

Les marques et les sportifs côté digital

Le 05/11/2015 à 10:30 par Carole Soussan



Sport Market, agence conseil en communication spécialisée en marketing sportif et Synthesio, société qui accompagne les marques dans leur stratégie de veille, d'analyse et de dialogue sur Internet, ont analysé les conversations sur les principaux médias en ligne autour des deux grands événements sportifs de cette rentrée 2015 : l'EuroBasket et la Coupe de monde de Rugby. Durant les 15 jours de l'EuroBasket 2015, trois pics majeurs de mentions ressortent de la compétition : le 5 septembre, jour du match d'ouverture France – Finlande (89 000 mentions), le 17 septembre lors de la défaite de l'Equipe de France face à l'Espagne (176 300 mentions) et le 20 septembre, jour de la finale Espagne – Lituanie (196 000 mentions). Le premier temps fort de la Coupe du Monde de Rugby est plus surprenant : il correspond à la victoire du Japon face à l'Afrique du Sud le 19 septembre (490 000 mentions), et non au match d'ouverture ! La finale, qui a vu les All Blacks conserver leur titre de champion du monde, constitue le deuxième pic avec 440 000 mentions devant l'élimination des Anglais le 3 octobre face à l'Australie (380 000 mentions). A noter que la défaite des Français en quart de finale le 17 octobre face aux Néo-Zélandais arrive juste après avec 340 000 mentions.

Les marques partenaires: Peak et Dove en tête

L'étude relève 2 120 mentions pour les partenaires de l'EuroBasket 2015 et 125 000 mentions pour les partenaires de la Rugby World Cup 2015. Avec 37% de part de voix, la marque PEAK dont Tony Parker est l'ambassadeur est la plus mentionnée parmi les partenaires de l'EuroBasket, suivi par Tissot (29% de part de voix) et Molten (13%). Avec un partenariat de deuxième rang (partenaire officiel), Dove est le sponsor de la Rugby World Cup le plus cité avec 33% de part de voix. La marque est suivie par deux partenaires de rang 1 (partenaires mondiaux) : Heineken (17% de part de voix) et Land Rover (14%).

La Caisse d'Epargne marque un panier

On note aussi 7 230 mentions pour les partenaires de la FFBB. Lors de l'EuroBasket, la Caisse d'Epargne a été le partenaire de la Fédération le plus cité, regroupant 66% des mentions. Suivent deux équipementiers : adidas (15% de part de voix) et Molten (4%). C'est un partenaire de premier rang qui récolte également le plus de mentions parmi les soutiens du XV de France : la Société Générale (également partenaire de la compétition) est la marque la plus citée, avec 37% de part de voix, suivie par St - Yorre et Orange avec 13% de part de voix ; adidas (9%) et la RATP (7% de part de voix) font également partie du top 5.

LA COUPE DU MONDE DE RUGBY

2015

Côté digital

6,5 M

mentions de la RWC2015 durant la compétition

Les partenaires de la compétition

Top 3 des marques les plus citées parmi les partenaires de la compétition



33 %
de part de voix



17 %
de part de voix



14 %
de part de voix

Les partenaires du XV de France

Top 5 des marques les plus citées parmi les partenaires de la FFR



37 %
de part de voix



13,4 %
de part de voix



12,8 %
de part de voix



8,9 %
de part de voix



6,6 %
de part de voix

