

FRANCE



# Au-delà du Podium

Perception des Français et sponsoring  
des marques pendant les JO Paris 2024



# Ce qu'il faut retenir

- **Un réel engouement et un impact positif** des Jeux Olympiques Paris 2024 pour les Français et **notamment auprès des hommes jeunes (18-34 ans)**.
- De jeunes hommes surreprésentés au sein des **Fans Stratégiques** (une **cible** particulièrement **sensible** au **sponsoring**), **cible d'intérêt** pour les marques souhaitant **optimiser leurs performances** grâce au sponsoring d'évènements sportifs.
- **Par exemple, un impact indéniable du sponsoring des Jeux Olympiques pour Le Coq Sportif**, avec une **Image** et une **Considération en forte progression** pendant et **après** l'évènement auprès de ces Fans Stratégiques.
- **Un rayonnement pour Le Coq Sportif qui s'étend aux Curieux Marketing** (groupe plus féminin, désintéressé par le sport mais qui porte attention aux sponsors).
- **Comment atteindre alors au mieux ces deux cibles d'intérêt ?** Par exemple via des médias plus traditionnels pour les Fans Stratégiques (TV, Radio...) ou des réseaux sociaux comme YouTube ou LinkedIn.

# Méthodologie

Les informations contenues dans ce rapport combinent des données ad hoc via **YouGov Surveys** ainsi que celles de nos outils syndiqués **YouGov Profiles** et **YouGov BrandIndex**.

Les résultats des études ad hoc **YouGov Surveys** sont basés sur des enquêtes menées auprès d'adultes âgés de plus de 18 ans, représentatifs de la population française. Toutes les enquêtes ont été réalisées en ligne entre mars et octobre 2024, sur des tailles d'échantillons variant de 1 000 à 4 000 personnes.

**YouGov Profiles** offre une vue instantanée des attitudes et des comportements des consommateurs dans plus de 50 marchés.

**YouGov BrandIndex** est notre outil de suivi en continu de la performance des marques, à travers 16 indicateurs clés.

Les marques déposées et/ou le matériel protégé par le droit d'auteur des Jeux Olympiques utilisés dans ce rapport sont la propriété du CIO. YouGov ne revendique aucune association commerciale avec le CIO ou les Jeux Olympiques.

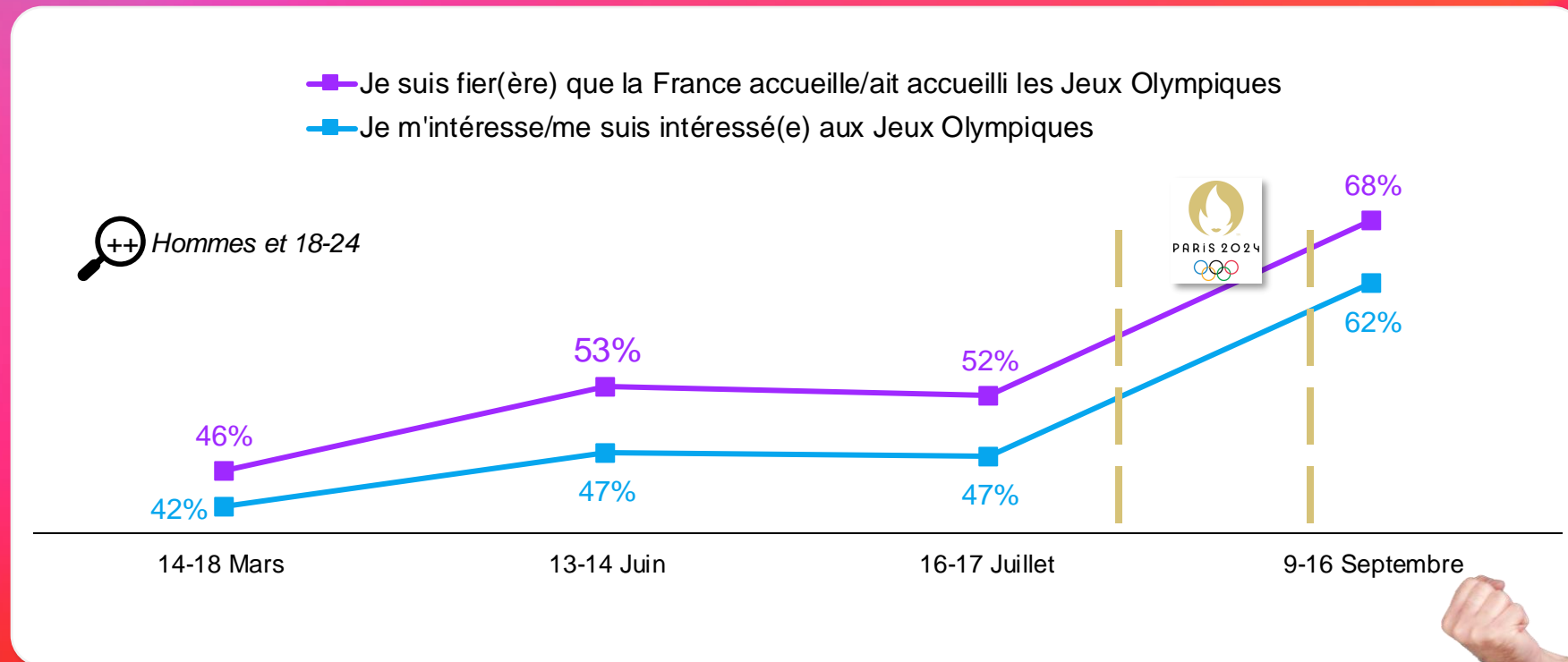


Lancer une étude



# Une fierté et un intérêt grandissant pour la compétition, particulièrement chez les jeunes hommes.

Un effet positif qui perdure même après la fin des jeux.



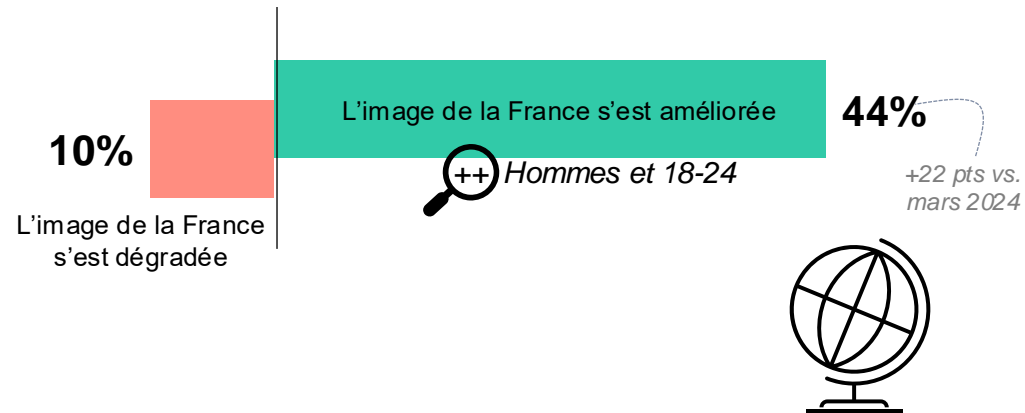
# Des Français relativement pessimistes pré JO, qui finalement constatent un impact positif de l'évènement.

## L'impact des JO 2024 sur l'image de la France à l'international

(Octobre 24)

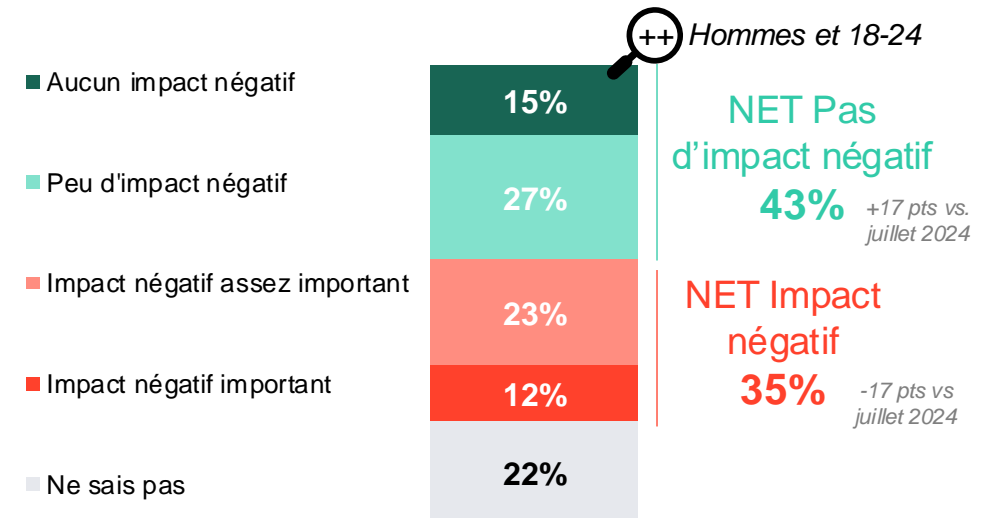
**33%** des Français estiment que les Jeux Olympiques n'ont pas changé l'image de la France à l'international

- 3 pts vs. mars 2024



## L'impact des JO 2024 sur l'environnement

(Octobre 24)



YouGov Surveys

Etudes YouGov Surveys | Français 18+

Octobre 2024 (N=2074) Et globalement pensez-vous que l'image de la France est meilleure ou moins bonne après les Jeux Olympiques 2024 ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

De quelle affirmation vous sentez-vous le/la plus proche quant à l'impact environnemental des Jeux Olympiques de Paris 2024 ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

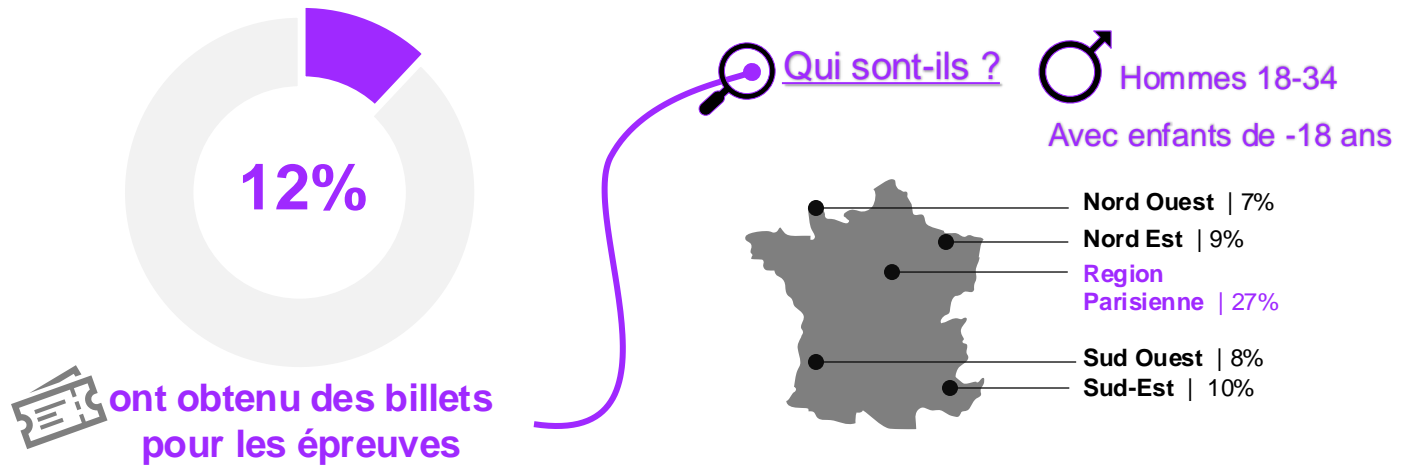
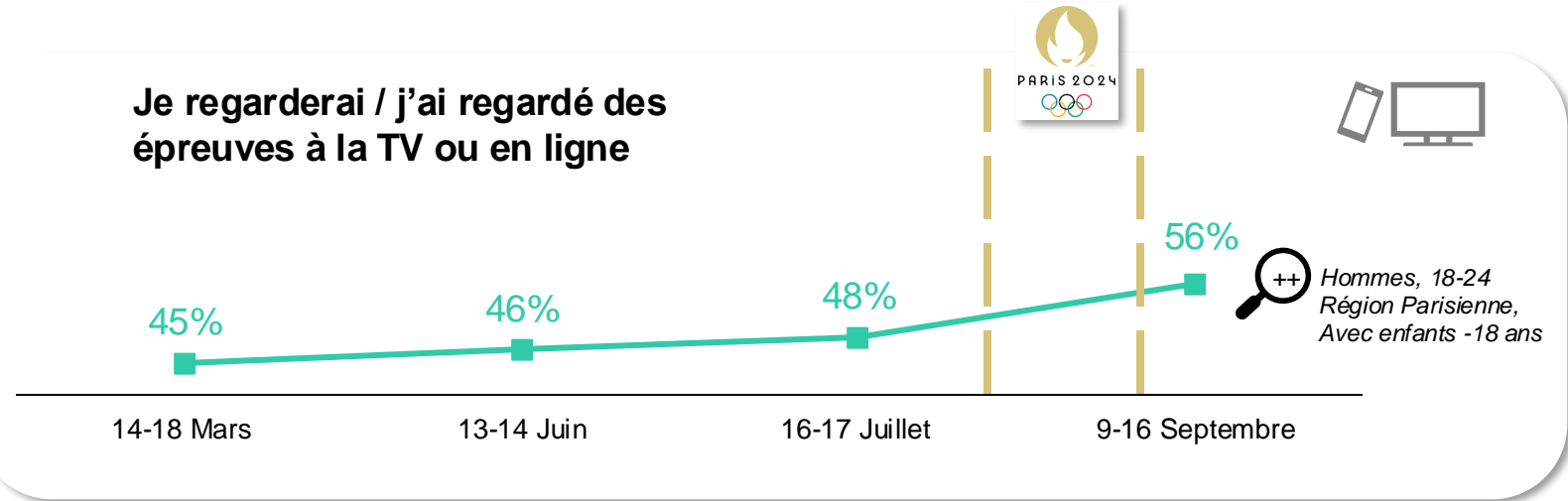
++ significatif à 95% vs la population nationale 18+

~ 6 Français sur 10 ont visionné les compétitions en ligne ou à la télévision.

Les jeunes hommes sont également ceux qui ont obtenu le plus de billets pour assister aux épreuves.



Je regarderai / j'ai regardé des épreuves à la TV ou en ligne

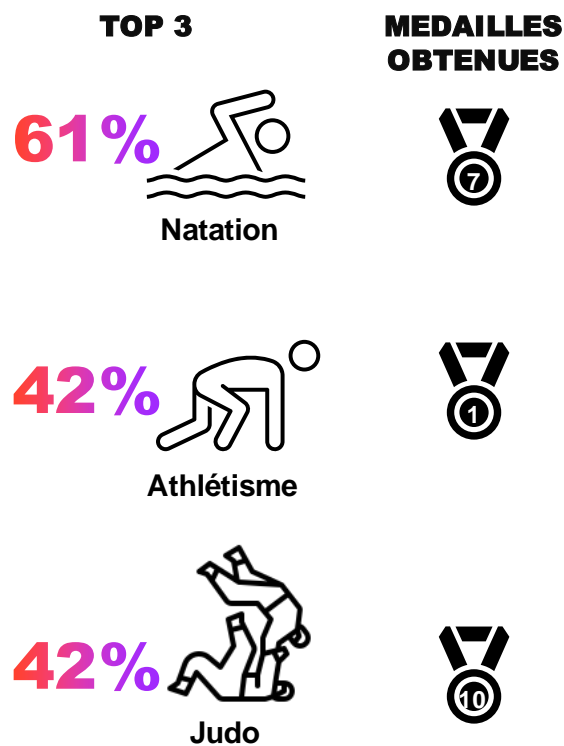


Etudes YouGov Surveys | Français 18+ | Mars 2024 (N=2008) | Juin 2024 (N=1010) | Juillet 2024 (N=1047) | Septembre 2024 (N=4081)

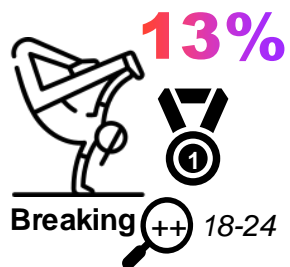
++ significatif à 95% vs la population nationale 18+

# La natation a été le sport le plus populaire pendant ces Jeux 2024, un effet Léon Marchand ?

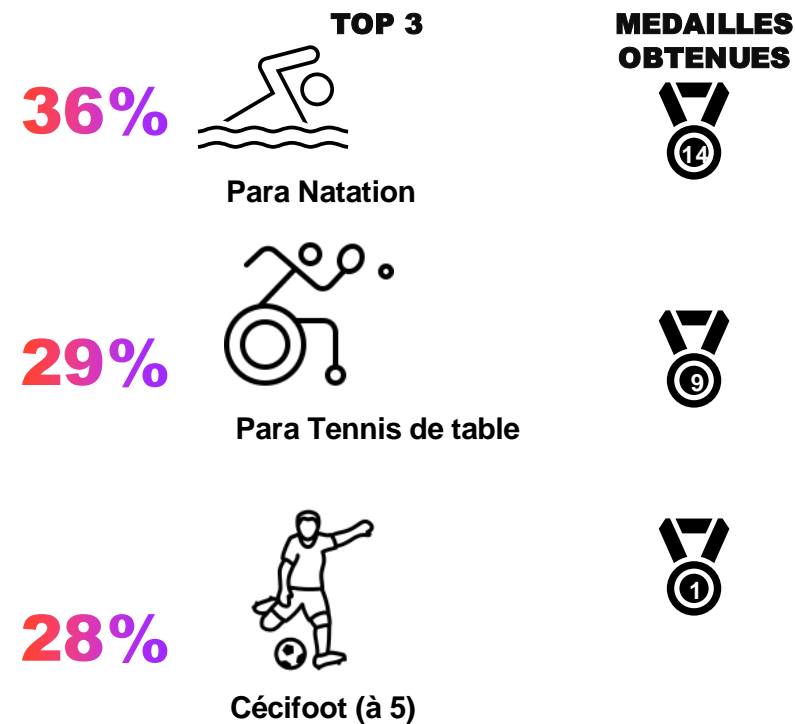
Quels sports olympiques les Français ont-ils regardé ?



Nouveauté  
Paris 2024



Quels sports paralympiques les Français ont-ils regardé ?



Etudes YouGov Surveys | Français 18+ ayant regardé des épreuves | Octobre 2024 - Olympiques (N = 1 374) – Paralympiques (N = 1 207)

Quel(s) sport(s) avez-vous suivi lors des épreuves des Jeux Olympiques/Paralympiques de Paris 2024, ne serait-ce qu'à travers des résumés ? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent

 significatif à 95% vs la population nationale 18+

## Certains sponsors ont été plus marquants aux yeux des Français, notamment Samsung qui remonte dans le Top 10 après l'évènement.

Marques citées sur liste comme sponsor des JO 2024 (septembre)

1			 (#2)	6			 (#1)
2			 (#3)	7			(#6)
3			(#4)	8			(#7)
4			(#8)	9			 (#14)
5			(#9)	10			 (#5)

Etudes YouGov Surveys | Français 18+ Connaissant au moins une marque | Juin 2024 (N=3957) | Septembre 2024 (N = 4008)  
 Parmi les entreprises/marques suivantes, selon vous, laquelle/lesquelles sponsorisent/sont partenaires des Jeux Olympiques de Paris 2024 (tous niveaux confondus : partenaires mondial, premium, officiel, sponsor) ?

  Sig. supérieur/inférieur à Juin 2024



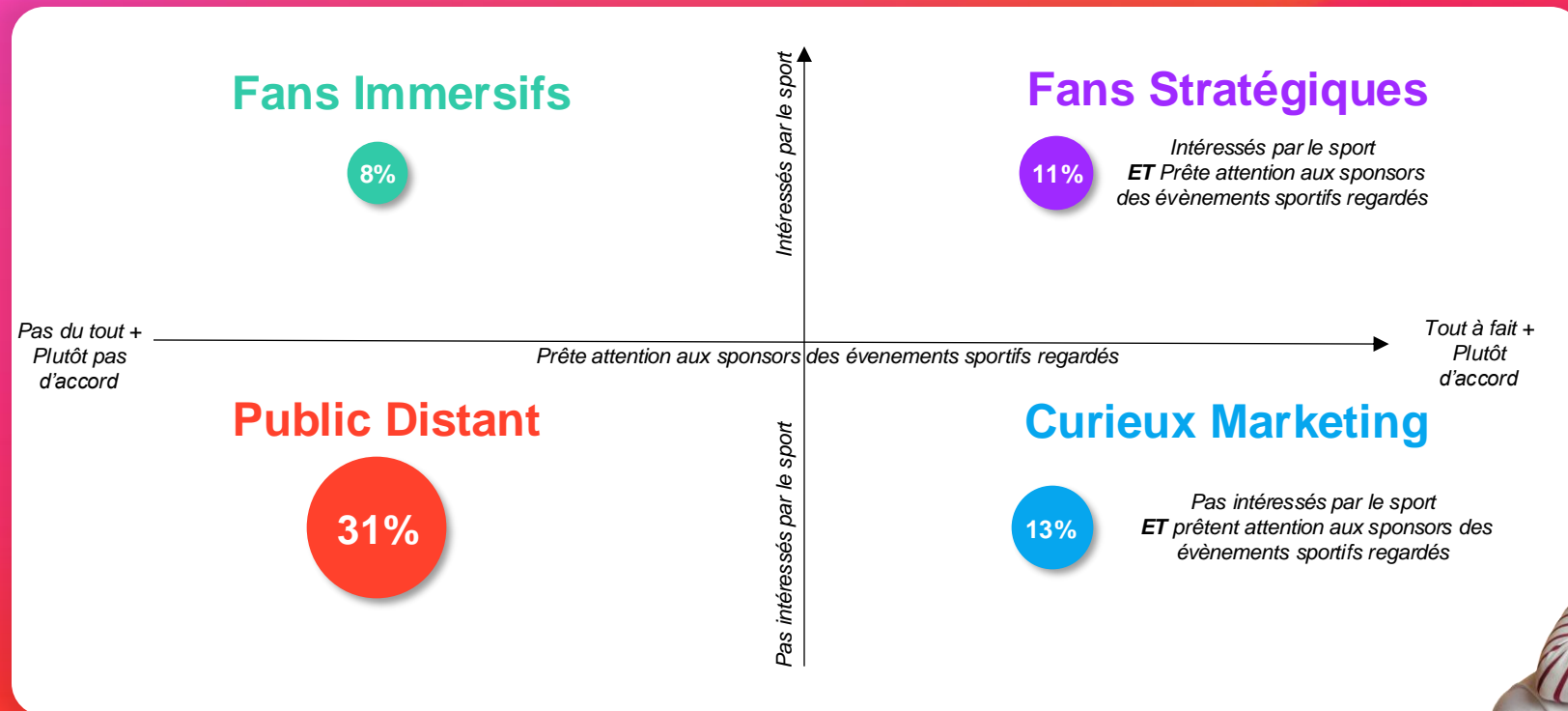
Partenaires mondial, premium ou officiel des JO de Paris 2024



Avec plus de 24 millions de téléspectateurs pour la cérémonie d'ouverture et plus de 9,5 millions de billets écoulés, Paris 2024 a marqué un tournant dans l'histoire des Jeux Olympiques en battant le record d'Atlanta.

**Dans le cadre d'évènements sportifs comme les JO 2024, quel lien les spectateurs font-ils avec les marques qui ont sponsorisé ces évènements ?**

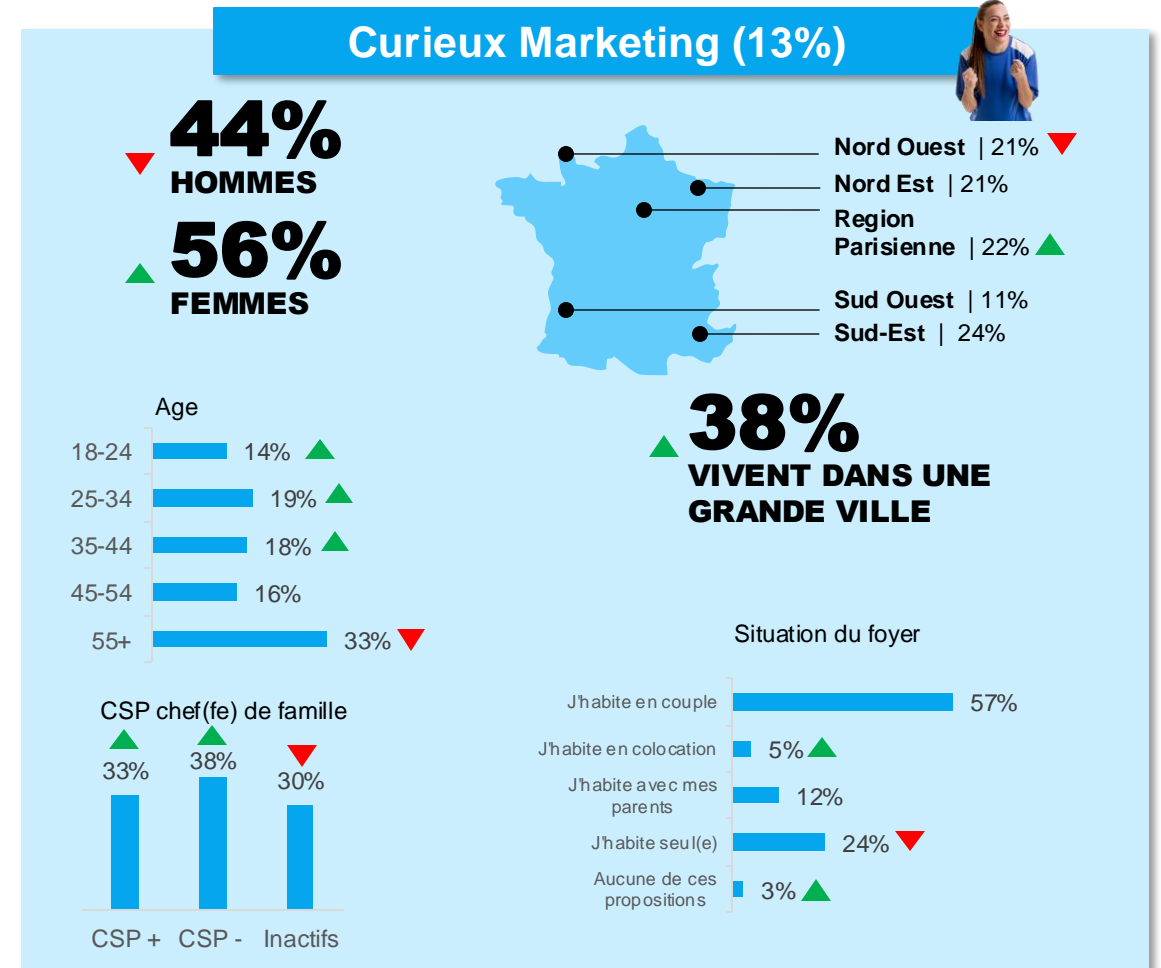
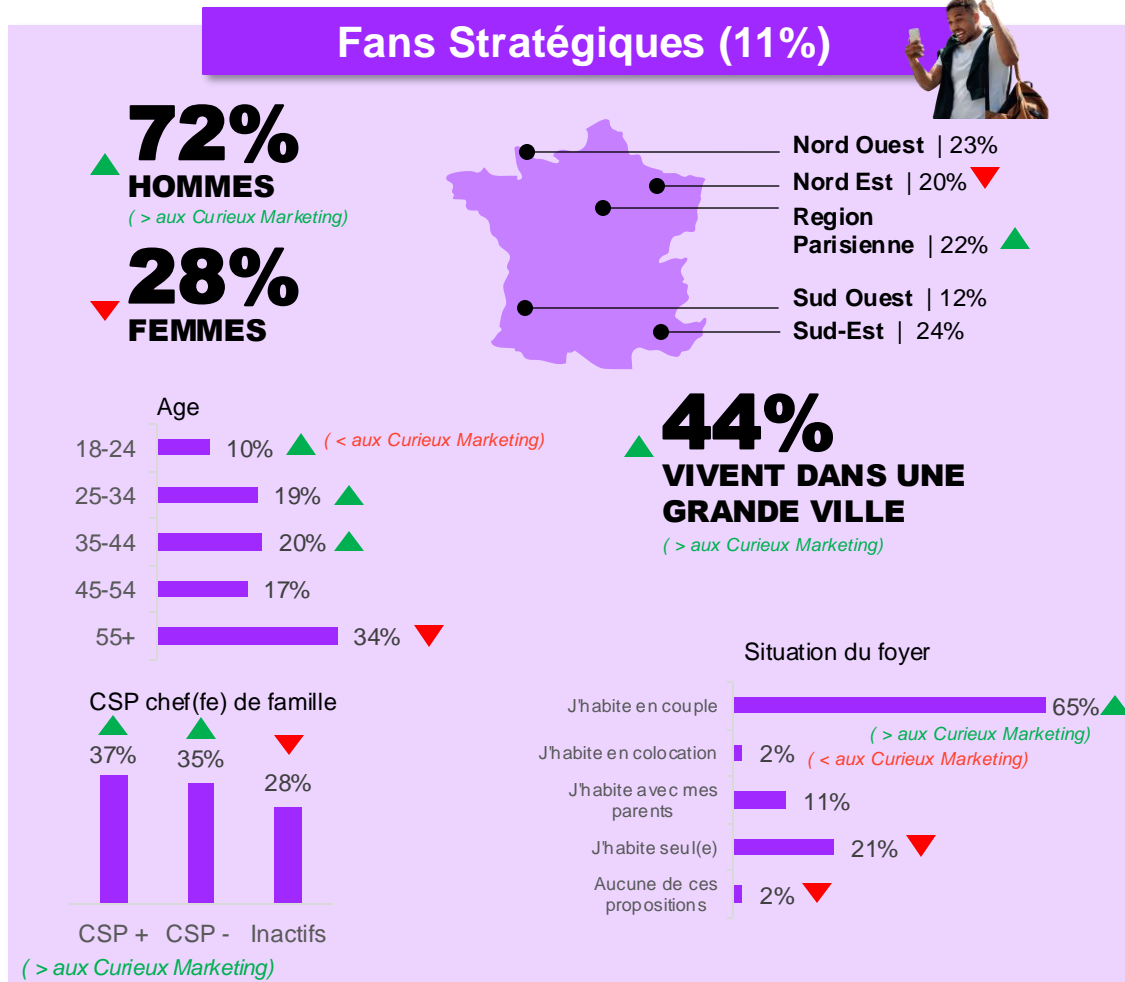
**Grâce à YouGov Profiles, nous avons segmenté les spectateurs français en fonction de leur intérêt pour le sport et l'attention qu'ils portent aux sponsors sur les événements sportifs qu'ils regardent.**



YouGov Profiles France – N ~ 23 260 – dataset 22-09-24

Questions utilisées : Parmi les centres d'intérêt suivants, quels sont ceux qui vous intéressent particulièrement ? (Sport) | Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou non avec l'affirmation suivante ? Je prête attention aux entreprises qui sponsorisent les événements sportifs que je regarde. La somme des segments ne fait pas 100% du fait d'un groupe de répondants "neutres" (ni d'accord, ni pas d'accord avec l'affirmation "Je prête attention aux entreprises qui sponsorisent les événements sportifs que je regarde")

# Les Fans Stratégiques sont majoritairement plus masculins, jeunes, urbains et plus aisés que les Curieux Marketing.



# Ils remarquent encore plus les sponsors que les Curieux Marketing, jusqu'à consulter davantage leurs profils sur les réseaux sociaux.

## Fans Stratégiques (11%)



▲ **50%**

Remarquent les sponsors d'un évènement

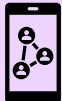
( > aux Curieux Marketing)

▲ **35%**

Remarquent les sponsors d'une équipe de sport

( > aux Curieux Marketing)

### Top des actions prises à l'égard des sponsorings



**20%** ▲

Ont consulté le profil du sponsor sur les réseaux sociaux

( > aux Curieux Marketing)

**19%** ▲ 

Ont reconnu le sponsor à d'autres occasions

( > aux Curieux Marketing)



**18%** ▲

Ont visité le site Web du sponsor sans réaliser d'achat

## Curieux Marketing (13%)



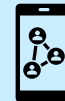
▲ **35%**

Remarquent les sponsors d'un évènement

**15%**

Remarquent les sponsors d'une équipe de sport

### Top des actions prises à l'égard des sponsorings



**16%** ▲

Ont consulté le profil du sponsor sur les réseaux sociaux

**9%** ▲ 

Ont reconnu le sponsor à d'autres occasions

**17%** ▲



Ont visité le site Web du sponsor sans réaliser d'achat



## Et privilégient les marques qui sponsorisent durablement une équipe, en échange d'offres exclusives.

### Fans Stratégiques (11%)



▲ **83%**

Aiment les marques qui sponsorisent la même équipe pendant longtemps

( > Aux curieux marketing)

▲ **59%**

Pensent mériter des réductions spéciales de la part de sponsors en tant qu'amateur/-rice de sport

( > aux curieux marketing)

### Curieux Marketing (13%)



▲ **77%**

Aiment les marques qui sponsorisent la même équipe pendant longtemps

▲ **52%**

Pensent mériter des réductions spéciales de la part de sponsors en tant qu'amateur/-rice de sport

## Ils ont attendu avec impatience le début des Jeux Olympiques ...



▲ **68%**

Ont attendu avec impatience que les Jeux Olympiques commencent

( > aux curieux marketing)



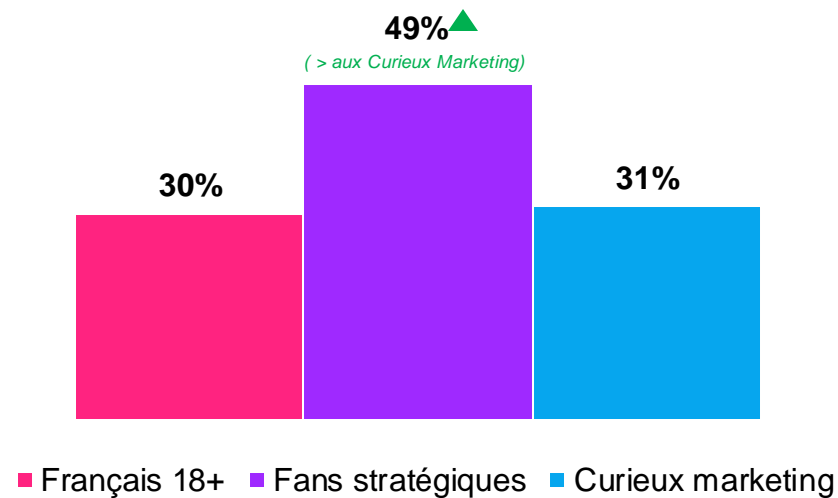
▲ **49%**

Ont attendu avec impatience que les Jeux Olympiques commencent

( > aux curieux marketing)

# Les Fans stratégiques étaient d'ailleurs les mieux informés quant à la marque fournissant les équipements aux équipes de France.

CONNAISSAIENT-ILS L'ÉQUIPEMENTIER DES ÉQUIPES OLYMPIQUES FRANÇAISES ?

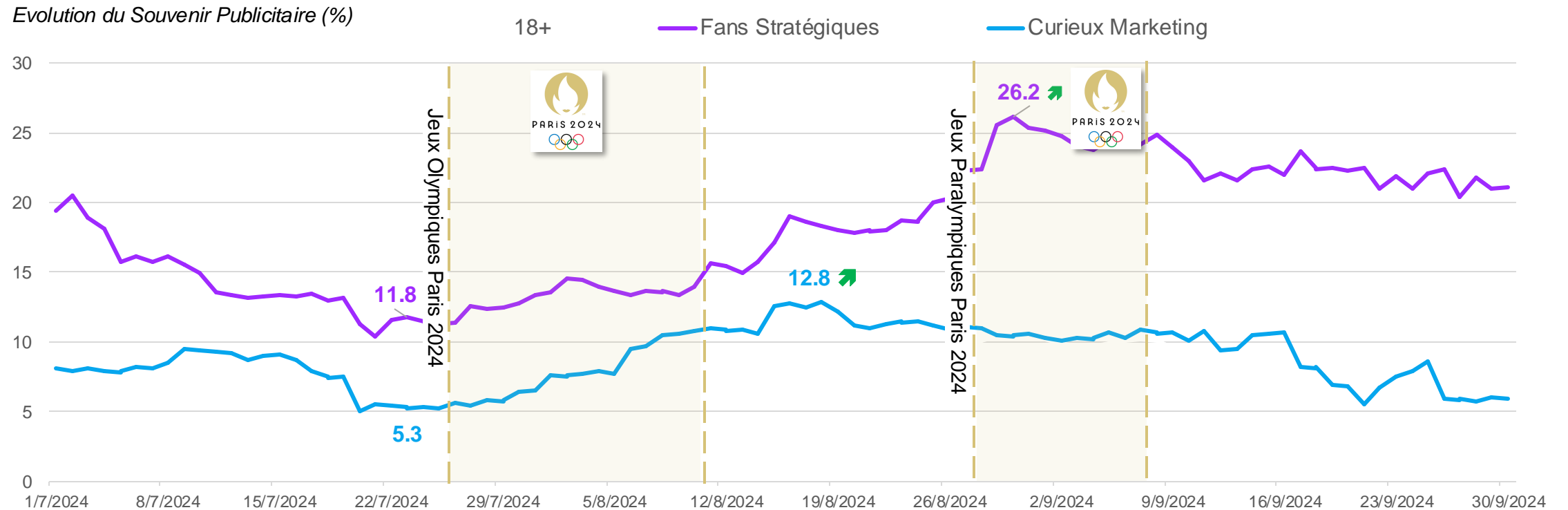


YouGov Surveys YouGov Profiles

**Quelles performances pour  
Le Coq Sportif pendant la  
compétition auprès de ces deux  
groupes de spectateurs ?**



# Les Fans Stratégiques, une audience plus sensible aux communications, y compris pendant les Jeux Paralympiques.



Le Souvenir Publicitaire gagne plus de 14 points entre le début des Jeux Olympiques et la fin des Paralympiques auprès des Fans Stratégiques. Moins de traction pour les Curieux Marketing dont l'intérêt pour les Paralympiques semble avoir été moindre.

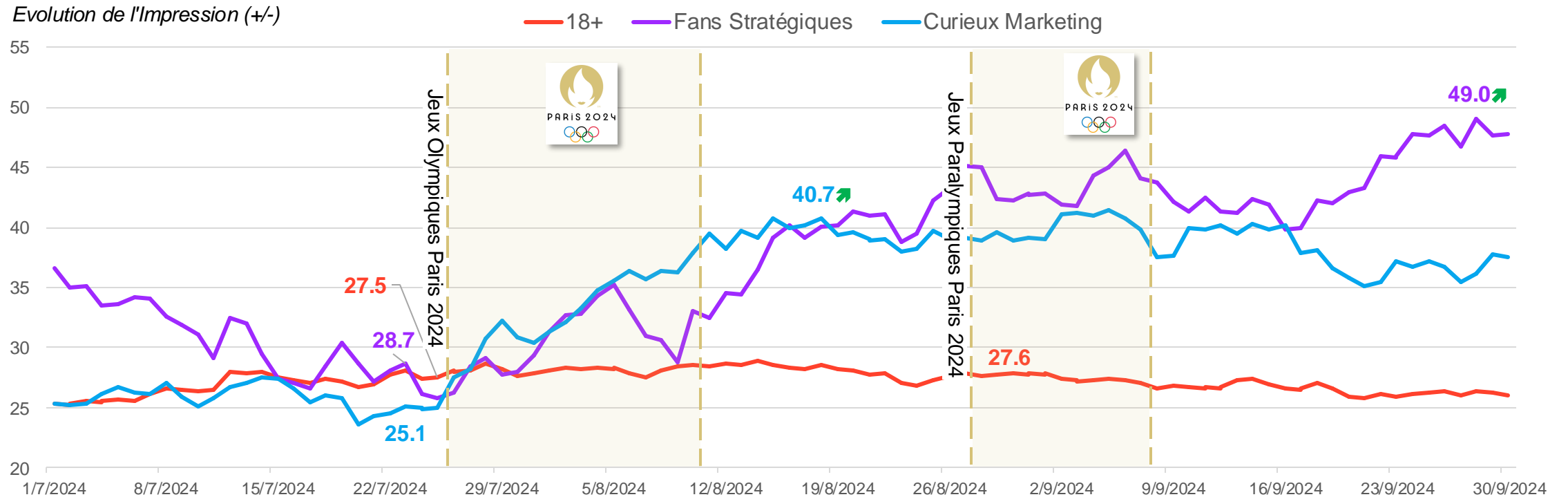
Moyenne glissante : 6 semaines

N moyen 18+ = 1470 // N moyen Fans stratégiques = 115 // N moyen Curieux Marketing = 127 ↗ ↘ Sig. supérieur/inférieur au chiffre précédent

Pour quelles marques de l'univers [sport et prêt-à-porter] avez-vous vu, lu ou entendu de la publicité au cours des deux dernières semaines ?



# Même si la présence de la marque Le Coq Sportif lors de cet évènement a fortement impacté l'Image de marque auprès des deux cibles.



L'impact sur l'Impression semble durable dans le temps pour Le Coq Sportif avec des scores qui ne baissent que très peu en septembre auprès des Curieux Marketing. Chez les Fans Stratégiques l'impact des Paralympiques se fait sentir à ce moment-là avec un pic à 49.

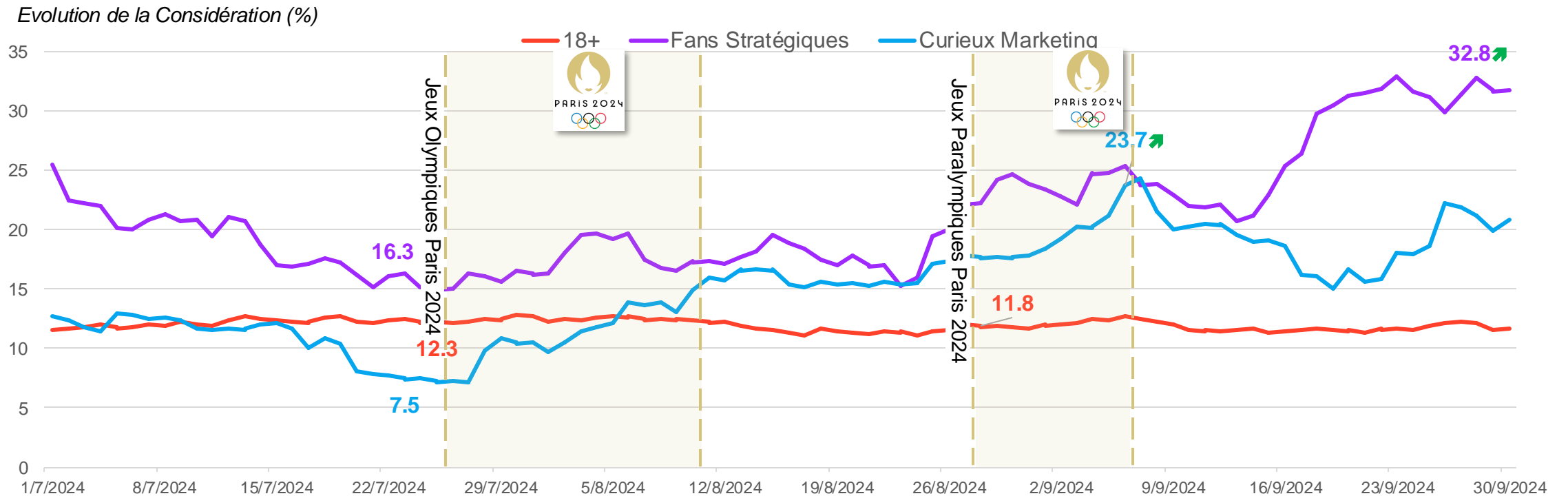
Moyenne glissante : 6 semaines

N moyen 18+ = 1470 // N moyen Fans stratégiques = 115 // N moyen Curieux Marketing = 127 ↗ ↘ Sig. supérieur/inférieur au chiffre précédent

De manière Générale de quelles marques de l'univers [sport et prêt-à-porter] avez-vous une IMPRESSION POSITIVE ? / Maintenant de quelles marques de l'univers [sport et prêt-à-porter] avez-vous une IMPRESSION NEGATIVE ?



## Ainsi que sur la Considération qui progresse significativement auprès de ces cibles stratégiques.



La considération de la marque suit également cette hausse, en particulier auprès des Fans stratégiques. Cependant l'indicateur baisse relativement rapidement auprès de la seconde cible, un investissement qui saura porter ses fruits dans le temps ?

Moyenne glissante : 6 semaines

N moyen 18+ = 1470 // N moyen Fans stratégiques = 115 // N moyen Curieux Marketing = 127

Si vous deviez acheter des marques de l'univers [sport et prêt-à-porter], lesquelles considèreriez-vous parmi celles présentées ci-dessous ?

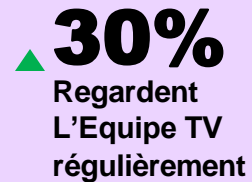
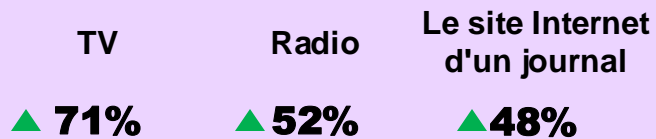
**Comment une marque  
peut-elle alors attirer l'attention  
de ces deux groupes de  
spectateurs ?**

# Une consommation plus tournée vers les médias traditionnels pour les Fans Stratégiques.

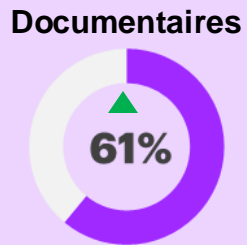
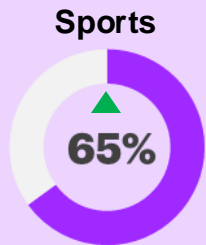
## Fans Stratégiques (11%)



### SOURCES D'INFORMATION - GÉNÉRAL



### PROGRAMMES TÉLÉVISÉS - GENRES REGARDÉS - TOP 3



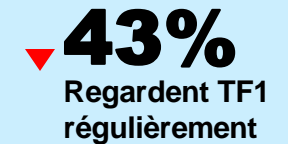
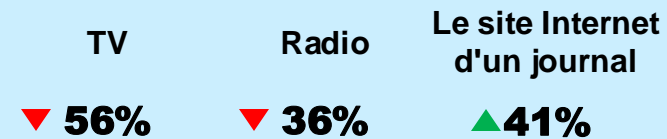
### ÉLÉMENTS IMPORTANTS DANS UNE PUBLICITÉ TV - TOP 3



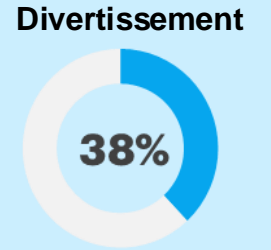
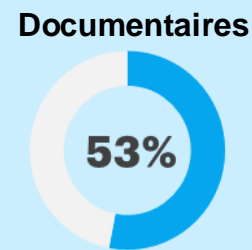
## Curieux Marketing (13%)



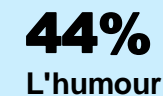
### SOURCES D'INFORMATION - GÉNÉRAL



### PROGRAMMES TÉLÉVISÉS - GENRES REGARDÉS TOP 3



### ÉLÉMENTS IMPORTANTS DANS UNE PUBLICITÉ TV - TOP 3



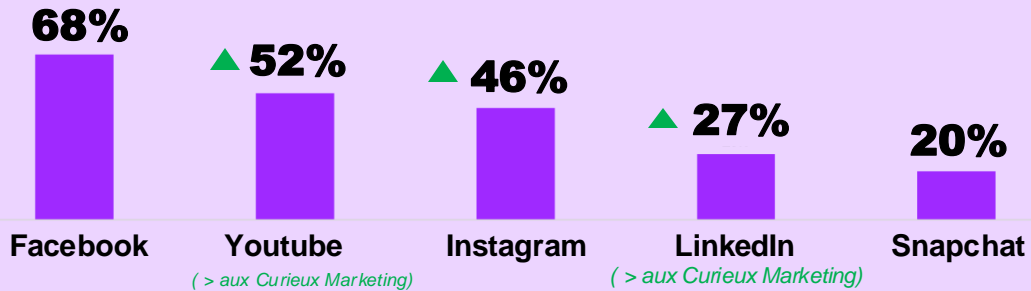


# Les Fans Stratégiques partagent plus de contenus variés que les Curieux Marketing.

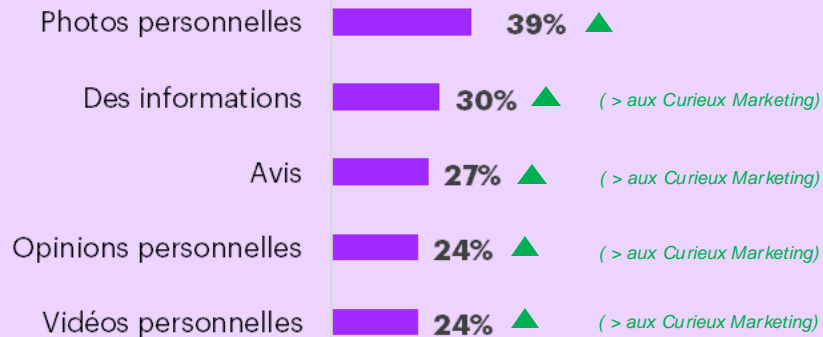
## Fans Stratégiques (11%)



Réseaux sociaux utilisés au cours des 30 derniers jours



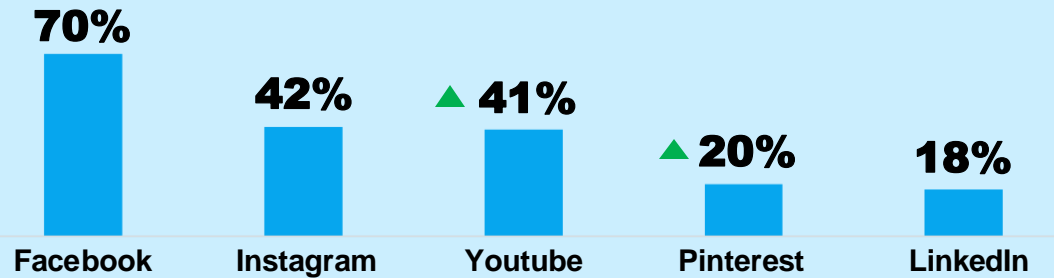
Type de contenu partagé



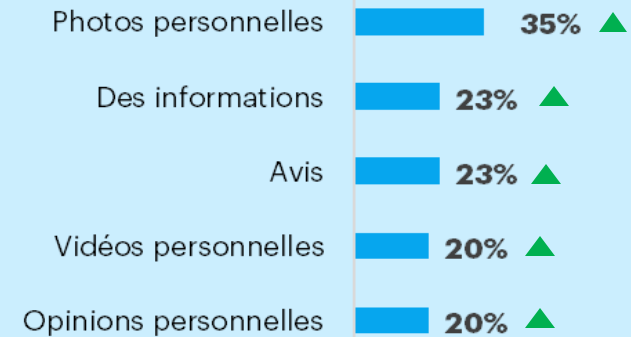
## Curieux Marketing (13%)



Réseaux sociaux utilisés au cours des 30 derniers jours



Type de contenu partagé

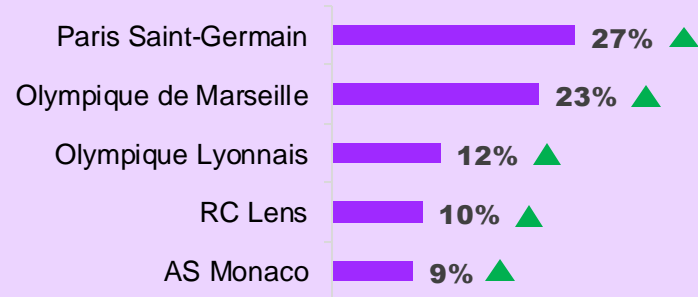


# Un intérêt soutenu pour le football qui dépasse les frontières avec près d'un tiers des Fans Stratégiques qui supportent des équipes allemandes et anglaises.

## Fans Stratégiques (11%)



### Ligue 1 Top des Equipes soutenues



▲ **20%**  
Suivent les compétitions  
e-sport de FIFA

▲ **29%**  
Soutiennent le FC Arsenal



▲ **28%**  
Soutiennent le Bayern Munich



▲ **24%**  
Soutiennent le Stade Toulousain



### Athlètes préférés

Antoine Griezman  
▲ **36%**



Antoine Dupont  
▲ **38%**



Rafaël Nadal  
▲ **33%**



**L'impact du sponsoring pour  
Le Coq Sportif est indéniable,  
mais...**

# Qu'en est-il de la légitimité d'autres acteurs à sponsoriser de tels évènements ?

Lancer une étude



**Et comment l'image d'un sponsor  
peut influencer celle d'un  
championnat / compétition lorsque  
son nom y est associé ?**

Lancer une étude

# Merci

Contact

---

Living Consumer Intelligence | [yougov.com/business](https://yougov.com/business)

YouGov, 2024, all rights reserved. All materials contained herein are protected by copyright laws. Any storage, reproduction or distribution of such materials, in whole or in part, in any form without the prior written permission of YouGov is prohibited. This information (including any enclosures and attachments) is proprietary and confidential and has been prepared for the exclusive use and benefit of the addressee(s) and solely for the purpose for which it is provided. We make no representations, warranties or guarantees, whether express or implied, that the information is accurate, complete or up to date. We exclude all implied conditions, warranties, representations or other terms that may apply and we will not be liable to you for any loss or damage, whether in contract, tort (including negligence), breach of statutory duty, or otherwise, even if foreseeable, arising under or in connection with use of or reliance on the information. We do not exclude or limit in any way our liability to you where it would be unlawful to do so.