

Sponsoring sportif : état des lieux en France et en Europe après une année de pandémie

Fin mars, Sporsora et KPMG ont dévoilé une étude modélisant le marché du sponsoring sportif en France, avec pour objectif de préserver l'investissement des marques partenaires du sport. L'étude donne les chiffres et les tendances du marché français, et propose des solutions pour maintenir à flot un secteur fortement impacté par la pandémie. En effet, le 29 mars dernier, Nielsen Sports et l'ESA (European Sponsorship Association) ont également dévoilé une étude qui chiffre la diminution du marché du sponsoring en Europe, passé de 31 Mds€ en 2019 à 23 Mds€ l'an dernier.

L'ESSENTIEL

- Le marché du sponsoring sportif en France a représenté 2,5 Mds€ en 2020.
- En décroissance à cause de la crise, Sporsora propose des solutions pour relancer le secteur, notamment pour faciliter l'investissement des PME, moteurs du secteur.
- En Europe, le marché global du sponsoring a connu une baisse de 23% l'an dernier, et celui du sponsoring sportif de 9%.

Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter

Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email

Vous avez oublié votre mot de passe ?

Se connecter