

Sport Tracker

Mesure de l'audience du sport dans tous les médias

Document confidentiel.
Ne peut être reproduit ni diffusé
sans l'autorisation de VERTIGO.

Octobre 2021



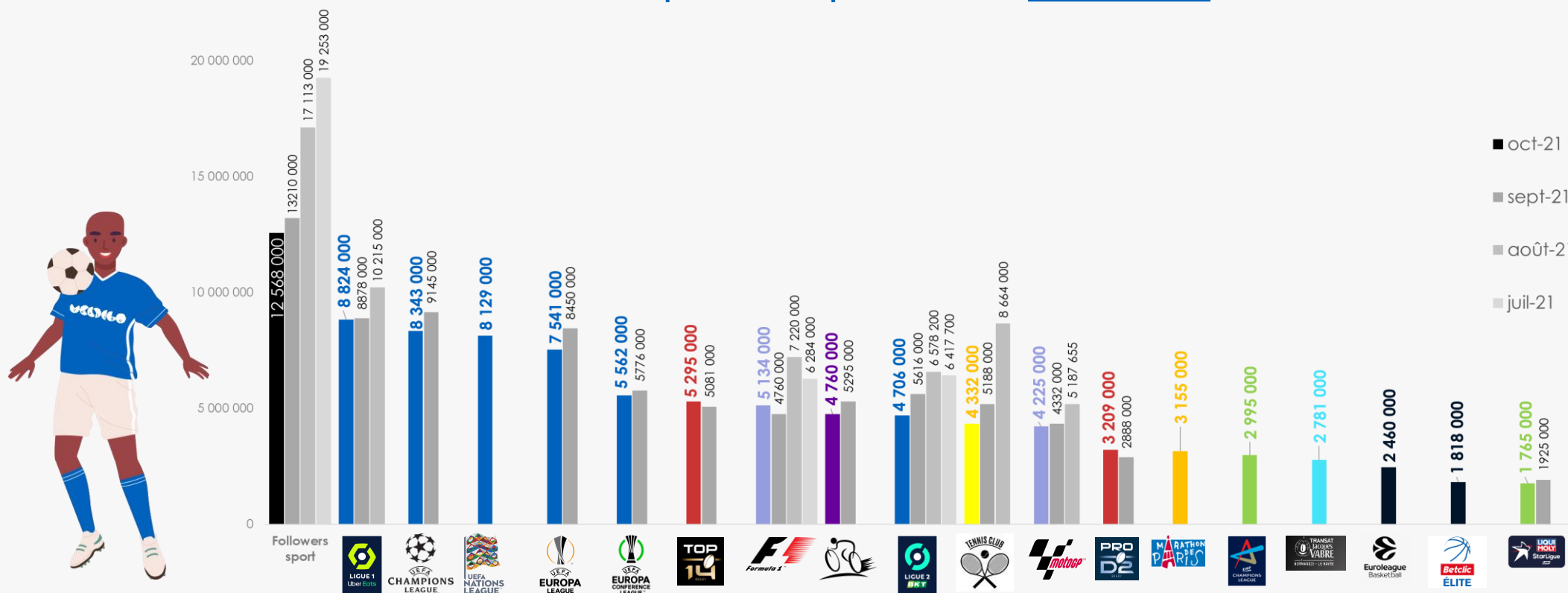
Entertainment Marketing Research



Observatoire du
Sport Business

Analyses, Data, Docs, Interview, Mag, News, Podcast

Audience du sport tous médias (TV, Presse, radio, Internet, réseaux sociaux, plateformes vidéo) Compétitions les plus suivies en Octobre 2021

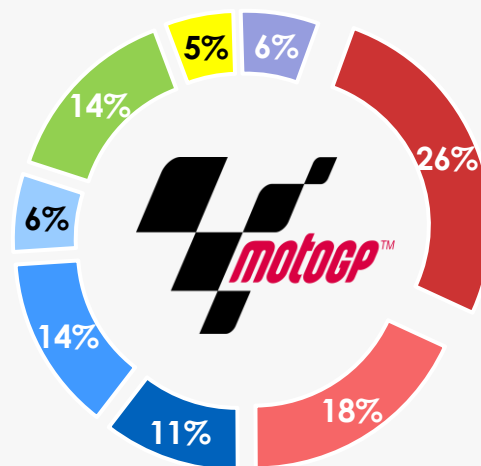
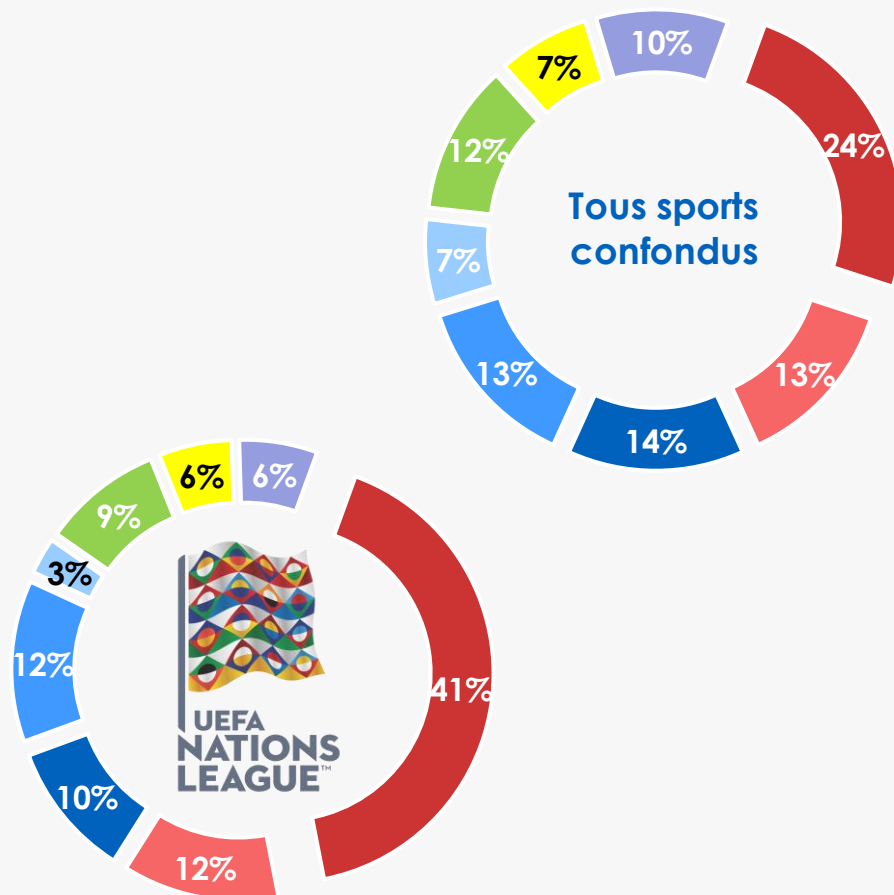


Avec plus de 12,5 millions de suiveurs de sport dans les médias en octobre 2021, nous assistons au 4^{ème} mois consécutif de diminution du suivi. Les événements liés au football sont toujours les plus observés, notamment la Ligue 1 (8,8M), la Ligue des Champions (8,3M) et la Ligue des Nations (8,1M). Hors football, le TOP 14 et la Formule 1 se distinguent avec plus de 5 millions de suiveurs. Nous sommes toujours dans un contexte moins favorable que lors de l'été 2021, avec des événements de moindre ampleur et visant potentiellement un moins large public.

Support de suivi

Audience du sport tous médias (TV, Presse, radio, Internet, réseaux sociaux, plateformes vidéo)

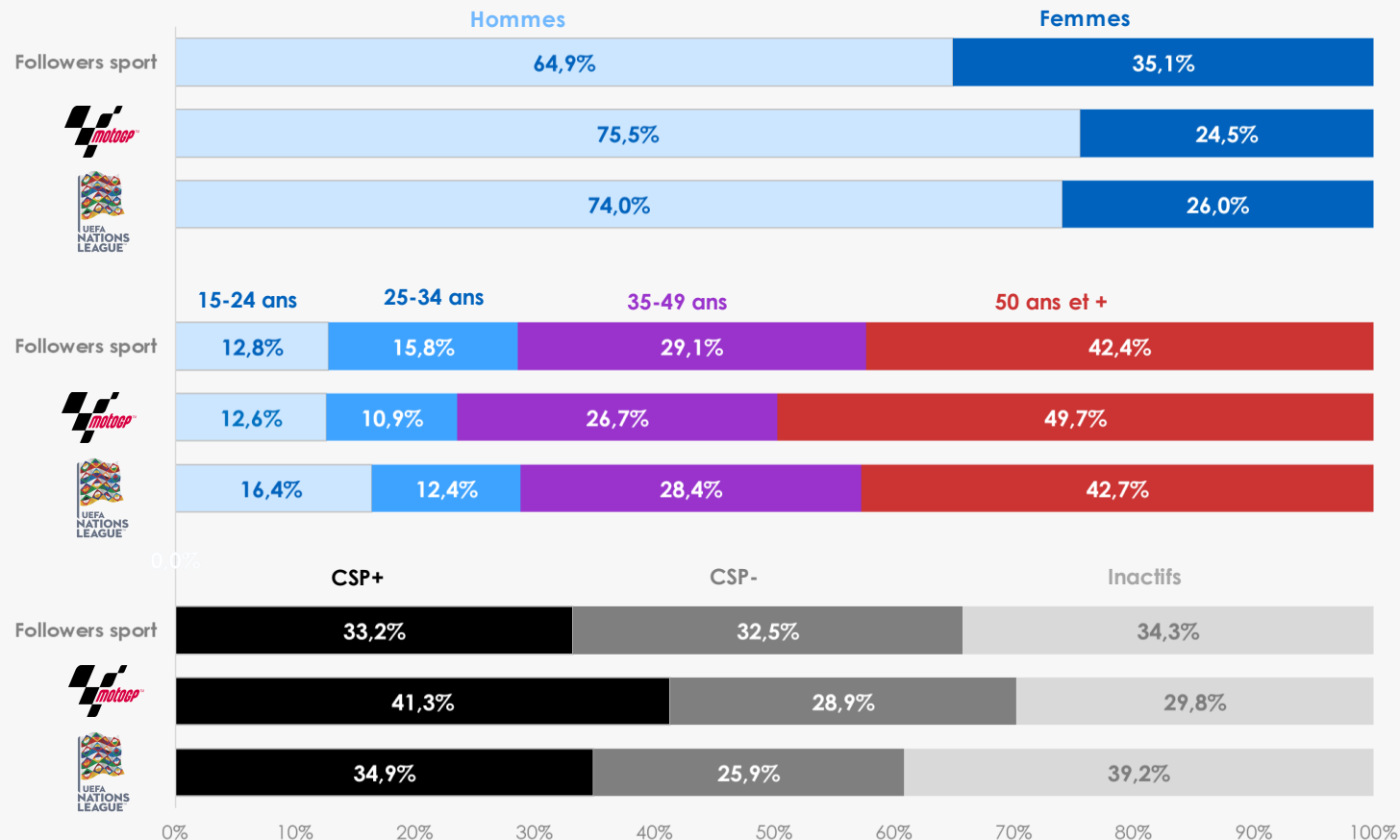
Support du suivi – Octobre 2021



- une retransmission en direct/différé à la TV
- un résumé/débat/talk show à la TV
- une retransmission en direct/différé sur Internet
- Un article sur Internet
- Un résumé/débat/talk show sur Internet
- Un article de Presse
- Une retransmission/débat/talk show à la Radio
- Un contenu sur les réseaux sociaux

La retransmission TV représente ce mois-ci 24,5% des contacts touchés tous sports confondus, en chute par rapport à septembre (26,5%) et plus globalement en baisse de 4 pts par rapport à juin (30%). Parmi les événements les plus suivis en octobre, la Ligue des Nations, qui a vu l'Equipe de France triompher, a été massivement suivie via la retransmission TV, qui représente 41,5% des contacts touchés. La Moto GP, qui a sacré Fabio Quartararo et diffusée sur Canal+, a vu quant à elle près de 75% de ses contacts provenir d'autres sources que la retransmission TV (dont 18% pour les highlights TV et 14,3% pour les articles de presse).

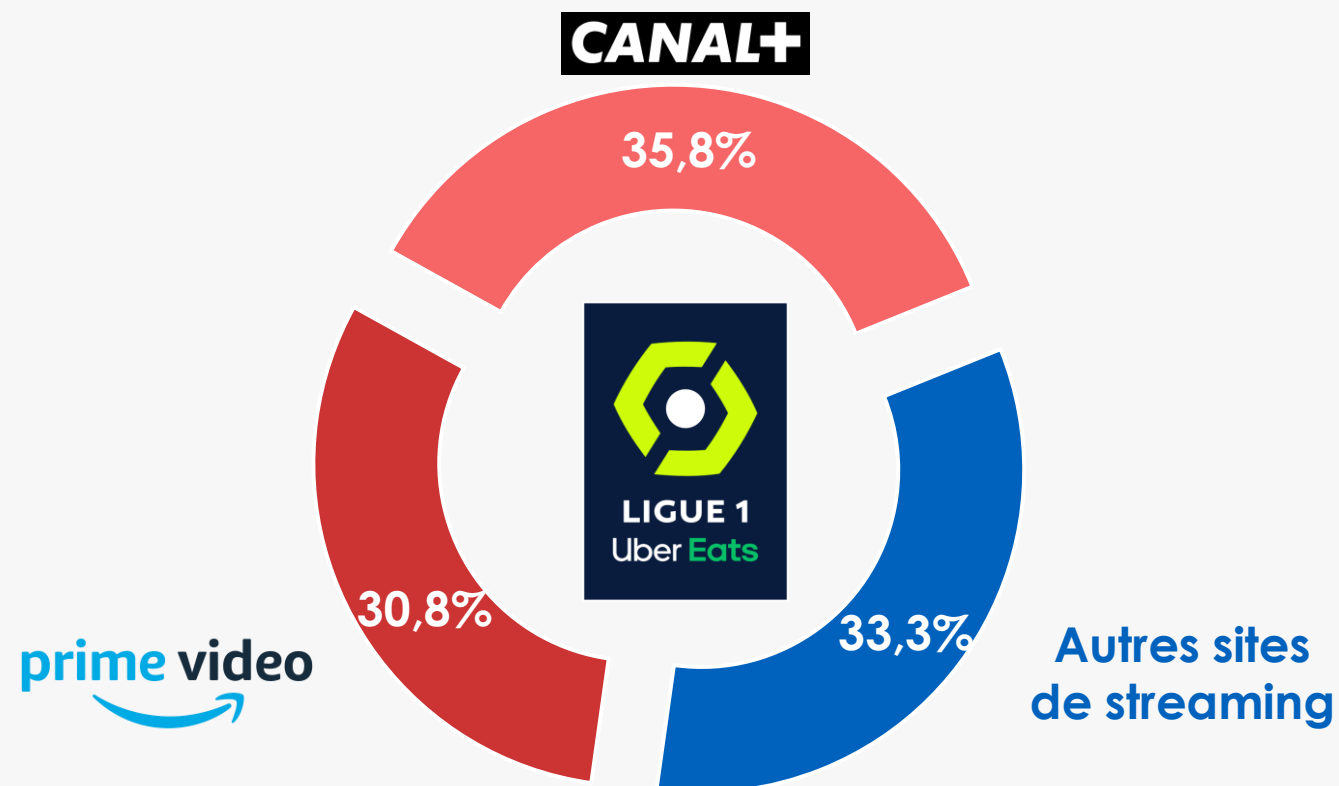
Audience du sport tous médias (TV, Presse, radio, Internet, réseaux sociaux, plateformes vidéo) Profil - Octobre 2021



En octobre 2021, le profil des suiveurs de la Ligue des Nations est aussi masculin que celui de la MOTO GP, à hauteur de 75%-25%. En revanche, davantage de 15-24 ans se sont intéressés à la Ligue des Nations qu'à la Moto GP (ils en composent 16,4% du public vs 12,6%). Le report se fait majoritairement chez les 50 ans et +, plus présents en Moto GP (49,7% vs 42,7%). Le public de la Moto GP se compose par ailleurs de davantage de CSP+ que ceux de Ligue des Nations (41,3% vs 34,9%).

Support de suivi

Suivi de la retransmission en direct/différé des matchs de Ligue 1 – Octobre 2021



Sur 100 consommateurs de retransmissions en direct/différé de Ligue 1, 30,8% ont utilisé Prime Video pour visionner un match (+5 pts par rapport à septembre). En revanche la, part de Canal+ a bien diminué mais reste supérieure à celle de Prime Video (35,8%). Par ailleurs, le visionnage sur d'autres sites de streaming représente également 1/3 du suivi des matchs via leur retransmission ce mois-ci.

Méthodologie

Interrogation mensuelle d'un échantillon de 1 176 individus âgé de 15 ans et plus représentatif de la population française.

Interrogation online **sur le suivi du sport dans tous les médias** (TV, Presse, radio, Internet, réseaux sociaux, plateformes vidéo).



« Avez – vous suivi du sport dans tous les médias au cours des 30 derniers jours? »



Si OUI ! = follower de sport

Ils sont ensuite interrogés sur leurs **caractéristiques socio-démographiques** ainsi que sur les **événements qu'ils ont suivi**: combien, une fois ou plusieurs fois, sur quels supports etc.





Contacts

Michaël COLLE
mcolle@vertigoresearch.fr

Sylvain BETHENOD
sbethenod@vertigoresearch.fr

Michaël SAYAG
msayag@vertigoresearch.fr



Entertainment Marketing Research