

# Management des Equipements, de la Distribution et des Evènements Sportifs



Etre capable de :

- **PILOTER** une stratégie marketing performante dans le secteur du sport
- **MANAGER** dans un environnement inter-culturel et international
- **COMPRENDRE** les spécificités du secteur sport dans le management des marques et de la distribution
- **INTEGRER** les tendances de fond pour anticiper les évolutions.



## Lieu des enseignements

1, rue Lacretelle  
75015 Paris

## Responsable de la formation

Pr Christopher HAUTOBOIS

[christopher.hautbois@universite-paris-saclay.fr](mailto:christopher.hautbois@universite-paris-saclay.fr)

## Présentation

Le seul diplôme reconnu sur le plan universitaire proposant une approche complète des enjeux actuels du sport business : équipementiers sportifs, distribution, évènements, management et tendances de fond du secteur

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

- **Penser** les enjeux et les étapes d'une stratégie marketing dans le sport
- **Comprendre** les objectifs d'une stratégie événementielle sportive
- **Maitriser** la complexité d'une stratégie de distribution multi-canal dans le secteur du sport
- **Intégrer** les contraintes d'un management inter-culturel
- **Identifier** les spécificités de la distribution dans le secteur du sport
- **Maitriser** le développement d'une marque de sport à l'international

### PROGRAMME DE LA FORMATION

#### Unité d'enseignement 1 Marketing du sport

21 heures

- Introduction au sport business (tendances, acteurs, majeurs, les marques)
- Marketing du sport, géopolitique et économie. Cartographie des secteurs et acteurs
- Marketing du sport, développement durable et RSE : quelles évolutions ?
- Le marketing réussi d'une fédération : le cas de la Fédération Française du Football
- Sport business, innovation, digital, IA et nouvelles technologies
- Évaluation du module : présentations

#### Unité d'enseignement 2 Équipementiers

21 heures

- Marques et Stratégies globales : focus sur les «Big 3» Nike /Adidas/Puma
- Stratégie de communication des équipementiers (Globale, Régionale, Locale)
- Stratégie de lancement d'une nouvelle marque. Déploiement d'une nouvelle marque en France
- Extension d'une marque vers l'international. Valeur ajoutée du « Made in France »
- Global vs Local / «Think Global, Act Local» Comment bien fonctionner des deux cotés ?
- Evaluation du module : présentation orale d'une étude de cas en groupe

## Inscription et tarifs

### • PRÉ REQUIS :

Niveau bac +3 minimum avec au moins 5 années d'expérience professionnelle

### • INSCRIPTION :

Du 8 juillet au 18 décembre 2026

### • TARIFS :

**Possibilités de financement :** employeur, organisme financeur  
Pour les candidats financés et non financés : 2990€\* plus 397€\* de droits d'inscription

2990€\*

397€\*

Droits d'inscription

### • MODALITÉS DE CANDIDATURE :

Dépôt de candidature sur la **plateforme e-candidat** : <https://ecandidat.universite-paris-saclay.fr/ecandidat> du 15 mai au 15 juillet puis du 19 août au 1er décembre 2026.

### • SEUIL D'ADMIS MINIMUM : 15 candidats

### • ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP :

Pour toute personne en situation de handicap, un plan d'accompagnement de l'étudiant handicapé (PAEH) peut vous être proposé.  
Contact : [handicap.etudiant@universite-paris-saclay.fr](mailto:handicap.etudiant@universite-paris-saclay.fr)

\*Les tarifs ne sont pas assujettis à la TVA et pourront être amenés à évoluer

## Publics concernés

- **Professionnels du sport business** avec expérience professionnelle souhaitant approfondir leurs connaissances du secteur, monter en compétences et/ou s'ouvrir à l'international.
- **Professionnels en activité dans un autre secteur que le sport** souhaitant appréhender les spécificités du secteur en vue d'une éventuelle reconversion.

## Dates

### JANVIER À JUILLET 2027

- 14 au 16 janvier
- 11 au 13 février
- 18 au 20 mars
- 22 au 24 avril
- 20 au 22 mai
- 24 au 26 juin

## Format

- **6 séminaires de 3 jours** : du jeudi au samedi
- **Durée de 126 heures**
- **En présentiel** pour favoriser les interactions avec les intervenants et les échanges avec les participants





### Unité d'enseignement 3 Distribution

21 heures

- Evolution du Retail, les distributeurs, leur stratégie (Focus sur Decathlon et Intersport)
- L'approche «Phygital» de la distribution sport : comment réussir sa stratégie «multicanalement» ?
- Stratégie de commercialisation : gestion d'un grand compte, organisation et gestion d'une force de vente
- Réussir le lancement d'une marque dans la distribution sport en France
- Développer une marque à l'international via la distribution
- Rôle croissant des marketplaces et du direct to consumer
- Stratégie d'ouvertures de magasins et animation du réseau de boutiques
- Evaluation du module : présentation orale d'une étude de cas en groupe

### Unité d'enseignement 4 Évènementiel

21 heures

- Introduction : l'évènementiel sportif bouleversé par les enjeux du développement durable
- La conception d'un événement sportif.
- Les fonctions préparatoires et les fonctions spécifiques pour la réussite d'un événement sportif
- Enjeux logistiques et optimisation d'un événement sportif : le cas du Tour de France
- La phase opérationnelle d'un événement sportif et les bilans
- Évaluation orale du cours d'évènementiel sportif : présentation orale en groupe

### Unité d'enseignement 5 Management

21 heures

- Attractivité du secteur du sport, opportunités et limites pour les managers
- Management de structures sportives : les bonnes pratiques et les difficultés du secteur
- Secteurs comparables (Edition, cinéma, musique, BD) et enseignements pour le secteur du sport
- Manager une start up dans le secteur du sport ; créer, développer sa propre start up)
- Management d'un club professionnel au sein des ligues professionnelles
- Evaluation du module : présentation orale d'une étude de cas en groupe

### Unité d'enseignement 6 Tendances du secteur

21 heures

- Les nouveaux enjeux sociétaux du sport (santé, mobilité, intégration, développement durable et exemplarité)
- Sport et Entertainment, une nouvelle façon de vivre et de pratiquer ? focus sur le Esport
- Sport et Data : L'apport de la data au sport. Comment gérer l'arrivée de l'AI dans le sport ?
- L'innovation dans le sport : focus sur la sport Tech. Comment générer et développer l'innovation ?
- Quelles opportunités de business en dehors des activités traditionnelles ? L'exemple du tourisme sportif
- Evaluation du module : présentation orale d'une étude de cas en groupe

## MÉTHODES MOBILISÉES

Travail en groupes ou individuel, études de cas, mises en situation.

## VALIDATION DU DIPLÔME

Les conditions d'obtention du diplôme reposent sur :

- **L'assiduité** (présentiel obligatoire)
- **L'obtention de la moyenne** dans au moins 5 des 6 modules (sans aucune note inférieure à 8/20)

## LES + DE LA FORMATION

- Formation à 360° du sport business
- Un volet fort et original sur la production et la distribution d'articles de sport
- Des intervenants de très haut-niveau issus des secteurs de l'industrie et des services
- De nombreuses études de cas pour acquérir des savoirs et des savoir-faire immédiatement mobilisables

## DÉBOUCHÉS ET POURSUITE D'ÉTUDES

Les candidats titulaires de ce DU pourront poursuivre dans le master international SLEM (Sport Leisure and Event Management) sous conditions.

## Compétences visées

- **Elaborer et mettre en œuvre** une stratégie marketing performante d'un acteur du sport
- **Comprendre** les enjeux rencontrés par les équipementiers et apporter des réponses pertinentes
- **Intégrer** les spécificités de la distribution dans le domaine du sport
- **Prendre en charge** la stratégie d'un distributeur notamment dans sa dimension « multi-canales » et internationale
- **Comprendre, intégrer et déployer** une stratégie événementielle dans ses différents aspects
- **Appréhender** des situations managériales complexes, notamment inter-culturelles, non-hiérarchiques ou à distance
- **Comprendre et intégrer** dans vos stratégies les tendances majeurs du secteur (data, IA, RSE, etc.)





## Vos intervenants

**Les meilleurs experts appartenant aux trois univers du sport business s'appuient sur leurs expériences uniques pour analyser les stratégies et pratiques d'aujourd'hui et les enjeux de demain.**

**Jacques d'Arrigo**, *Président SPORT TECH France*

**Justine Birot**, *Consultante senior THE SHIFT PROJECT*

**Christophe Cance**, *Directeur général PUMA France*

**Patrick Daniels**, *Président exécutif-Fondateur AERTH*

**Philippe Dardelet**, *Consultant senior SPORT VALUE, Professeur attaché UNIVERSITE PARIS-SACLAY*

**Michel Desbordes**, *Professeur de marketing du sport UNIVERSITE DE LAUSANNE*

**Marie-Liesse Dovern**, *Directrice organisme de formation, IPAMA-pour des événements engagés*

**Gaspard Espitalier**, *Président exécutif-Co-fondateur MAUNA*

**Stijn Jacobs**, *Directeur OKUDEN*

**Benoit Lavallée**, *Directeur programmation STADE DE FRANCE*

**Olivier Lorans**, *Directeur DECKERS group*

**Emmanuel Lorenzato**, *Head of SPYDER Europe*

**Michel Mimram**, *Ex. directeur marketing PSG, Ex. directeur général LIGUE NATIONALE DE BASKET*

**Jacky Rihouet**, *Ex. président INTERSPORT*

**Cyril Sabran**, *Ex. directeur logistique PARIS 2024*

**Julien Van Theemsche**, *Consultant senior SPARTNER*

**François Vasseur**, *Directeur marketing FEDERATION FRANCAISE DE FOOTBALL*

## CONTACTS

Responsable pédagogique

**Pr Christopher HAUTOIS**

[christopher.hautbois@universite-paris-saclay.fr](mailto:christopher.hautbois@universite-paris-saclay.fr)

Responsable administrative

**Norine COUSSOT**

[fc.staps@universite-paris-saclay.fr](mailto:fc.staps@universite-paris-saclay.fr)

Tél. : +33 (0)1 69 15 30 79

