

# **SPORT INDEX : Résumé de l'actualité du 26/03/2018 au 01/04/2018**

## **YouTube TV premier « Presenting Partner » de l'histoire des NBA Finals**

La NBA a officialisé la signature d'un contrat de partenariat avec YouTube TV. Le service de streaming de chaînes de télévision et contenus devient le premier « Presenting Partner » des finales NBA. Dans le cadre de cet accord pluriannuel, la marque YouTube TV sera directement associée au logo des finales visible sur le parquet. En outre, YouTube TV sera présent dans des spots publicitaires ABC et bénéficiera d'une visibilité sur les supports digitaux de la NBA. Enfin, YouTube TV devient également le partenaire des finales de la WNBA et de la NBA G League. (Lire l'article 1 & 2)

## **Etats-Unis : le lancement de B/R Live (Turner) intensifie la guerre sur le front du streaming de compétitions sportives**

Le groupe Turner (Time Warner), a annoncé le lancement, début avril, de sa nouvelle plateforme vidéo de sports en direct et en ligne, quelques jours avant celle de son principal rival, ESPN (groupe Disney), sur un marché qui voit se multiplier les offres en OTT. (Lire l'article 1 & 2 *en anglais*).



## **Partenariats : Le groupe TF1 et World Rugby poursuivent en 2019...**

Le Groupe TF1 et World Rugby ont annoncé la prolongation de leur partenariat, pour la diffusion de la Coupe du Monde de rugby 2019 qui se déroulera du 20 septembre au 2 novembre au Japon. La France a été l'un des moteurs de la croissance record enregistrée pendant la Coupe du Monde de Rugby 2015, avec une hausse du nombre de téléspectateurs en direct de 48 %, à 479 millions (+75 % en Europe). En France, L'audience de la finale de la Coupe du Monde de Rugby IRB 2015 a atteint 8,8 millions de téléspectateurs sur TF1, soit une part d'audience de 54 %. Elle avait culminé à 17,80 millions de téléspectateurs (87 % de part d'audience) lors de la finale de 2011 à laquelle participait la France. (Lire l'article)

## **... LCL prolonge avec le Tour de France...**

Après avoir fêté le 30ème anniversaire de ce partenariat l'an dernier, LCL et le Tour de France célébreront donc ensemble le centenaire du Maillot Jaune en 2019, LCL entrant dans le même temps dans sa quatrième décennie au côté de l'un des plus célèbres symboles du sport mondial. (Lire l'article)

## **...Et Nike reste l'équipementier officiel de la NFL**

La NFL a officialisé la prolongation de son contrat avec Nike. La marque américaine continuera à fournir notamment les maillots de match des 32 franchises. Selon CNN, la

durée de ce contrat serait de huit ans ; 10 d'après ESPN. Aucun montant n'a pour le moment été communiqué. (Lire l'article)

### **eSport : 3,8 millions d'internautes fans**

En France, d'après Médiamétrie, 3,8 millions d'internautes de 15 ans et plus ont visionné ou assisté en live à une compétition d'eSport au 3ème trimestre 2017. Les jeux de sport arrivent en première position (43%). Les « FPS » ou jeux de tir à la première personne (34%) et les arènes de bataille (27%) suivent et complètent le podium. Pour suivre leurs influenceurs préférés, ce sont principalement les plateformes Internet et les réseaux sociaux qui sont sollicités, devant les acteurs spécialisés du gaming : YouTube est largement cité (77%) devant Facebook (35%), Twitter (26%) et Twitch (14%). Game One (17%) est la seule chaîne de télévision à tirer son épingle du jeu dans ce domaine. (Lire l'article)

### **Coupe du Monde 2022 : Le Qatar et le Conseil de l'Europe signe un accord de coopération technique**

Basé sur une convention européenne, la « Convention de Saint Denis », cet accord vise à assurer la sûreté, la sécurité et l'accueil de tous les individus participants à un évènement mondial sportif, à travers la mise en œuvre d'une approche intégrée de la sécurité, de la sûreté et des services. Un projet co-signé pour une période de deux ans (2018-2020) pour un budget de 600 000 euros, comprenant les Championnats du Monde d'athlétisme IAAF en 2019 et la Coupe du Monde de football 2022. (Lire l'article)

### **F1 - Lenovo nouveau sponsor de Ferrari**

L'entreprise chinoise Lenovo a officialisé son partenariat avec la Scuderia Ferrari pour plusieurs années. Une annonce effectuée en marge du premier Grand Prix de la saison en Australie. (Lire l'article)