

L'OL signe XTB, le Tour féminin publie ses audiences

France Télévisions publie le bilan du Tour féminin et Ligue 1+ s'excuse après des difficultés d'accès au direct. L'OL signe avec XTB, tandis qu'UTMB annonce deux nouvelles destinations.

Sources : rapport original 1. Références et dates au fil du texte.

AU SOMMAIRE

- 01 / XTB devient partenaire majeur de l'OL pour trois saisons
- 02 / Le Tour féminin progresse en part d'audience, avec 2,6 millions de téléspectateurs
- 03 / Ligue 1+ rencontre un problème d'accès pendant le Trophée des champions
- 04 / UTMB prépare deux nouvelles destinations au Japon et aux États-Unis
- 05 / Les Européens achèvent leur séquence au Centre aquatique olympique

01 / XTB devient partenaire majeur de l'OL pour trois saisons

Le 11 août, XTB rejoint les partenaires majeurs de l'Olympique Lyonnais pour trois saisons. L'application d'investissement obtient une présence sur le bas du dos du maillot, les supports numériques du club et la panneautique dynamique du Groupama Stadium. La marque annonce aussi des activations autour de l'investissement et de l'éducation financière. Le montant du contrat n'est pas communiqué.

Pour une application d'investissement, être reconnue et inspirer confiance sont deux enjeux distincts. C'est ce qui rend le volet d'éducation financière intéressant à suivre : le public pourra juger les explications proposées, au-delà de l'exposition du logo. L'OL apporte une communauté qui revient chaque semaine ; XTB devra trouver des contenus utiles à cette communauté. La durée de l'accord donne le temps de les construire. À mes yeux, la qualité de ces contenus sera plus révélatrice de l'usage du partenariat que leur seul nombre de vues.

Sport Buzz Business, 11 août 2026

02 / Le Tour féminin progresse en part d'audience, avec 2,6 millions de téléspectateurs

France Télévisions publie le 10 août son bilan du Tour de France Femmes : 32,9 % de part d'audience moyenne et 2,6 millions de téléspectateurs en moyenne. Le groupe annonce aussi 23,2 millions de personnes ayant vu au moins une minute. Cycling Weekly relève que la moyenne recule légèrement par rapport aux 2,7 millions de 2025, malgré la progression de la part d'audience.

Le diffuseur annonce également 4,5 millions de vues sur france.tv et franceinfo, et 60 millions sur les réseaux sociaux. Ces vues ne s'additionnent pas aux téléspectateurs pour former un total de personnes distinctes.

Je retiens surtout qu'une meilleure part d'audience peut coexister avec une légère baisse du nombre de téléspectateurs. Le Tour féminin prend davantage de place parmi les programmes regardés, sans avoir nécessairement élargi son public moyen. Cette nuance compte dans une discussion avec les sponsors : l'audience globale donne un contexte, mais la valeur de leur présence dépendra aussi des moments où la marque apparaît à l'écran.

France Télévisions, 10 août 2026 ; Cycling Weekly, 11 août 2026

03 / Ligue 1+ rencontre un problème d'accès pendant le Trophée des champions

Le 16 août, certains abonnés de Ligue 1+ ne peuvent accéder au début du Trophée des champions Lens-PSG. Selon Sport Buzz Business, l'incident semble principalement concerner l'identification sur l'application ; des utilisateurs déjà connectés peuvent regarder. L'accès paraît rétabli à la mi-temps. La plateforme reconnaît un problème technique et présente ses excuses, sans préciser le nombre de comptes touchés.

Le direct rend ce problème particulièrement coûteux en confiance : on ne peut pas rendre à un supporter le début du match qu'il voulait voir. Pour une offre qui cherche à installer une habitude de visionnage, l'accès au service fait donc partie de la promesse commerciale au même titre que les droits acquis. Les explications données et la prise en charge des abonnés compteront dans leur envie de revenir. Les prochains rendez-vous permettront de voir si cette confiance se rétablit. Les réactions publiques, elles, ne permettent encore de chiffrer ni les résiliations ni une perte de revenus.

Sport Buzz Business, 16 août 2026

04 / UTMB prépare deux nouvelles destinations au Japon et aux États-Unis

Le groupe français UTMB prépare l'arrivée d'Hiroshima et de Chattanooga dans son circuit en 2027, selon Sport Stratégies le 12 août. Les rendez-vous sont annoncés du 9 au 11 avril au Japon et du 4 au 6 juin aux États-Unis, avec trois formats : 100K, 50K et 20K. Le circuit revendique 67 événements dans 35 pays. Les inscriptions prioritaires sont prévues le 18 août, avant l'ouverture générale le 20.

L'intérêt pour UTMB est de proposer son circuit à des coureurs sur deux nouveaux marchés. Les partenaires pourront également y retrouver un cadre commercial connu, tout en travaillant avec des équipes locales. Cette expansion pose une question intéressante : les nouvelles courses feront-elles venir davantage de pratiquants, ou déplaceront-elles surtout les choix de coureurs déjà clients du réseau ? La réponse aidera à juger la croissance obtenue. Le calendrier s'étend ; la fréquentation et les résultats de chaque destination diront ensuite ce que cette extension apporte.

Sport Stratégies, 12 août 2026

05 / Les Européens achèvent leur séquence au Centre aquatique olympique

Les Championnats d'Europe de natation de Paris et Saint-Denis, organisés du 31 juillet au 16 août, entrent dans leur dernière semaine. La natation sportive occupe le Centre aquatique olympique du 10 au 16 août. Cette séquence prolonge l'utilisation des installations après les autres disciplines et donne aux partenaires une nouvelle série de rendez-vous avec les spectateurs.

La fin de la compétition ouvre une question moins spectaculaire, mais importante pour l'héritage des Jeux : que restera-t-il de cette exposition à la rentrée ? Des demandes d'inscription dans les clubs seraient un prolongement concret, à condition de disposer de créneaux et d'encadrants pour les accueillir. Du côté de l'équipement, il faudra aussi comprendre ce que les sessions ont rapporté une fois leurs coûts couverts. Ces deux suites, la pratique et l'exploitation du site, méritent un bilan distinct. Le calendrier est documenté ; aucun bilan économique indépendant n'est encore disponible.

European Aquatics

En bref

11 août - Sport Stratégies examine les contenus Instagram de sportives et aventurières, dont Justine Dupont, Marion Haerty et Maud Le Car, sans nouveau contrat annoncé. [Sport Stratégies, 11 août 2026](#)

14 août - Une analyse de Sport Stratégies revient sur les droits, l'hospitalité et l'exposition des marques à la Supercoupe de l'UEFA disputée avec le PSG à Salzbourg. [Sport Stratégies, 14 août 2026](#)

13 août - Sport Stratégies analyse le rapport du CIO publié le 7 août sur les abus en ligne, notamment lors de Paris 2024, et les besoins d'accompagnement des athlètes. [Sport Stratégies, 13 août 2026](#)