

La consommation des contenus sportifs de la GenZ

Une consommation du sport multi-plateformes

Le sport, c'est d'abord sur les réseaux sociaux pour 69% de la Gen Z...



Une consommation différente au sein d'une même génération



Le sport brut prime toujours

L'actualité sportive 46%

avec des incarnants forts pour les engager, chez qui ils apprécient...

Les actions de jeu 44%

Le dynamisme 55%

L'ambiance d'une rencontre 37%

L'humour 55%

45% de la Gen Z choisissent leur contenu en fonction du commentateur.trice, invité.e...

L'expertise 48%

Quant à l'accès au contenu sportif...

Les contenus payants font partie de leur consommation

38% ont accès aux contenus payants



...mais aussi à la gratuité

60% recherchent systématiquement « un lien gratuit (et illégal) » pour le regarder

Découvrez à quel point la GenZ consomme du sport !



<https://sponsora.com/whoarewe/actualites-sponsora/item/7804-etude-sponsora-la-consommation-de-contenus-sportifs-chez-la-gen-z>

Etude SPORSORA réalisée par Havas Play, sur la consommation de contenus sportifs dans les médias par la GenZ

Etude qualitative réalisée du 21 mars au 03 avril 2023 puis étude quantitative réalisée du 28 avril au 11 mai 2023 auprès de 1001 individus représentatifs de la Gen Z française âgée de 15 à 24 ans.