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. A 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 évènement à émotions

« Le sentiment d'amour vente 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 traîtrise 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

Performance physique — 35%
Populaire — 37%
Courage — 29%

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 évènement sportif populaire, proche des gens ».

Sommaire

Sponsoring
- Serie A: le déclin se poursuit 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

Plan « zéro papier 2025 »

Par souci environnemental, les revues papier (abonnement avec option PRINT) sont regroupées en un envoi par mois à partir du 01/01/2025 (4 revues hebdo envoyées simultanément)

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**	**Option Print** (*)
	❑ **365 € TTC**	❑ **499 € 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

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**