

Comment les fédérations trouvent une alternative à la faible médiatisation TV de leur sport

Si les sports les plus populaires en France bénéficient d'une forte exposition TV, d'autres disciplines ne sont quasiment pas, voire jamais diffusées, en télévision gratuite comme sur les chaînes payantes. Les fédérations doivent trouver d'autres voies pour aller vers le grand public, en proposant du contenu sur internet, par la création de Web TV ou encore par l'utilisation des réseaux sociaux.

La nouvelle chaîne du mouvement sportif français

Ce 28 mai, le Comité National Olympique et Sportif Français (CNOSF) a annoncé le lancement de la nouvelle chaîne du mouvement sportif français, **Sport en France**. La production des programmes sera assurée pour 80% par Média365, et les 20% restant par les fédérations elles-mêmes. **Sport en France** sera disponible gratuitement sur les réseaux câbles, satellites (**Orange, Bouygues, SFR et Free**) et en OTT (**ordinateurs, smartphones et tablettes**). Les médias qui souhaiteront reprendre une partie de son contenu pourront le faire librement, les deux entités proposant gracieusement leurs images à tous ceux qui en feront la demande.



La chaîne a prévu 500 heures de diffusion de programmes sportifs par an, en variant les formats : plateaux, débats, magazines, live et replay. **Sport en France** sera également un nouveau levier pour les institutions du sport français qui souhaitent **mettre en avant le sport féminin et le handisport**, puisque ces derniers occuperont une large place dans sa grille.

La chaîne dispose d'un budget de 3 millions d'euros pour l'année 2019, et est co-financée par le CNOSF, Média 365, les fédérations ainsi que des annonceurs tels que la MGEN, Bpifrance, le Groupe MDS et le Conseil Social du Mouvement Sportif (CoSMos). Selon Denis Masegla (Président du CNOSF) et Guillaume Sampic (Directeur Général de Média365), Sport en France n'a pas vocation à concurrencer les médias spécialisés, mais de leur être complémentaire en assurant **une visibilité aux disciplines qui souffrent d'une faible exposition médiatique**. Les sports diffusés ne le seront donc pas en fonction de leurs audiences. Dans la perspective de Paris 2024, cette nouvelle chaîne permettra aux disciplines olympiques de se faire mieux connaître du grand public et des sponsors.

Si **Sport en France** renforcera la visibilité des disciplines concernées, les fédérations n'ont pas attendu sa création pour créer leurs propres dispositifs.

L'utilisation des Web-TV et réseaux sociaux

SPORT INDEX et **NPA Conseil** ont analysé le volume et le contenu de l'offre de vidéos de

40 fédérations, sur leur site internet (via une Web-TV et sur les réseaux sociaux). L'objectif est de qualifier cette offre à l'aide d'une grille d'analyse et d'un barème (allant de 1 à 3, de peu satisfaisant à très satisfaisant) concernant les critères suivants : la diversité des contenus (live, replay, interviews, documentaires, highlights..), ainsi qu'en fonction du nombre et de la régularité des vidéos postées sur les différentes plateformes (Web-TV, YouTube et Dailymotion).

- 39 d'entre elles utilisent les réseaux sociaux et/ou les Web TV pour ces post et 18 publient également de la vidéo sur leur site Web.
- 13 possèdent une Web-TV indépendante de leur site et des réseaux sociaux. Celles-ci permettent une diffusion plus conséquente des live des compétitions et des vidéos au format plus long. 2 d'entre elles (Volleyball et Hockey sur glace) monétisent leur Web-TV pour accéder à leurs compétitions.
- A l'instar de Sport en France, AvironFranceTV offre la possibilité aux médias d'accéder aux images fournies par la Fédération Française d'Aviron pour les rediffuser gratuitement.
- Les fédérations qui postent le plus de vidéos sont les fédérations de football (9100), de rugby (5100), de sport automobile (3800), d'équitation (2300) et de tennis (2100) : quatre d'entre elles (à l'exclusion de l'équitation) figurent dans le top 10 du classement de l'attractivité des disciplines réalisé par SPORT INDEX.
- 15 fédérations (athétisme, badminton, basketball, boxe, cyclisme, équitation, football, golf, judo, moto, natation, roller sports, rugby, tennis de table et triathlon) possèdent une application disponible dans l'App Store et/ou Google Play.

Panorama des présences digitales (web-TV et plateformes vidéo) des fédérations sportives et de leur activité

