



WAKE UP YOUR AUDIENCE 7

2019  
UNE ANNÉE SPORTIVE

MARDI 17 DÉCEMBRE 2019

HUBLAB  
29 RUE D'ASTORG  
75008 PARIS



# #WUYA

## LES INTERVENANTS



QUENTIN  
**GRESSIEN**

Directeur Associé  
The Metrics Factory



LUCIE  
**ODOUX**

Chef de Projet  
Sponsoring  
Société Générale



PHILIPPE  
**MENDES**

CEO Mediatree



# The Metrics Factory

## MESURE | CONSEIL | FORMATION

### Méthodologies



Résonance digitale



Evaluation Perception



Calcul Equivalent Média



Analyse d'audience



ILS PARLENT DE NOUS



ILS NOUS FONT CONFIANCE





# Sport & Social Media : mutation des comportements

facebook business | Get Started | Learn | Insights | Resources | News | Support | Create an Ad

facebook IQ | July 16, 2018

## How the World Cheered Football's Finest on Facebook and Instagram

See how fans celebrated their nations' teams, players and moments online.

Topics: People Insights | Moments | Europe, Middle East & Africa

Share icons: Facebook, Email, Link, Twitter, LinkedIn

### CONTENTS

- 1 People and interactions across our platforms
- 2 Most discussed players and teams
- 3 Top posts, moments and hashtags
- 4 What it means for marketers

Sunday, July 15, 2018, marked the end of the World Cup, a spectacular tournament that had people glued to their screens over the summer. The world came together on Facebook and Instagram, with 383 million people and 272 million people, respectively, interacting across the platforms throughout the tournament.<sup>1</sup> From June 14–July 15, our platforms were some of the best places to reach a global community of football fans as they shared their passion for the sport.

Please note: Throughout this article, the term football represents both soccer (as it's known in the US) and football (as it's known globally, not to be confused with American football).

People and interactions across our platforms

**383 millions de personnes ont interagi sur Facebook durant la Coupe du Monde.**  
Ils étaient 272 millions sur Instagram.

SportsPro | Digital Motorsport Summit | SportsPro OTT Asia | SportsPro Live | BlackBook Motorsport

OTT | SmartSeries | News | Insights | SportsPro Magazine | Podcasts | Events | Shop

Series

## 64% of young people prefer social sports content to TV, study claims

Media Chain also reveals that young UK fans prefer watching live goals to highlight shows.

Posted: January 25 2019 | By: Nick Friend | Twitter | Facebook | LinkedIn | Email

Getty Images

Almost two thirds of young sports fans in the UK prefer sports coverage on social media platforms to traditional television, according to research carried out by social-first

**64% des jeunes fans préfèrent suivre le sport sur les réseaux sociaux plutôt qu'à la télévision (UK)**

# Sport & Social Media : opportunité pour les marques



x12

Engagement  
généré par un  
contenu relatif  
au sport



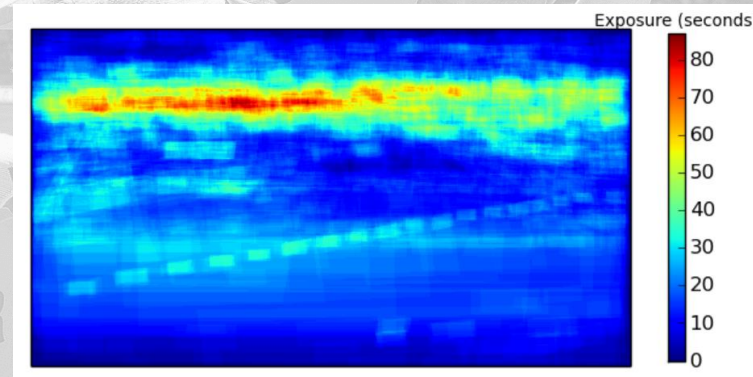
# Mesurer la visibilité : une approche *fill-the-gap*



```
for image in image_list:
    res[image]=tagging(image)

    imagename=os.path.basename(image)
    fname, file_extension = os.path.splitext(imagename)
    imagename=imagename.replace(file_extension, '')

    imagename=dir_json+'/'+imagename+'.json'
    jsondata=res[image].decode('utf8').replace('"', '')
    with open(imagename, 'w') as outfile:
        json.dump(jsondata, outfile)
    print("API - Fichier n°",i, " - ",os.path.basename(image), "envoyé")
    #print(jsondata)
    i=i+1
```

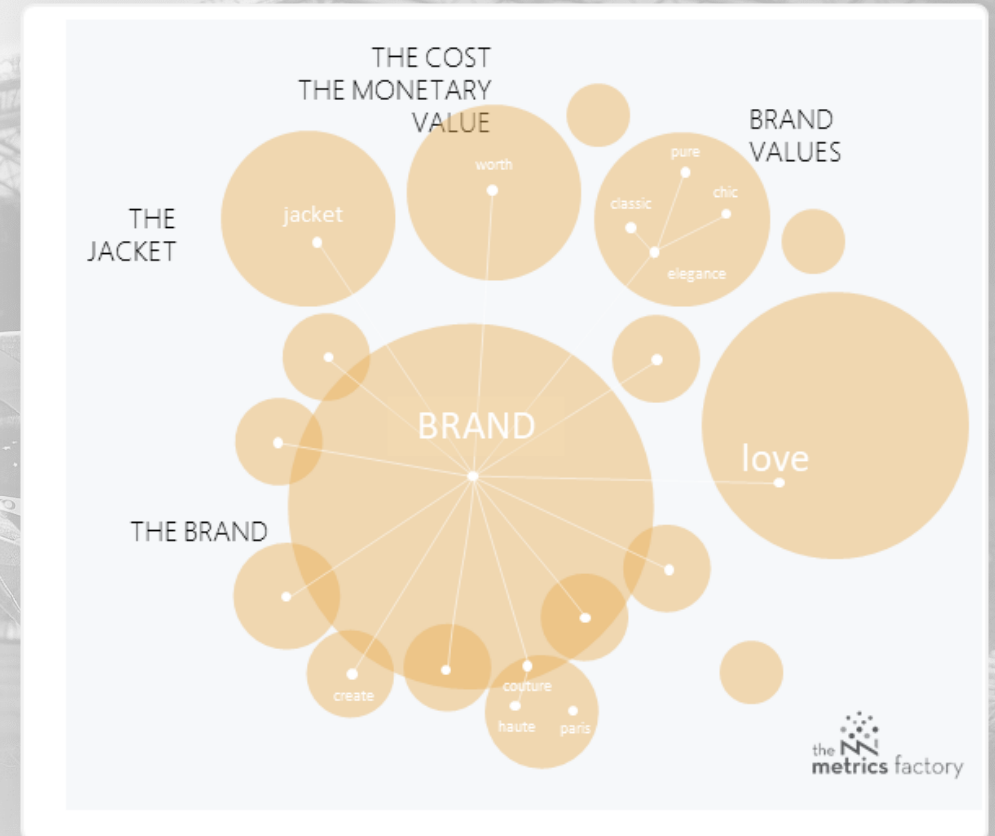
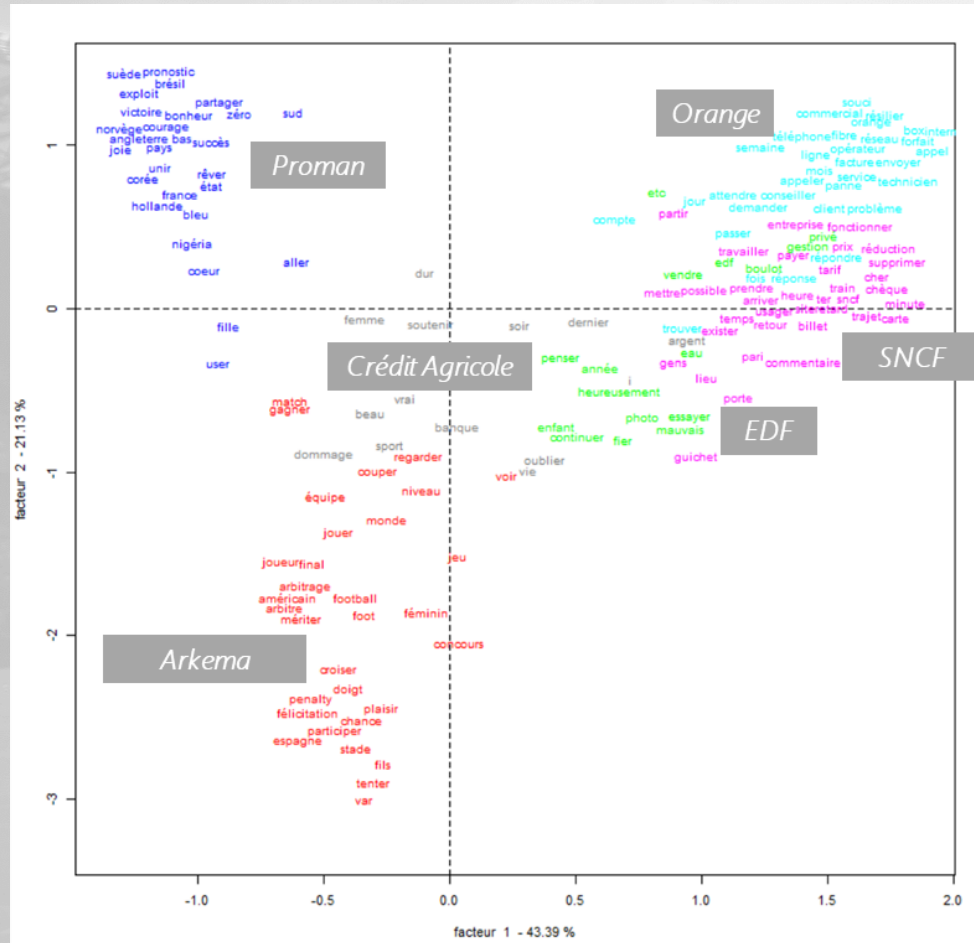


**Part de voix**



**Equivalent Média**

# Evaluer la perception : analyse des commentaires





# Résultats sur une Coupe du Monde

Contenus  
collectés  
x10

x26 Instagram  
x8 Facebook



# Quantifier le phénomène e-sport



## FINALE MONDIALE LEAGUE OF LEGENDS

*Données du 10/11/2019*

Mentions Digitales (Monde)

**339 000**

Mentions TV & Radio (France)

**162**



mediätree



LEADER  
DE LA  
VEILLE AUDIOVISUELLE  
EN  
FRANCE





# KEYWORDS C'EST

- **+ 5 000**  
chaînes régionales, nationales et internationales enregistrées 24/7
- **RECHERCHE PAR MOTS- CLÉS**  
sur l'ensemble des chaînes TV & Radio
- **3 MINUTES**  
de délai maximum pour être alerté d'une mention



# VOTRE PLATEFORME DE VEILLE POUR :



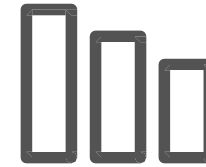
**1.**

Mesurez vos retombées médiatiques



**2.**

Surveillez la diffusion de vos contenus



**3.**

Analysez le ROI de vos campagnes

VEILLE STRATÉGIQUE | VEILLE CONCURRENTIELLE | NOTORIÉTÉ



# #1 TOUR DE FRANCE



ANALYSEZ VOS RETOMBÉES MÉDIATIQUES

# “LE TOUR DE FRANCE”

60 289

Mentions

Sur 292 Chaînes

Radio  
43%

TV  
57%

#WUYA

# ANALYSE DE RETOMBÉES MÉDIATIQUES

## LE TOUR DE FRANCE

### TOP 3 MENTIONS COUREURS

Julien Alaphillippe	25 534
Thibaut Pinot	12 529
Egan Bernal	4 423

### TOP 3 MENTIONS ÉQUIPES

Team Ineos	3 288
CCC	1 447
Deceuninck- Quick Step	1 436

### MENTIONS MAILLOTS

Maillot Jaune	31 217
Maillot à pois	2 682
Maillot vert	2 205

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE CYCLISME **155**

Mentions

# Tour de France 2019 : l'arrivée fut décisive



42% des  
retombées  
digitales



# Tour de France 2019 : des coureurs-influenceurs



5X plus  
d'actions  
sociales sur  
Instagram

# Tour de France 2019 : des coureurs-influenceurs



28.4K  
likes et commentaires par post





#2  
COUPE DU  
MONDE DE  
FOOTBALL  
FEMININ



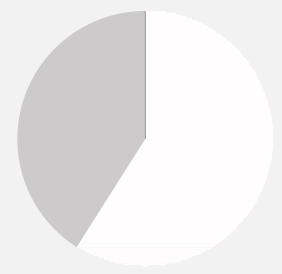
# “LA COUPE DU MONDE DE FOOTBALL FÉMININ”

38 962

*Mentions*

Sur 304 Chaînes

Radio  
41%



TV  
59%

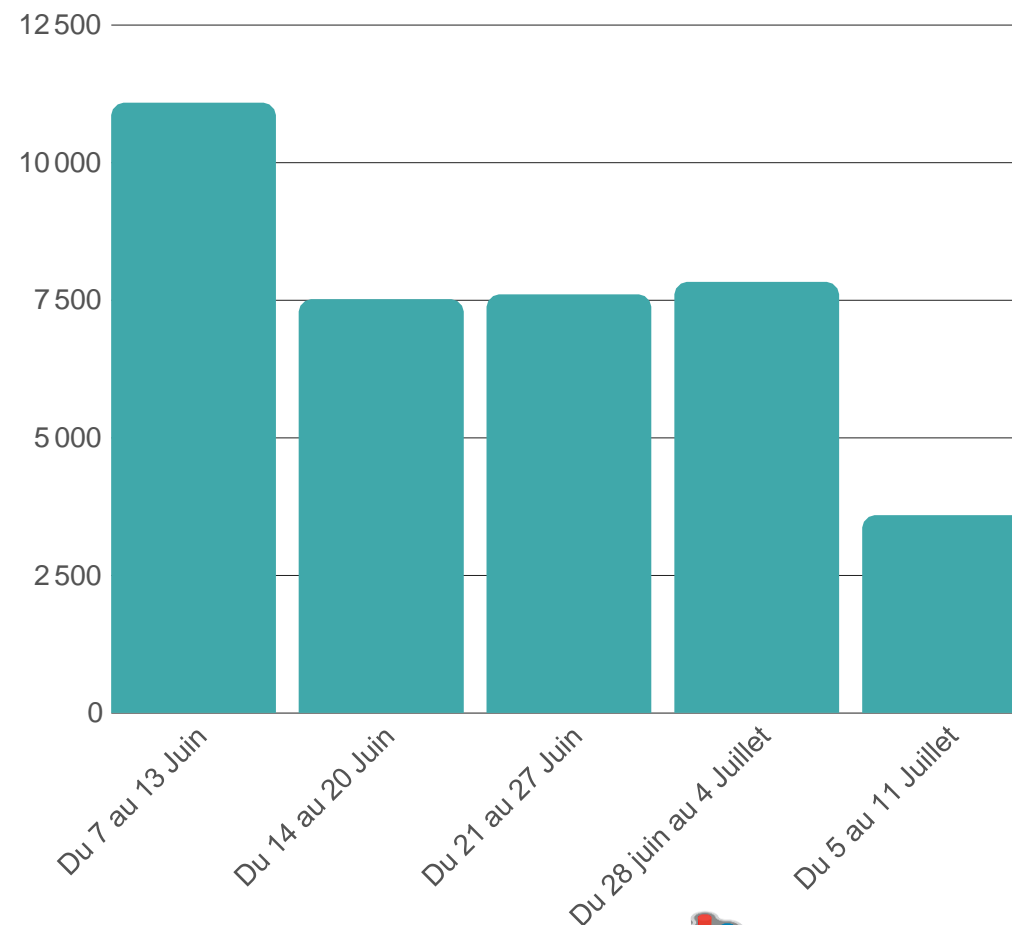
# COUPE DU MONDE DE FOOTBALL FÉMININ

AMANDINE HENRY 2 205 Mentions

CORINNE DIACRE 5 256 Mentions

EQUIPE DE FRANCE 23 079 Mentions

## ÉVOLUTION DE LA MENTION "COUPE DU MONDE"



SURVEILLEZ VOS CONTENUS - DÉTECTEZ VOS PUBLICITÉS

# COUPE DU MONDE DE FOOTBALL FÉMININ

106 SPOTS  
PUBLICITAIRES  
00:35:35

19  
COUPURES  
PUBLICITAIRES

TOP 3 ANNONCEURS



15



14



13

TOP 3 ANNONCEURS

RENAULT :  
VISA :  
APPLE :

6  
SPOTS



# 2018 vs 2019 : impact pour les sponsors



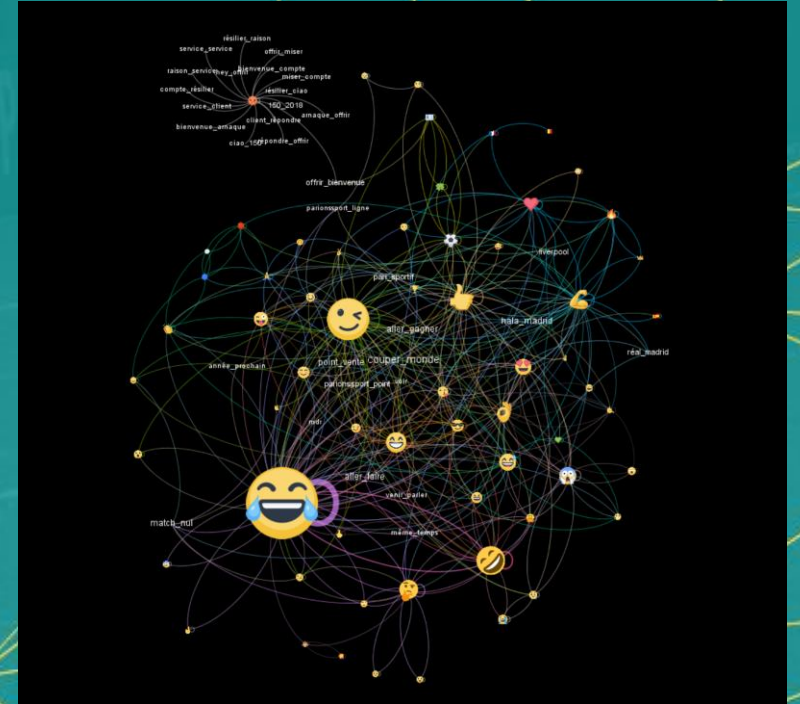
-69% de  
contenus

-6%  
d'engagement

# 2018 vs 2019 : 2 mondiaux, 2 positionnements



Une  
perception  
différente des  
sponsors





# Sponsor & brand content : complémentarité



85% de  
l'audience  
n'est pas  
celle de la  
marque



Team Orange  
Football ✓  
@TeamOrangeFootball



On a Tous un Côté  
Foot ✓  
@onatusuncotefoot



Éclairons le foot ✓  
@eclaironslefoot





#3  
COUPE DU  
MONDE DE  
RUGBY

# “COUPE DU MONDE DE RUGBY”

13 764

*Mentions*

Sur 264 Chaînes

Radio  
46%



TV  
54%

# MESUREZ LE ROI DE VOS CAMPAGNES

## COUPE DU MONDE DE RUGBY

The image shows a screenshot from a live broadcast of a rugby match between France (FRA) and Tonga (TGA) during the 2019 Rugby World Cup. The score is 23-14 in favor of France, and the game time is 65:06. The broadcast is on TF1. A teal overlay box displays the following information:

- Logo: RUGBY WORLD CUP™ JAPAN 日本 2019
- Title: Temps d'apparition publicitaire
- Match: France - Tonga 06/10/2019
- Duration: 11 min 55 sec
- Brand: SOCIETE GENERALE (with logo)

A yellow box highlights a 'SOCIETE GENERALE' logo on the stadium's advertising hoardings, with a yellow arrow pointing from the brand name in the teal overlay to this logo.



# #RWC2019 : résonance digitale



5 Millions  
de  
contenus

# #RWC2019 : ambush marketing



195  
Marques  
identifiées



# #RWC2019 : TikTok dans la mêlée

23M  
de vues  
pour World  
Rugby



5M de vues



# À RETENIR

- **60K mentions médiatiques** pour le Tour de France.
- Alaphilippe est **le coureur le plus mentionné par les médias**.
- 42% des retombées digitales liées au Tour de France **ont eu lieu dans les dernières 72H**
- Sur Internet, **195 marques ont fait de l'ambush** pendant la Coupe du Monde de Rugby
- **106 spots TV** diffusés pendant la Coupe du Monde Féminine
- World Rugby a généré **23M de vues sur TikTok**



#WUYYA