

Banijay rejoint mates, le sport français travaille ses audiences

Création d'événements, sponsoring, droits de combat et relation avec les supporters : les acteurs cherchent à transformer l'attention en activité durable.

Références consultables depuis les liens au fil du texte. Les bilans publiés après la semaine couverte portent leur date de publication.

AU SOMMAIRE

- 01 / Banijay et mates s'associent pour créer des expériences sportives
- 02 / La LNB prolonge avec LaSource pour mieux fidéliser ses publics
- 03 / RMC Sport prolonge l'UFC et élargit son offre de combats
- 04 / Sanofi prend le maillot blanc sur les deux Tours
- 05 / Nouvelle Donne veut réunir les décideurs du sport féminin

01 / Banijay et mates s'associent pour créer des expériences sportives

Le 12 octobre, Banijay Group annonce son association avec mates, la société cofondée par Tony Estanguet et Michaël Aloïsio. L'entreprise sera détenue à parts égales par les fondateurs et le groupe, et consolidée dans les comptes de Banijay. Tony Estanguet en assure la présidence et Michaël Aloïsio la direction générale. L'objectif est de créer des événements et de développer des concepts existants en France et à l'international, en combinant expertise sportive, production de contenus et divertissement.

Ce rapprochement pose une question intéressante : comment prolonger la valeur d'un événement au-delà du jour où il se déroule ? Les contenus, les déclinaisons dans plusieurs villes et les partenariats peuvent donner plusieurs sources de revenus à un même concept. Mais la notoriété des fondateurs et la puissance d'un groupe ne remplacent pas la demande du public. Les premiers projets permettront d'observer le positionnement choisi, la répétition des formats et l'équilibre entre ambition créative et coûts.

Banijay Group, 12 octobre 2026

02 / La LNB prolonge avec LaSource pour mieux fidéliser ses publics

La LNB et LaSource annoncent le 16 octobre un accord de cinq saisons, jusqu'en 2030-2031. Il couvre les contenus, les plateformes numériques, les données, la relation avec les supporters et le développement commercial, avec davantage d'accompagnement des clubs. LaSource rapporte 11,1 millions d'interactions sur les réseaux de la Betclic Élite en 2025-2026 et près de 50 000 nouvelles inscriptions dans la base de la ligue. Ce sont des indicateurs déclarés par le partenaire, pas des revenus supplémentaires.

L'enjeu est de faire revenir les personnes attirées par un joueur ou une vidéo, puis de leur proposer une relation utile avec le championnat. Une inscription peut faciliter une invitation ou une offre de billetterie, à condition que les préférences et les consentements soient bien gérés. Ce qui m'intéresse ici est le passage de l'audience à l'usage régulier. Les visites répétées, les achats et la satisfaction des clubs permettront de mieux juger les résultats.

LaSource, 16 octobre 2026

03 / RMC Sport prolonge l'UFC et élargit son offre de combats

RMC Sport annonce le 16 octobre la prolongation de ses droits exclusifs de l'UFC en France pour plusieurs années. Selon Sport Buzz Business, l'accord comprend aussi Zuffa Boxing et l'UFC BJJ, consacré au jiu-jitsu brésilien. Ni le montant ni la durée exacte ne sont communiqués. Le média indique également une distribution de RMC Sport via Canal+ à compter du 22 octobre, puis des arrivées annoncées sur d'autres plateformes. Ces évolutions doivent être distinguées de la signature des droits elle-même.

La chaîne renforce une spécialisation susceptible de donner aux abonnés plusieurs raisons de rester entre deux grands combats. Mais posséder des droits ne garantit pas leur rentabilité : il faut aussi rendre l'offre facile à trouver et à acheter. L'élargissement de la distribution peut répondre à cet enjeu. Le suivi des abonnements, de leur durée et de la consommation des nouvelles compétitions sera plus révélateur que le seul nombre d'organisations présentes dans le catalogue.

Sport Buzz Business, 16 octobre 2026

04 / Sanofi prend le maillot blanc sur les deux Tours

Le 16 octobre, A.S.O. annonce un partenariat avec Sanofi à partir de 2027. Le groupe devient partenaire du maillot blanc, attribué au meilleur jeune, sur le Tour de France et le Tour de France Femmes avec Zwift. L'accord prévoit des actions de sensibilisation à la santé et à la culture scientifique dans les villes-étapes, les espaces destinés au public et en ligne, avec des professionnels de santé et des associations. Le montant de l'engagement n'est pas précisé.

Le Tour offre une combinaison particulière de visibilité télévisée et de rencontres sur le terrain. Pour un partenaire, cette présence itinérante permet de concevoir des opérations locales tout en conservant une identité nationale. Associer les courses masculine et féminine donne également une continuité à la prise de parole. L'intérêt du dispositif dépendra de la réalité des actions : leur accessibilité, la participation et la qualité des informations seront des critères plus utiles que la seule exposition du logo.

A.S.O. / Tour de France, 16 octobre 2026

05 / Nouvelle Donne veut réunir les décideurs du sport féminin

Présenté dans la presse le 13 octobre, le sommet Nouvelle Donne de SportpowHER est annoncé pour le 1er décembre à la LDLC Arena de Lyon-Décines. Il doit réunir environ 150 professionnels : marques, clubs, fédérations, médias, investisseurs et athlètes. Le programme porte notamment sur la médiatisation, le sponsoring, les publics et la valeur économique des championnes. Eugénie Le Sommer et Marie Patouillet figurent parmi les personnalités annoncées. Il s'agit du lancement d'un rendez-vous à venir, non de son bilan.

Le besoin auquel répond ce format est concret : rapprocher ceux qui cherchent des financements de ceux qui peuvent acheter des droits, soutenir un projet ou diffuser une compétition. Une journée peut faciliter ces premières rencontres, mais sa valeur se jugera ensuite. Les partenariats signés, les projets poursuivis et la qualité des données partagées seront de meilleurs indicateurs que le seul nombre de participants. Le sport féminin gagne à être discuté avec des exemples économiques précis.

Sport Buzz Business, 13 octobre 2026