SPONSORING.FR

SPONSORING.FR

LA LETTRE OFFICIELLE DU MARKETING SPORTIF — SPONSORING.FR

N°477 ■ vendredi 22 septembre 2022

Le Tour de France séduit les nouvelles générations

Selon une étude menée par Dentsu Data Labs pour Cofidis, le Tour de France séduit de plus en plus les nouvelles générations. Qui a dit que le cyclisme n'intéressait pas les jeunes ?

Cofidis, l'un des plus anciens partenaires d'une équipe cycliste (depuis 1996), et l'entreprise Dentsu Data Labs publient une étude sur *« l'audience et la consommation du Tour de France »* après la dernière édition de la Grande Boucle, terminée sur les Champs-Élysées le 24 juillet dernier, avec le triomphe du Danois Vingegaard.

L'étude, menée auprès de 1.000 personnes, assure que 55 % des Français *« ont suivi de près ou de loin »* la dernière édition de la reine des courses à étapes. Une part qui s'élève à 65 % chez les 18-34 ans.

Les jeunes sont d'ailleurs les plus assidus. Selon l'étude, 21 % des 18-24 ans *« ont suivi l'intégralité des étapes du tour »*, et jusqu'à 27 % chez les 25-34 ans. À titre de comparaison, seuls 18 % des plus âgés en ont fait de même.

Au niveau des médias, le Tour de France est un événement qui se vit majoritairement en direct et sur grand écran (34%). Les émissions spécialisées et dédiées au Tour remportent également du succès avec une audience moyenne de 16% des sondés. Internet et les applications mobile ont, quant-à-elles, moins de succès avec respectivement 9% et 5% de taux d'utilisation.

Un événement à émotions

« Le sentiment d'amour reste l'émotion la plus ressentie par les fans avec 33 %, suivie de la colère et de la joie à 22 % chacun », assure encore l'étude, s'intéressant au potentiel émotionnel de l'épreuve. Les téléspectateurs ont peut-être hurlé de bonheur lors de l'unique victoire française de Christophe Laporte (membre de l'équipe Cofidis jusqu'en 2021, ndlr) lors de la 19e étape. La tristesse et la peur ont été ressenties par 16 % et 7 % des personnes interrogées. Des émotions peut-être également présentes devant le Tour de France Femmes, qui a succédé à l'édition masculine. 44 % des Français disent l'avoir suivi, *« au moins en partie »*, et notamment 57 % des moins de 35 ans.

Top 3 des valeurs associées au Tour de France

76% des Français interrogés disent « admirer les coureurs du Tour de France car ce sont des athlètes très performants ». Pour près des 2/3, ils sont attachés au Tour de France « c'est un événement sportif populaire, proche des gens ».

Sommaire

Sponsoring
- Sorare se décline sur les secondes divisions européennes 2
- Le Cameroun change brutalement d'équipementier 3
- Route du Rhum : la participation de Gabart validée en justice 4
- Audi s'inscrit pour 2026 5

Médias
- Tour de France : les audiences au plus haut depuis 2011 6
- RMC Sport va devoir se réinventer 7

SPONSORING.FR

La Lettre du Sponsoring
Publication fondée par Denis Lalande, David Tomaszek et Emmanuel Fratiali
Sponsoring.fr SARL
16, avenue Hoche
75008 PARIS
redaction@sponsoring.fr
Abonnement
Tél. 09 70 40 65 15
www.sponsoring.fr/abonnement/
abonnement@sponsoring.fr
Disponible uniquement sur abonnement
Directeur publication : D. Tomaszek
Rédacteur en chef : Emmanuel Fratiali
Dépôt légal à parution
CPPAP 0324Y81589
Imprimerie Dominica Media / Espagne

Plan “zéro papier 2025”

Les formules print ne seront plus disponibles à partir du 01/01/2025

ABONNEMENT

A retourner à : Sponsoring.fr - BP 40077 - 66050 PERPIGNAN CEDEX

Etablissement : .....

Service : .....

Nom : ..... Prénom : .....

Adresse : .....

CP : ..... Ville : .....

Tél : ..... Fax : .....

E-mail : .....

Choisissez votre formule d'abonnement (1 an)

	100% Digital	Print + Digital (*)
	❑ 365 € TTC	❑ 449 € TTC

Cet abonnement inclut :

45 numéros de *La Lettre du Sponsoring*

2 numéros du hors série exceptionnel *Sponsoring.fr Magazine*

L'accès illimité au site *Sponsoring.fr* incluant plus de 20.000 archives

La *Newsletter Sponsoring.fr* : 45 numéros par an + alertes

*** cette formule sera supprimée au 01/01/2025 (plan Zéro papier 2025)**

MODE DE REGLEMENT

- ❑ **Chèque bancaire** à l'ordre de Sponsoring.fr
- ❑ **Virement**
- ❑ **Bon de commande** (réservé aux administrations)

Signature et cachet de votre établissement

Les informations relatives à votre abonnement ne seront pas communiquées à des tiers. En application de la loi informatique et liberté du 6 janvier 1978, art L.27, vous disposez d'un droit d'accès et de rectification de ces données. Abonnements groupés et renseignements complémentaires : **tél. 09 70 40 65 15 / abonnement@sponsoring.fr**