

# LES JEUX, ÉVÈNEMENT INCONTOURNABLE DE L'ÉTÉ

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

## QUI SUIVRA LES JEUX ?

PASSIONNÉS DE SPORT

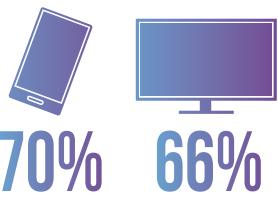


AMATEURS DES JEUX



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

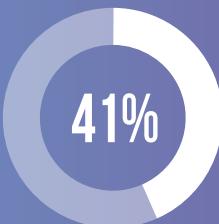


43%



ENVISAGENT DE SUIVRE LES JEUX TOUS LES JOURS

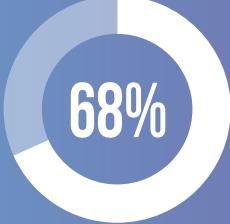
## LE MOBILE EST UN ÉLÉMENT CLÉ DE L'EXPÉRIENCE SPORTIVE



41%

UTILISENT UN APPAREIL MOBILE LORSQU'ILS REGARDENT DU SPORT

LES TELESPECTEURS DE SPORT UTILISENT PRINCIPALEMENT LEUR MOBILE POUR



68%

SUIVRE EN DIRECT LES SCORES D'AUTRES ÉVÈNEMENTS SPORTIFS



63%

LIRE LES NOUVELLES SPORTIVES EN LIGNE



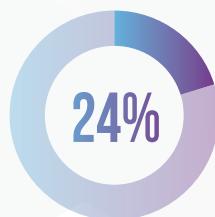
## LES PRINCIPALES RAISONS DE SUIVRE LES JEUX DE RIO



LE SPECTACLE /  
L'ÉVÉNEMENT



LE GOÛT DU SPORT



L'INTÉRÊT POUR LES  
ATHLÈTES

92%

DES FRANÇAIS PREGOINT  
DE REGARDER LES JEUX À  
LA MAISON

### LES HOMMES AIMENT

LA GLOIRE INDIVIDUELLE

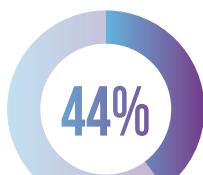
LES GRANDES RIVALITÉS

### LES FEMMES AIMENT

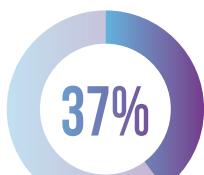
LA VICTOIRE D'ÉQUIPE

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

13%

DES HOMMES  
REGARDERONT AUSSI  
LES JEUX AU BUREAU

6%

BEAUCOUP PLUS QUE LES  
FRANÇAISES

## LES ÉVÈNEMENTS FAVORIS DES FRANÇAIS SONT



### ATHLÉTISME

17%

LA GÉNÉRATION X QUI  
PRÉFÈRE L'ATHLÉTISME

24%

CONTRE 9% DE LA GÉNÉRATION Y

### FOOTBALL

15%

LES HOMMES QUI  
PRÉFÈRENT LE FOOTBALL

21%

CONTRE 9% DES FEMMES

LES FEMMES QUI PRÉFÈRENT  
LA GYMNASTIQUE

13%

CONTRE 1% DES HOMMES

LES FEMMES QUI PRÉFÈRENT  
LA NATATION SYNCHRONISÉE

4%

CONTRE 1% DES HOMMES

# L'ATHLÉTISME SUR FACEBOOK ET INSTAGRAM

INSTAGRAM EST LE LIEU OÙ LES FANS SUIVENT LEURS IDOLE

**2.1M**

FANS D'USAIN BOLT SUR INSTAGRAM

**14**

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



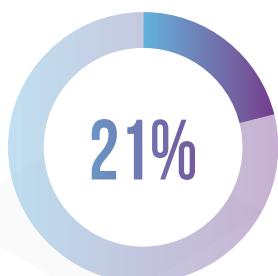
ILS ONT AUSSI UNE AFFINITÉ FORTE POUR LE FOOTBALL

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**

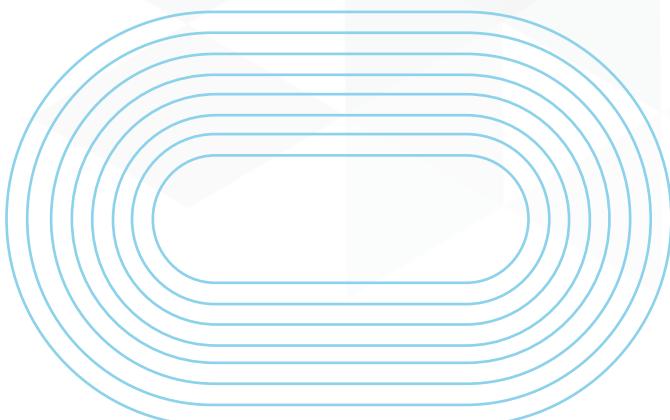
JESSICA ENNIS-HILL

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

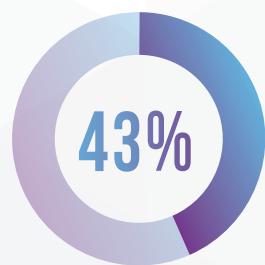
## LES HASHTAGS INSTAGRAM LES PLUS POPULAIRES POUR LE SPORT

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

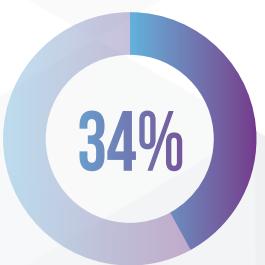
SOURCE : DONNÉES INTERNES, INSTAGRAM, Q4 2015



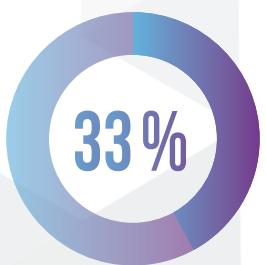
## NOUS SUIVONS LE SPORT À TRAVERS DIFFÉRENTS APPAREILS



DES PERSONNES PENSENT QUE LES ENTREPRISES QUI PRODUISENT DU CONTENU AUTOUR DES MATCHS ADAPTÉ À PLUSIEURS APPAREILS COMPRÉNnENT 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, ÉTUDES SUR LES JEUX DE RIO 2016 (COMMANDÉE PAR FACEBOOK), MARS 2016