

LES JEUX, ÉVÈNEMENT INCONTOURNABLE DE L'ÉTÉ

MAIS OÙ ET COMMENT LA COMPÉTITION SERA-T-ELLE SUIVIE ?

QUI SUIVRA LES JEUX ?

PASSIONNÉS DE SPORT



29%

AMATEURS DES JEUX



67%

48% DES FRANÇAIS ACCÈDENT À UN CONTENU SPORTIF AU MOINS UNE FOIS PAR SEMAINE

INTERNET ET LA TV SONT LES DEUX PRINCIPAUX CANAUX D'INFORMATION POUR LES JEUX



70%



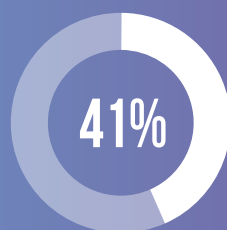
66%

43%



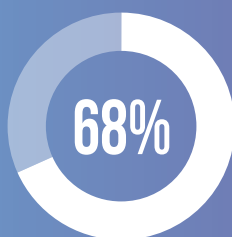
ENVISAGENT DE SUIVRE LES JEUX TOUS LES JOURS

LE MOBILE EST UN ÉLÉMENT CLÉ DE L'EXPÉRIENCE SPORTIVE

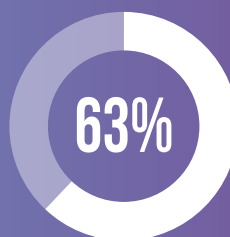


UTILISENT UN APPAREIL MOBILE LORSQU'ILS REGARDENT DU SPORT

LES TELESPECTEURS DE SPORT UTILISENT PRINCIPALEMENT LEUR MOBILE POUR



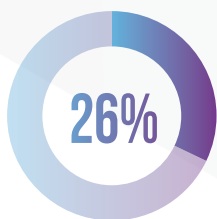
SUIVRE EN DIRECT LES SCORES D'AUTRES ÉVÈNEMENTS SPORTIFS



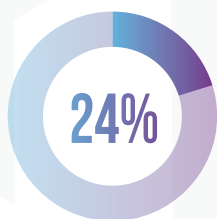
LIRE LES NOUVELLES SPORTIVES EN LIGNE



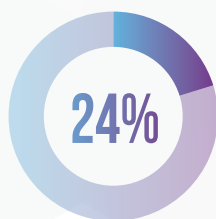
LES PRINCIPALES RAISONS DE SUIVRE LES JEUX DE RIO



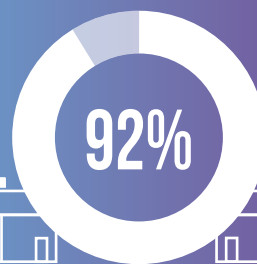
LE SPECTACLE /
L'ÉVÈNEMENT



LE GOÛT DU SPORT



L'INTÉRÊT POUR LES
ATHLÈTES



DES FRANÇAIS PRÉVOIENT
DE REGARDER LES JEUX À
LA MAISON

LES HOMMES AIMENT

LA GLOIRE INDIVIDUELLE

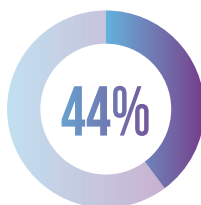
LES GRANDES RIVALITÉS

LES FEMMES AIMENT

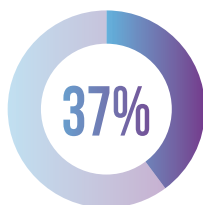
LA VICTOIRE D'ÉQUIPE

LA COMPÉTITION AMICALE

LES PERSONNES AUX REVENUS ÉLEVÉS VALORISENT
L'HONNEUR NATIONAL



DES HOMMES SONT PLUS
ENCLINS À REGARDER LES
JEUX SEULS



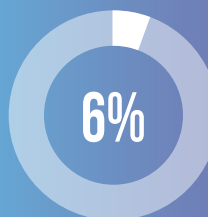
DES HOMMES
DEVRAIENT LES
REGARDER AVEC DES
AMIS



DES FEMMES DEVRAIENT
LES REGARDER AVEC LEUR
CONJOINT

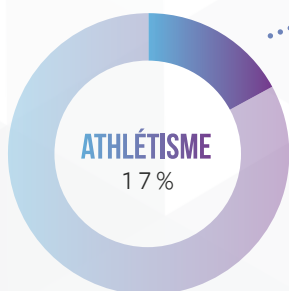


DES HOMMES
REGARDERONT AUSSI
LES JEUX AU BUREAU



BEAUCOUP PLUS QUE LES
FRANÇAISES

LES ÉVÈNEMENTS FAVORIS DES FRANÇAIS SONT



LA GÉNÉRATION X QUI
PRÉFÈRE L'ATHLÉTISME



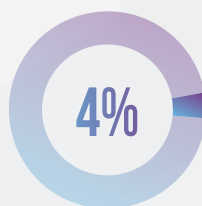
CONTRE 9% DE LA GÉNÉRATION Y

LES FEMMES QUI PRÉFÈRENT
LA GYMNASTIQUE



CONTRE 1% DES HOMMES

LES FEMMES QUI PRÉFÈRENT
LA NATATION SYNCHRONISÉE



CONTRE 1% DES HOMMES

LES HOMMES QUI
PRÉFÈRENT LE FOOTBALL



CONTRE 9% DES FEMMES



L'ATHLÉTISME SUR FACEBOOK ET INSTAGRAM



**INSTAGRAM EST LE LIEU OÙ LES FANS
SUIVENT LEURS IDOLES**

2.1M

FANS D'USAIN BOLT SUR
INSTAGRAM

14

ILS SONT TRÈS ENGAGÉS, AVEC EN MOYENNE
14 SESSIONS PAR JOUR



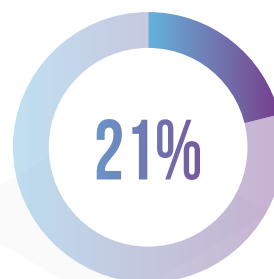
ILS ONT AUSSI UNE AFFINITÉ FORTE
POUR LE FOOTBALL

SOURCE : DONNÉES INTERNES, INSTAGRAM, Q4 2015

**LES DISCUSSIONS À PROPOS DE
L'ATHLÉTISME ONT PRINCIPALEMENT
LIEU LE WEEK-END**

52.3M

INTERACTIONS EN LIEN AVEC L'ATHLÉTISME
SUR FACEBOOK ENTRE
SEPTEMBRE ET DÉCEMBRE 2015



DES DISCUSSIONS ONT EU LIEU LE SAMEDI, 19%
LE DIMANCHE ET LE LUNDI

16.7M

INTERACTIONS EN LIEN AVEC DES ACTIVITÉS
RELIÉES À LA COURSE À PIED. CE SONT LES
ÉVÈNEMENTS QUI GÉNÈRENT LE PLUS DE
CONVERSATIONS

SOURCE : DONNÉES INTERNES, FACEBOOK
FONDÉES SUR LES DONNÉES DÉCLARÉES OU PRÉSUMÉES, Q4 2015



LES SPORTIFS LES PLUS POPULAIRES SUR FACEBOOK SONT

16.9M FANS

USAIN BOLT

7.7M FANS

MICHAEL PHELPS

2.6M FANS

TOM DALY

2.4M FANS

SHAUN WHITE

1.4M FANS

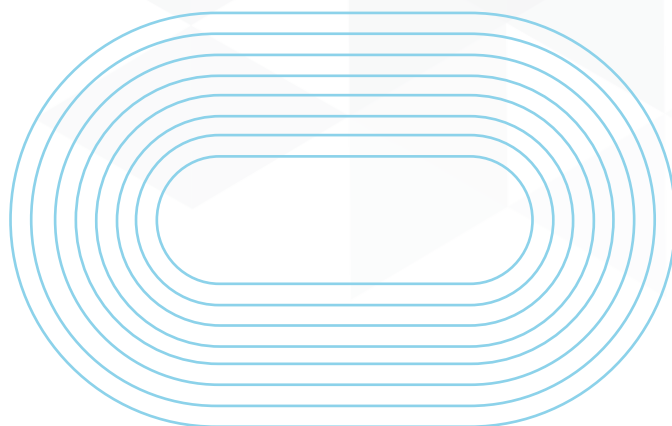
JESSICA ENNIS-HILL

SOURCE : DONNÉES INTERNES, FACEBOOK FONDÉES SUR
LES DONNÉES DÉCLARÉES OU PRÉSUMÉES, Q4 2015

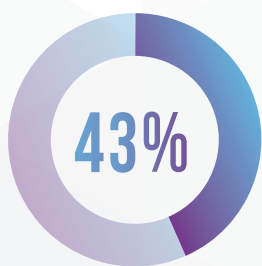
LES HASHTAGS INSTAGRAM LES PLUS POPULAIRES POUR LE SPORT

#TRACKANDFIELD
#JAMAICA
#RUNNING
#LEGEND
#FOOTBALL
#TRAINING
#RUN
#NIKE
#RUGBY
#REALMADRID

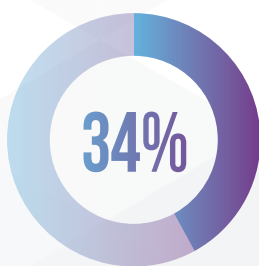
SOURCE : DONNÉES INTERNES, INSTAGRAM, Q4 2015



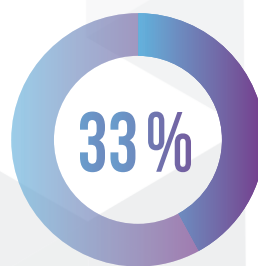
NOUS SUIVONS LE SPORT À TRAVERS DIFFÉRENTS APPAREILS



DES PERSONNES PENSENT QUE LES
ENTREPRISES QUI PRODUISENT DU
CONTENU AUTOUR DES MATCHS
ADAPTÉ À PLUSIEURS APPAREILS
COMPRENENT MIEUX LES
UTILISATEURS D'AUJOURD'HUI



SE SENTENT AUSSI PLUS
ENGAGÉS LORSQU'ILS ONT
LA SENSATION D'AVOIR PLUS
DE CONTRÔLE SUR CE QU'ILS
REGARDENT



NE VOIENT PAS
D'INCONVÉNIENT À RECEVOIR
DES PUBLICITÉS LORSQU'ILS
ACCÈDENT À DES CONTENUS
GRATUITS SUR MOBILE

SOURCE : GFK, ETUDES SUR LES JEUX DE RIO 2016 (COMMANDÉE PAR FACEBOOK), MARS 2016