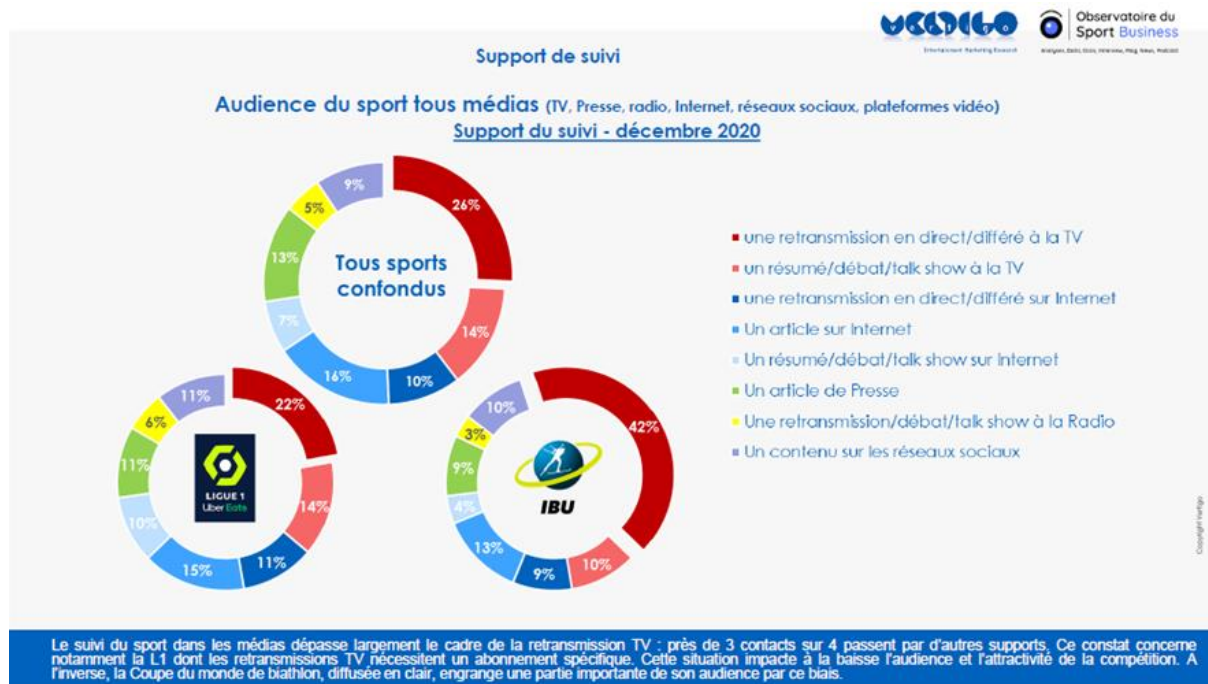


Sport Tracker, nouvel indicateur de l'audience du sport, tous médias confondus

Paris, le 21 janvier 2021 - Parce que les modes de consommation ont évolué, parce que le « multi-écrans » s'impose chaque jour, parce que les réseaux sociaux permettent de connecter plus fréquemment les fans à l'univers du sport, il est devenu nécessaire de connaître l'audience et l'exposition cumulées (médias traditionnels et réseaux sociaux) des événements sportifs. C'est donc pour répondre à ce besoin que [l'Observatoire du Sport Business](#) et [Vertigo](#) ont mis en commun leurs expertises afin de produire un outil de mesure de l'impact médiatique des événements sportifs, tous canaux confondus.

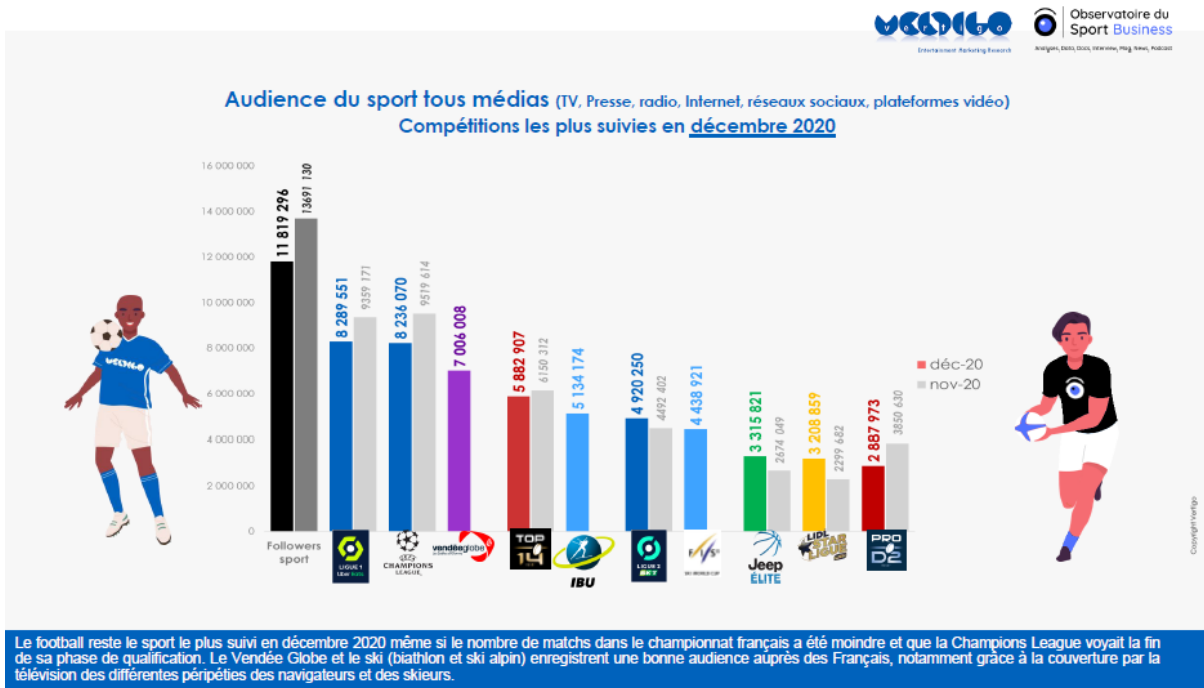
A compter de mi-février, l'Observatoire du Sport Business et Vertigo proposeront un baromètre de l'audience des différents événements sportifs marquant du mois précédant dans tous les médias et réseaux sociaux. Cette analyse est rendue possible par plus de 10 ans de savoir-faire des équipes de Vertigo dans la collecte de données liées à la consommation des Français en matière de loisirs (cinéma, VOD).

Ce baromètre mensuel permet de mesurer les audiences du sport dans tous les médias (télévision, presse, radio, Internet, réseaux sociaux et plateformes vidéo) et d'évaluer l'impact réel du suivi des événements sur différentes catégories de la population française grâce à une étude mensuelle auprès d'un échantillon représentatif de la population française âgé de 15 ans et plus. Il met en avant les tendances et les usages de la consommation du sport dans une vision long terme et il donne également des indicateurs forts sur les succès d'audiences des événements sportifs.



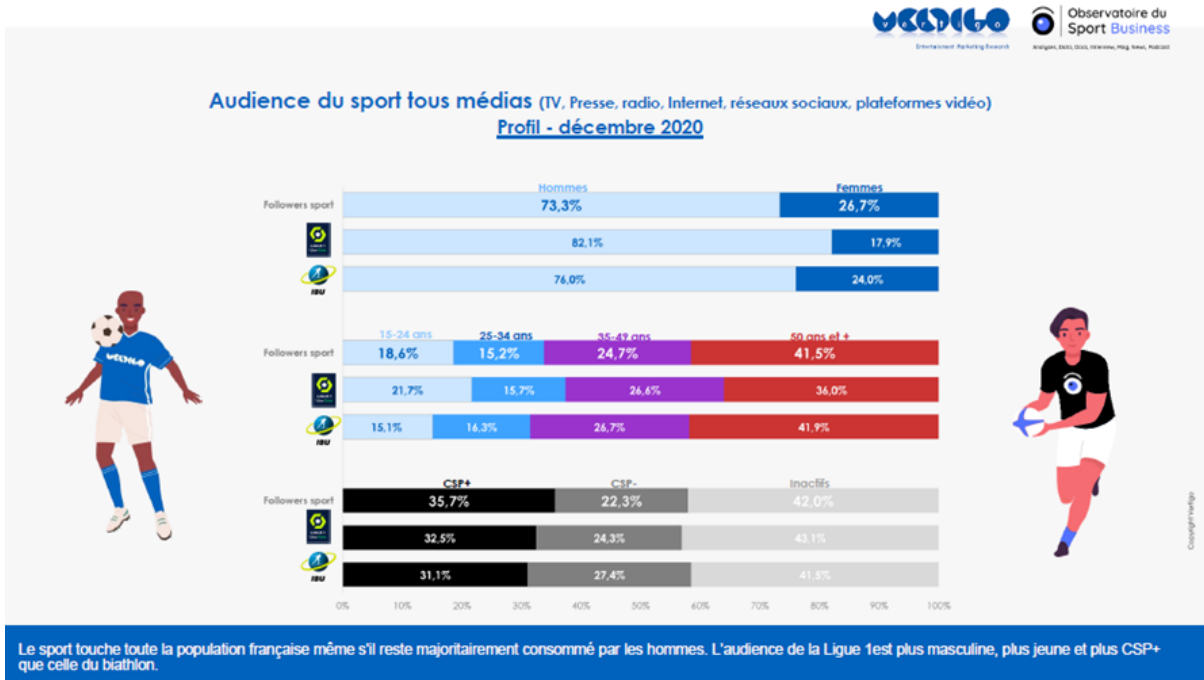
Cette première édition met en avant que 22% des Français suivent l'actualité sportive. Le football reste le sport le plus suivi au travers de l'ensemble des médias que ce soit au travers de la Ligue 1 UberEats avec 8,3 millions de personnes ou la Champions League avec 8,2 millions. Le Vendée Globe et ses 7 millions de followers, le biathlon – 5,1 millions - et le ski alpin – 4,4 millions – enregistrent de très

bonnes audiences auprès des Français grâce à une bonne couverture télévisuelle et à des résultats plus que prometteurs des sportifs français.



« Les supports et les formats médias utilisés pour suivre du sport sont en forte évolution. Pour certaines compétitions populaires (Ligue 1 et Ligue des champions notamment), les contenus digitaux au format court se substituent naturellement aux retransmissions classiques des chaînes de TV payantes réservées désormais à quelques centaines de milliers d'abonnés. Il nous semblait donc important, pour les ayants droit et les sponsors, d'élargir le périmètre de la mesure d'audience à tous les médias et aux réseaux sociaux. »

Sylvain Bethenod, CEO Vertigo



« Cette édition du Vendée Globe 2020 a connu une forte hausse de sa popularité auprès du public français, ce qui est remarquable pour un événement sportif qui n'est pas diffusé en direct et qui se

déroule sur plusieurs semaines. L'épisode du sauvetage de Kevin Escoffier par Jean Le Cam a certes contribué à mettre en lumière cette course mais la couverture médiatique grâce à des rendez-vous courts sur différentes chaînes ou encore la forte présence des skippers sur les réseaux sociaux, même au beau milieu de la mer, ont permis de faire vivre la course à une large partie des Français. »
Aurélie Lienhart, Observatoire du Sport Business



L'Observatoire du Sport Business est l'espace de partage d'opinions et de débats animés par les équipes de IN&SPORT auxquels contribuent des consultants, des experts de la transformation des organisations et d'autres professionnels du Sport Business.

[L'Observatoire du Sport Business : Présentation | LinkedIn](#)

Contact presse

Aurélie Lienhart | 06 63 76 07 04 | aurelie_lienhart@yahoo.fr

Vertigo est spécialiste des études marketing dédiées au marché des loisirs. La société est constituée d'experts scientifiques et sectoriels. Elle développe des études de référence dans le domaine du cinéma, des loisirs numériques et du sport. Vertigo est notamment devenu le leader des études marketing Cinéma en France. L'entreprise intervient aussi en Belgique, aux USA et au Royaume Uni.
Sylvain Bethenod | 04 37 23 78 04 | sbthenod@vertigoresearch.fr