La parole à Éric Villant, Directeur Général de la Fédération Française de Judo

Publié le 14/09/2018

Il est aussi important de s'ouvrir au monde et de se diversifier : lié le sport au spectacle, le sport au participatif, etc. Aujourd'hui, nous avons les moyens digitaux pour faire participer le public et rendre le spectateur acteur.

Parlez-nous un peu de vous et de votre parcours :

Mon parcours a été lié à deux axes. Le judo d'une part, que je pratique toujours et qui est le fil rouge de ma carrière, le secteur du tourisme et de l'événementiel d'autre part. En effet, mes études m'ont menées à créer une société dont le cœur de métier était l'organisation de séjours autour de grands événements, bien souvent sportifs (coupes du monde, jeux olympiques, etc.), à destination des médias et de la presse. J'ai donc une forte appétence pour l'événementiel qui a marqué les ¾ de ma carrière professionnelle. Il y a cinq ans, je me suis vu proposé le poste de Directeur Général de la Fédération Française de Judo, dans laquelle j'étais déjà très investis.

En quoi consiste votre rôle de Directeur Général au sein de la Fédération Française de Judo ?

Mon rôle est de favoriser le développement de la fédération et donc la pratique du sport afin d'aider nos adhérents, les clubs. Les aider, c'est notamment proposer des formations à la fois à leurs dirigeants mais aussi aux enseignants sur le terrain afin de promouvoir la discipline. Gérer une fédération sportive, c'est aussi s'occuper de l'organisation, la gestion et la mise en place des quelques 600 000 licences. Dans un secteur rythmé par l'actualité politique, notamment sur la question des subventions, mon rôle est également de trouver de nouvelles sources de revenu pour la fédération. Cela passe notamment par l'événementiel. Je suis donc chargé de la stratégie des grands événements dont le Paris Grand Slam qui se déroule chaque année à l'AccorHotels Arena ou encore des Championnats d'Europe 2014 qui s'étaient déroulé à Montpellier.

Vous avez beaucoup travaillé dans l'événementiel de par votre parcours précédent et aujourd'hui en organisant les grands événements de la fédération, que représente le secteur de l'événementiel et quels sont les enjeux ?

Pour nous, la stratégie événementielle est essentielle ! C'est d'ailleurs pour cela que nous sommes propriétaires de deux sites : l'Institut du Judo à Châtillon (2 400 places) et le Grand Dôme de Villebon-sur-Yvette (80 000m², 6 400 places). Aujourd'hui, nous utilisons ces deux sites pour organiser nos propres événements mais également pour accueillir des événements extérieurs tels que des congrès, des salons B2B, des événements corporate, d'entreprises, mais aussi des concerts, etc. Nous avons un grand projet d'extension pour ce dernier site, en partenariat avec d'autres fédérations sportives mais également avec divers acteurs du sport. L'idée est d'optimiser la gestion calendaire de ces lieux afin de favoriser l'organisation d'événements externes et donc de générer du revenu.

Vous avez participé à des salons, des événements, congrès à titre professionnel et/ou personnel, quels sont pour vous les axes d'amélioration sur ces types d'événements ?

La professionnalisation. Sur nos propres événements, nous faisons de plus en plus appel à des professionnels extérieurs répondant à des besoins d'expertise que nous ne possédons pas en interne. L'idée est de s'entourer d'acteurs dont le métier est de favoriser la bonne organisation, gestion et réussite de nos événements.

Il est aussi important de s'ouvrir au monde et de se diversifier : lié le sport au spectacle, le sport au participatif, etc. Aujourd'hui, nous avons les moyens digitaux pour faire participer le public et rendre le spectateur acteur. C'est notre différence ! Par exemple, nous travaillons actuellement sur un projet d'escape game virtuel pour l'un de nos événements. Il faut surfer sur les nouvelles technologies, les nouveaux usages et surtout s'approprier les nouvelles demandes et attendes du consommateur qui ne vient plus seulement voir un spectacle sportif, mais un environnement. Dès qu'il met le pied dans l'enceinte, il doit se passer quelque chose : de l'interactivité, des jeux, de l'immersion, de la connaissance aussi. Donc oui, nous aussi, il faut que nous fassions avancer le spectacle sportif.