ou des animations.

Avantages:

- Visibilité locale ou nationale selon l'événement
- Association à des moments forts et engageants
- Contacts directs avec le public (échantillonnage, concours, démonstrations...)

PARTENARIAT AVEC DES ATHLÈTES

Les athlètes, qu'ils soient professionnels ou amateurs engagés, **sont des figures d'influence puissantes**. En collaborant avec eux, vous pouvez créer du contenu authentique, toucher des audiences ciblées et gagner en crédibilité.

Avantages :

- Portée numérique grâce aux réseaux sociaux des athlètes
- Crédibilité renforcée par le lien entre l'athlète et votre secteur (santé, bien-être, performance, etc.)
- Opportunités de storytelling autour de leurs entraînements, compétitions, routines et engagements personnels

Nous vous aidons à identifier les profils d'athlètes cohérents avec votre image et vos objectifs, et à construire une collaboration durable et gagnante pour tous.

EXEMPLES DE PROFILS D'ATHLÈTES-INFLUENCEURS ET RELAIS

Le choix d'un athlète, d'un partenaire ou d'un relais sportif est une étape clé dans la réussite d'une activation. En fonction de votre positionnement et de vos objectifs, vous pouvez viser des segments très variés : familles, communautés locales, jeunes actifs, consommateurs premium... Certains de ces profils sont d'abord des clients potentiels très qualifiés — d'autres jouent aussi un rôle d'influenceur naturel, par leur position, leur engagement ou leur visibilité.

Voici quelques exemples de profils que vous pouvez toucher à travers le sport :



L'ATHLÈTE OLYMPIQUE

Les athlètes olympiques incarnent l'excellence, la rigueur et le prestige, des valeurs qui rehaussent immédiatement l'image de votre marque.

Un partenariat avec un.e olympien.ne positionne votre entreprise dans un univers de performance et vous donne accès à un public engagé, haut de gamme et souvent international.

Exemple d'activation : Une marque de produits techniques ou haut de gamme (vêtements, nutrition sportive, équipement pro) gagne en crédibilité et en valeur perçue collaborant avec un.e olympien.ne

Avantages :

- Forte notoriété nationale ou internationale
- Association à des valeurs d'excellence et de rigueur
- Public premium engagé



L'ÉTUDIANT-ATHLÈTE

Les étudiants-athlètes sont une cible dynamique, influente et ancrée dans leur communauté, avec une forte légitimité auprès des jeunes générations.

Idéal pour des marques de boissons, vêtements, services ou commerces locaux souhaitant s'inscrire dans le quotidien d'un public actif et connecté.

Avantages :

- Capital sympathie et proximité locale
- Cible jeune, alignée sur les valeurs
- Amplification sur les réseaux sociaux



LE PARENT SUIVEUR

Ces parents accompagnent activement leurs enfants dans leurs activités sportives. Ils recherchent des produits et services en cohérence avec un mode de vie sain, actif et familial. Ils sont des décideurs d'achats qui valorisent l'éducation, le bien-être et le développement personnel.

Avantages :

- Accès direct à un segment familial engagé
- Potentiel de récurrence dans les achats
- Image de marque associée à la parentalité et au soutien éducatif



LE FAN ENGAGÉ

Le fan de sport aime partager, commenter et vivre sa passion publiquement, en ligne comme dans la vraie vie.

Il peut devenir un véritable levier de visibilité pour les marques grâce à ses publications, son réseau et son enthousiasme.

Avantages :

- Contenu généré par les utilisateurs (UGC)
- Amplification gratuite et virale
- Création d'une communauté fidèle autour de la marque



LE COACH COMMUNAUTAIRE

Les coaches, figures clés des clubs et écoles, inspirent confiance et influencent leur communauté.

Ils peuvent recommander votre marque, animer des événements ou porter votre message de proximité.

Exemple: événement sponsorisé, matériel personnalisé, programme fidélité pour entraîneurs.

Avantages:

- Impact direct sur familles et jeunes
- Engagement local fort
- Image humaine et communautaire

Chaque profil représente une **porte d'entrée stratégique** pour votre marque. En vous associant à des personnalités ou communautés sportives bien choisies, vous touchez à la fois des **consommateurs engagés** et des **influenceurs naturels** — et vous inscrivez votre marque dans un univers chargé de valeurs positives : performance, dépassement de soi, esprit d'équipe, éducation, santé, fierté collective.

STRATÉGIE D'ACTIVATION MARKETING

SECTEUR SPORTIF



COMMENT FONCTIONNE UNE COLLABORATION AVEC PACIFIC QUÉBEC?

Nous croyons en l'importance de **l'accompagnement personnalisé**. Chaque entreprise a ses propres besoins et nous vous aiderons à définir la meilleure approche en fonction de vos objectifs spécifiques.

VOICI LE PROCESSUS ÉTAPE PAR ÉTAPE :

- 1 Évaluation des besoins** : Ensemble, nous déterminerons les meilleures options pour atteindre vos objectifs. À travers des échanges, et des analyses de vos attentes, nous nous assurerons de bien comprendre vos ambitions.
- 2 Création de la campagne** : En fonction des objectifs définis, nous développerons une stratégie adaptée, en choisissant les bons types d'activations et de partenaires. Nous coordonnons et nous nous occupons de tout, de la conception à l'exécution.
- 3 Suivi et ajustement** : Une fois la campagne lancée, nous assurons un suivi constant pour mesurer les résultats et effectuer les ajustements nécessaires.

STRATÉGIE D'ACTIVATION MARKETING

SECTEUR SPORTIF



RÉSEAU & ÉCOSYSTÈME SPORTIF DISPONIBLE

Nous avons créé un **réseau** de **partenaires sportifs** solide qui nous permet de connecter les entreprises avec les bons événements, athlètes et influenceurs. De plus, nous avons accès à des **événements clés** qui attirent des milliers de participants et spectateurs, qu'ils soient locaux ou internationaux.

DES CONNEXIONS STRATÉGIQUES AVEC LES ACTEURS DU SPORT

Nous entretenons des relations privilégiées avec des **organiseurs d'événements**, des **fédérations sportives**, des **ligues**, des **clubs**, des **athlètes de haut niveau** et des **figures locales** incontournables. Cette proximité nous donne une longueur d'avance pour intégrer votre marque au cœur des dynamiques sportives les plus pertinentes pour vos objectifs.

- ✓ **ACCÈS À DES ÉVÉNEMENTS MAJEURS À FORTE VISIBILITÉ**
- ✓ **MISE EN VALEUR DE L'ÉCOSYSTÈME LOCAL**

Au-delà des grands événements, nous valorisons également les **initiatives locales** qui font vibrer les communautés. Clubs sportifs, écoles, ligues amateurs, associations locale, etc. Ces lieux sont les fondations du tissu sportif. En vous connectant à ces micro-écosystèmes, vous créez une **relation de proximité, de confiance et de pertinence** avec vos publics cibles.



POURQUOI C'EST PUISSANT?

Parce que les consommateurs d'aujourd'hui valorisent **l'authenticité**. En soutenant des événements et des athlètes de leur région, vous devenez une marque qui **s'implique** et qui **comprend** les **valeurs locales**.

UNE APPROCHE CIBLÉE SELON VOS OBJECTIFS

Nous ne vous proposons pas simplement de commanditer un événement. Nous réfléchissons à une **stratégie sur-mesure** pour faire de chaque partenariat **un levier d'engagement**, de **visibilité** et de **conversion**. Chaque collaboration est pensée pour activer le bon levier (émotionnel, digital, terrain, communautaire), en fonction de votre positionnement et de vos objectifs d'affaires.

Si vous êtes prêts à faire passer votre marque à un niveau supérieur grâce au marketing sportif, contactez-nous dès aujourd'hui. Nous offrons une **consultation gratuite** pour vous aider à définir votre stratégie d'activation et à choisir les meilleurs partenaires pour vos campagnes.

Rejoignez-nous pour créer des expériences sportives inoubliables qui feront rayonner votre marque!

Contactez-nous

PACIFIC QUÉBEC INC.



 Vancouver - Colombie Britannique

 <https://pacificquebec.ca/accueil/>

 info@pacificquebec.ca

 604-424-8696