

Les grands événements sportifs et les marques partenaires vus par les Français

Découvrez les résultats de l'enquête exclusive menée par le département insight de Dailymotion Advertising



Les grandes compétitions sportives vues par les Français :



49%

des Français perçoivent les grands événements sportifs comme **le signe d'union et d'inclusion**

34%

des Français perçoivent les grands événements sportifs comme **vecteur d'émotions**

Les avantages pour une marque de s'associer à un grand événement sportif :

36%

des Français y voit une occasion de se renseigner sur ses produits

35%

des Français prêtent davantage attention à cette marque

22%

des Français ont tendance à préférer cette marque plutôt qu'une marque concurrente

Dailymotion 1er réseau éditorial français sur le sport

+65pts

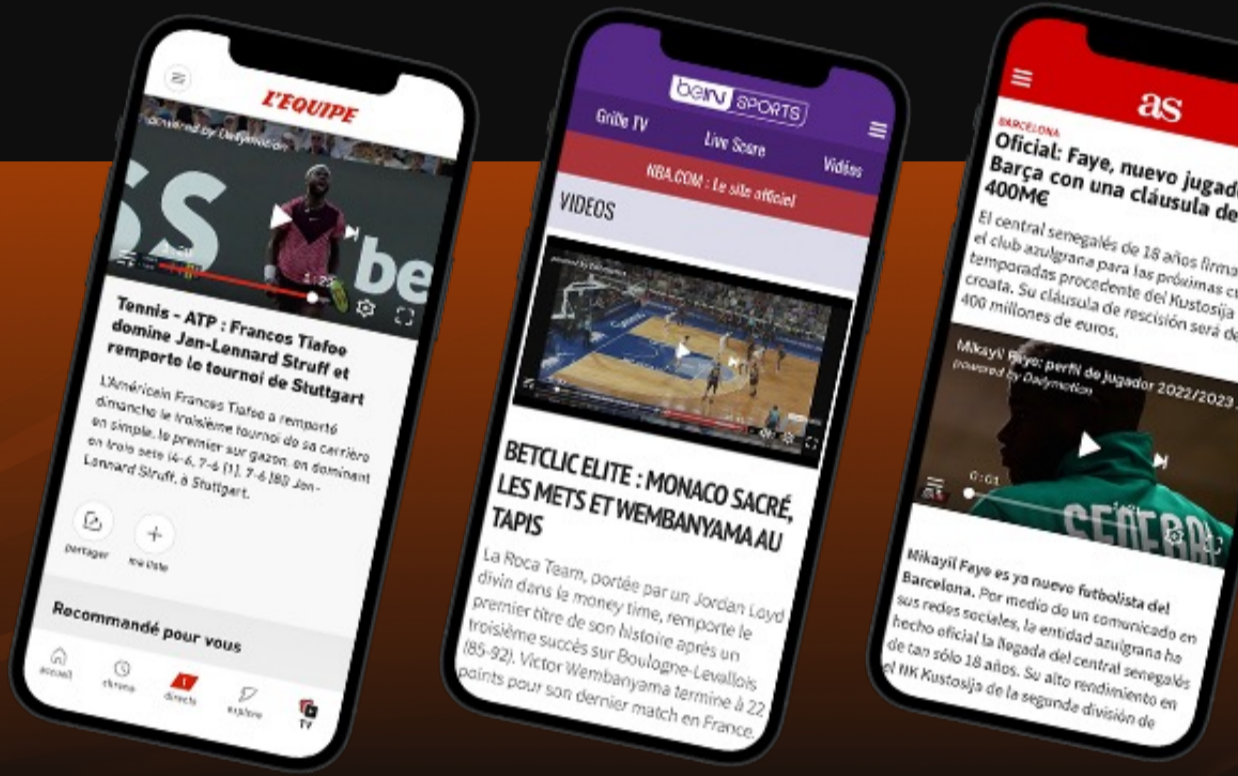
des vues incrémentales durant les 2 jours précédant les matchs de l'équipe de France lors de la coupe du Monde de football 2022

16,6M

de Français ont déjà vu des contenus liés à la Rugby World Cup sur notre réseau

5M

de Français suivent déjà de près les contenus dédiés aux Jeux Olympiques



Les événements sportifs phares de 2023 pour les Français



85%

des Français suivront les grands événements sportifs tels que la Rugby World Cup 2023 ou les Jeux Olympiques 2024

Qui sont les profils cible?

Le patriote

Ce profil type suit les grands événements sportifs tout particulièrement quand il y a un match des bleus !



♂ 44% ♀ 56%

18-34ans 26% 35-54ans 28% +55ans 45%

Contenus favoris 1 Jeux 2 Actualités 3 Economie

Le passionné

Ce profil type regarde les grands événements sportifs car c'est pour lui du divertissement qui procure des émotions fortes



♂ 49% ♀ 51%

18-34ans 34% 35-54ans 31% +55ans 35%

Contenus favoris 1 Séries d'animations 2 Musique 3 Comédies

Le spectateur occasionnel

C'est pour ce profil type l'occasion de passer un moment unique avec ses proches et ses amis



♂ 44% ♀ 56%

18-34ans 35% 35-54ans 32% +55ans 33%

Contenus favoris 1 Musique 2 Finance 3 Maison et Jardin