

VEILLE SPORT BUSINESS

SEMAINE DU 3 → 9 AOÛT 2026

N°02

Une console, un tournoi, un assistant : trois façons de capter le public du sport. Electronic Arts passe sous contrôle privé pour 55 milliards, la Coupe du monde fait bondir les recettes de Fox, Google fait de Gemini un sponsor du PSG.

LES 5 INFOS À RETENIR

- | | | |
|--|--|------|
| 55 Md\$ | Electronic Arts racheté pour 55 Md\$ | p. 2 |
| <p>Le consortium PIF-Silver Lake-Affinity Partners contrôle désormais l'éditeur d'EA Sports FC, Madden NFL et F1. Le sport, le jeu vidéo et les communautés en ligne passent sous le même contrôle, dans l'un des plus gros rachats de l'histoire du divertissement.</p> | | |
| <hr/> | | |
| +78 % | Le Mondial 2026 dope spectaculairement les comptes de Fox | p. 2 |
| <p>4,21 Md\$ de revenus trimestriels et des recettes publicitaires en hausse de 78 %, à 1,92 Md\$. La compétition a aussi servi d'accélérateur à son offre de streaming.</p> | | |
| <hr/> | | |
| 2029 | Le PSG signe avec Google jusqu'en 2029 | p. 3 |
| <p>Gemini devient l'assistant IA officiel du club et Pixel son smartphone officiel, l'un des premiers accords européens présentant une IA comme une catégorie majeure de sponsoring.</p> | | |
| <hr/> | | |
| 2033 | Arsenal et Manchester United sécurisent deux gros accords | p. 3 |
| <p>Emirates restera sur le maillot et le stade d'Arsenal jusqu'en 2033 ; Betway apparaîtra sur les tenues d'entraînement de Manchester United, dans un accord estimé à 20 M£ par an.</p> | | |
| <hr/> | | |
| 4,67 M€ | Le Tour de France Femmes confirme son potentiel et sa fragilité | p. 4 |
| <p>La propriété attire davantage de partenaires et d'audience, mais budgets et salaires progressent plus vite que certaines recettes. Le modèle entre dans une phase décisive.</p> | | |

ÉGALEMENT DANS CETTE ÉDITION

- | | | |
|----------------------|---|------|
| DROITS MÉDIAS | Liberty Media : baisse comptable, pas nécessairement économique | p. 4 |
| <hr/> | | |
| | DAZN teste le cricket international | p. 4 |
| <hr/> | | |
| | Tendances de fond | p. 5 |
| <hr/> | | |
| | Sources | p. 5 |

INVESTISSEMENT ET GAMING

Electronic Arts passe sous contrôle privé

LES FAITS

Le 4 août, EA a finalisé son rachat par le consortium PIF (fonds souverain saoudien), Silver Lake et Affinity Partners. La transaction valorise l'entreprise 55 milliards de dollars (210 \$ par action) et sort EA de la cote. Le financement annoncé à la signature comprenait ~36 Md\$ de fonds propres et jusqu'à 20 Md\$ de dette. EA détient notamment EA Sports FC, Madden NFL, F1, UFC, NHL et divers actifs esport.

Sources [1] [2]

ANALYSE

L'acquisition dépasse le jeu vidéo. EA contrôle une partie de la relation quotidienne entre les grandes propriétés sportives et leurs supporters les plus jeunes. Ses jeux sont déjà des médias interactifs, des espaces de publicité, des lieux de rassemblement et des vitrines pour les ligues, les clubs et les sponsors. Pour le PIF, EA complète une présence déjà forte dans le football, le golf et l'esport. Le fonds ne détient plus seulement des compétitions, mais les plateformes par lesquelles les jeunes générations regardent le sport.

MÉDIAS ET AUDIENCE

Fox transforme le Mondial en accélérateur économique

Fox Corporation, résultats trimestriels

INDICATEUR	RÉSULTAT
Chiffre d'affaires trimestriel	4,21 Md\$
Progression annuelle	+28 %
Recettes publicitaires	1,92 Md\$
Progression publicitaire	+78 %
Résultat net	691 M\$
Audience de la finale (Fox + Telemundo + Peacock)	62,8 M
dont diffusion anglophone de Fox	38,9 M
Inscriptions Fox One (juin)	2,8 M

Le groupe attribue l'essentiel de cette progression à sa couverture anglophone exclusive de la Coupe du monde aux États-Unis. La finale a réuni 62,8 millions de téléspectateurs américains, tous diffuseurs et plateformes confondus : 38,9 millions sur Fox en anglais et 23,9 millions sur Telemundo et Peacock en espagnol.

Sources [3] [4] [5]

ANALYSE

Le Mondial rapporte à Fox de trois façons. La publicité d'abord, les annonceurs payant une prime pour une audience massive en direct. L'abonnement ensuite, puisque le tournoi a recruté des clients sur Fox One. La fidélité enfin, le groupe affirmant que ces abonnés restent plus longtemps que prévu. Les nouvelles pauses

d'hydratation ont par ailleurs créé des espaces publicitaires supplémentaires : une mesure prise pour la santé des joueurs finit par rapporter de l'argent.

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Google devient partenaire premium du PSG

LES FAITS

Le PSG et Google ont signé un partenariat premium jusqu'en 2029. Gemini devient l'assistant IA officiel du club, Pixel son smartphone officiel. Les équipes internes utiliseront les outils Google pour produire des contenus, et un espace Google ouvrira au Parc des Princes pour les partenaires et les créateurs. Les termes financiers n'ont pas été communiqués.

Sources [6] [7]

ANALYSE

Google ne vend plus seulement du cloud ou de la technologie : c'est le produit Gemini lui-même qui devient un objet de sponsoring. La firme cherche à faire de son IA une habitude quotidienne. Le PSG lui apporte une audience mondiale, une forte présence sur les réseaux et des joueurs capables de montrer l'outil en situation. Aucune campagne publicitaire classique ne produit ce type de contenu.

Le succès dépendra de l'intégration réelle. Filmer les coulisses au Pixel est visible mais copiable ; les activations différenciantes seraient plutôt :

- un assistant conversationnel personnalisé pour les supporters ;
- des contenus adaptés automatiquement selon pays et langues ;
- des recommandations de matchs, produits ou expériences ;
- une meilleure exploitation des archives du club ;
- des outils internes de création et de gestion de contenus.

SPONSORING FOOTBALL

Continuité premium et contournement réglementaire

ARSENAL-EMIRATES JUSQU'EN 2033

Arsenal et Emirates prolongent jusqu'en 2033 un partenariat né en 2006, qui couvre la face avant du maillot, les tenues d'entraînement et le nom du stade. La durée est l'élément majeur. Emirates sécurise l'un des actifs les plus visibles de Premier League, Arsenal réduit son risque commercial, et après vingt ans un changement de nom coûterait cher aux deux parties.

MANCHESTER UNITED-BETWAY

Betway devient partenaire principal et sponsor des tenues d'entraînement des équipes masculine et féminine de Manchester United, dans un accord évalué par la presse britannique à environ 20 M£ par saison. Il intervient alors que les clubs retirent les opérateurs de paris de la face avant dès 2026-2027, une interdiction qui ne couvre ni l'entraînement, ni les manches, ni les activations numériques.

Les dépenses des opérateurs de paris ne disparaissent pas, elles se déplacent vers les inventaires encore autorisés, à forte exposition hebdomadaire. Un rapport Nielsen observe en parallèle l'arrivée de fintechs et de fonds souverains sur les faces avant libérées. La réglementation redistribue les catégories plus qu'elle ne réduit la valeur.

Sources [8] [9] [10]

DROITS MÉDIAS

Liberty Media : baisse comptable, pas nécessairement économique

Formule 1, résultats du deuxième trimestre 2026

INDICATEUR	T2 2026	ÉVOLUTION
Revenus	764 M\$	-38 %
Résultat opérationnel	73 M\$	—
Résultat opérationnel avant amortissements	139 M\$	-61 %
Revenus semestriels	1,381 Md\$	-15 %

Mais quatre Grands Prix de moins ont été organisés sur le trimestre par rapport à 2025 (trois de moins sur le semestre).

Sources [11] [12]

ANALYSE

Il ne faut pas lire mécaniquement la baisse comme un recul de la popularité : droits médias, promotion des courses et une partie du sponsoring sont comptabilisés selon le nombre d'épreuves. La marge se contracte plus que les revenus, car certains coûts restent fixes. L'indicateur pertinent sera le résultat annuel, calendrier complet disputé. La publication illustre néanmoins une faiblesse : des comptes très volatils selon la répartition trimestrielle des courses.

DAZN teste le cricket international

DAZN a acquis au Royaume-Uni les droits ponctuels de la série de Test cricket Australie-Bangladesh, sa première diffusion autonome de cricket international, avec un signal produit par Fox Sports. L'accord est limité mais fonctionne comme un test stratégique : DAZN a racheté Foxtel (droits domestiques australiens jusqu'en 2031) et pourrait préparer les futures enchères sur les tournées anglaises ou les Ashes. Les diffuseurs traditionnels ne raflent plus automatiquement tous les petits lots internationaux ; de nouveaux entrants achètent des droits ciblés à prix raisonnable pour tester une discipline.

Sources [13] [14]

SPORT FÉMININ

Succès commercial et vigilance économique

LE TOUR DE FRANCE FEMMES GRANDIT

L'édition 2026 s'est achevée le 9 août à Nice, remportée par Demi Vollering. Les indicateurs commerciaux progressent : 25 marques et institutions associées (contre 19 en 2025), une communauté sociale d'environ 3,34 millions d'abonnés, et des discussions accrues autour d'une diffusion intégrale des étapes. Scalable Capital est par ailleurs devenu partenaire de Canyon-SRAM, remplaçant Zondacrypto.

LE MODÈLE DES 500 SPONSORS DE MA PETITE ENTREPRISE

L'équipe Ma Petite Entreprise repose sur un modèle inhabituel : plus de 500 PME et particuliers la financent, avec un objectif de 1 000 contributeurs. Le système réduit la dépendance à un sponsor-titre unique, au prix d'un suivi client très structuré et d'activations mutualisées.

LE RISQUE DE SURCHAUFFE

Le budget moyen d'une équipe féminine WorldTour approche 4,67 M€, et plusieurs dirigeants alertent sur des salaires progressant plus vite que les revenus de sponsoring et de diffusion.

Sources [15] [16]

TENDANCES DE FOND

Ce que la semaine dit du marché

L'IA se vend comme une catégorie de sponsoring, et non plus comme un outil fourni en coulisses aux clubs.

Les restrictions sur les paris déplacent les budgets vers le training kit, les manches et les dispositifs numériques.

Les jeux vidéo deviennent des infrastructures stratégiques du sport, au même titre que diffuseurs et réseaux sociaux.

Le Mondial valide la valeur du direct, pour la publicité comme pour l'acquisition d'abonnés.

Les contrats très longs reviennent sur les actifs premium, comme le montre Arsenal-Emirates.

Le sport féminin doit gérer sa croissance, en évitant que les coûts progressent plus vite que les revenus.

SOURCES

Les données utilisées

Les sources **principales** de chaque dossier, et non des sources primaires : la presse et les agences y rapportent le plus souvent une annonce publiée ailleurs. Les numéros entre crochets renvoient aux mentions portées dans le corps du texte. **Officiel** : communiqué, comptes publiés, règlement ou texte de loi émanant de la partie concernée. **Presse** : média ou agence, source secondaire. **Estimation** : chiffre avancé sans confirmation de la source primaire, signalé comme tel dans le corps du texte.

INVESTISSEMENT ET GAMING

Electronic Arts passe sous contrôle privé

[1] OFFICIEL **Electronic Arts**, « *EA Announces Completion of Acquisition by PIF, Silver Lake, and Affinity Partners* », 4 août 2026.
<https://www.ea.com/news/ea-announces-completion-of-acquisition>

[2] PRESSE **Quartz**, « *PIF, Silver Lake, and Jared Kushner's Affinity Partners complete \$55 billion EA deal* », 5 août 2026.
<https://qz.com/pif-silver-lake-affinity-partners-ea-acquisition-55-billion-080526>

MÉDIAS ET AUDIENCE

Fox transforme le Mondial en accélérateur économique

[3] OFFICIEL **Fox Corporation (formulaire 8-K, SEC)**, « *Fox Corporation Reports Fourth Quarter and Full Year Fiscal 2026 Results* », 6 août 2026.
<https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/0001754301/000162828026053892/foxq42026earningsrelease.htm>

[4] PRESSE **CNBC**, « *Fox advertising, streaming service Tubi get boost from World Cup* », 6 août 2026.
<https://www.cnbc.com/2026/08/06/fox-advertising-streaming-service-tubi-get-boost-from-world-cup.html>

[5] PRESSE **The Hollywood Reporter**, « *TV Ratings: World Cup Final Scores 63 Million Viewers, Smashing All-Time High for Soccer in the U.S.* », 21 juillet 2026.
<https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/world-cup-final-tv-ratings-fox-telemundo-1236652686/>
 périmètre du chiffre de 62,8 M : Fox (38,9 M en anglais), Telemundo et Peacock (23,9 M en espagnol), mesure Nielsen

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Google devient partenaire premium du PSG

[6] OFFICIEL **Paris Saint-Germain**, « *Le Paris Saint-Germain annonce un partenariat pluriannuel avec Google Gemini et Google Pixel* », 3 août 2026.
<https://www.psg.fr/content/le-paris-saint-germain-annonce-un-partenariat-pluriannuel-avec-google-gemini-et-google-pixel-psg-club-news-2026-2027>

[7] PRESSE **The Next Web**, « *PSG names Google Gemini its official AI assistant and Pixel its official phone* », 4 août 2026.
<https://thenextweb.com/news/psg-google-gemini-pixel-partnership>

SPONSORING FOOTBALL

Continuité premium et contournement réglementaire

[8] OFFICIEL **Arsenal FC**, « *Arsenal and Emirates renew landmark partnership* », 6 août 2026.
<https://www.arsenal.com/news/arsenal-and-emirates-renew-landmark-partnership-aNgdG4z8FpG8>

[9] PRESSE **Inside World Football**, « *Man Utd agree Betway training kit deal* », 4 août 2026.
<https://www.insideworldfootball.com/2026/08/04/man-utd-agree-betway-training-kit-deal/>

[10] ESTIMATION **SportsPro**, « *Arsenal's '£70m' extension with Emirates continues England's most enduring stadium naming rights partnership* », 6 août 2026.
<https://www.sportspro.com/sponsorship-marketing/arsenal-emirates-stadium-renewal-70-million-shirt-august-2026/>
 valeurs annuelles rapportées par la presse (environ 70 M£ pour Emirates, environ 20 M£ pour Betway), non confirmées par les clubs

DROITS MÉDIAS

Liberty Media : baisse comptable, pas nécessairement économique

[11] OFFICIEL **Liberty Media**, « *Liberty Media Corporation Reports Second Quarter 2026 Financial and Operating Results* », 6 août 2026.
<https://www.libertymedia.com/news/detail/587/liberty-media-corporation-reports-second-quarter-2026>

[12] PRESSE **The Race**, « *F1 reveals distorted 61% income loss in latest earnings report* », 6 août 2026.
<https://www.the-race.com/business/f1-reveals-distorted-61-income-loss-in-latest-earnings-report/>

DAZN teste le cricket international

[13] **The Guardian**, « *Dazn buys Australia series rights as platforms jostle over England white-ball tour* », 7 août 2026.
PRESSE
<https://www.aol.co.uk/articles/dazn-buys-australia-series-rights-084503000.html>

[14] **Cricket Australia**, « *Global TV guide: Where and how to watch Australia v Bangladesh* », 12 août 2026.
OFFICIEL
<https://www.cricket.com.au/news/4555626/tv-guide-where-and-how-to-watch-australia-bangladesh-test-series-cricket-highlights-live-stream-broadcast-australia-uk-worldwide>

SPORT FÉMININ**Succès commercial et vigilance économique**

[15] **Nice Premium**, « *Tour de France Femmes 2026 : Demi Vollering sacrée une deuxième fois à Nice, les classements* », 9 août 2026.
PRESSE
<https://www.nicepremium.fr/sports/tour-de-france-femmes-2026-demi-vollering-sacree-une-deuxieme-fois-a-nice-les-classements/>

[16] **Bpifrance, Big Média**, « *Ma Petite Entreprise : le défi fou de participer au Tour de France à l'aide des PME et TPE françaises* », 21 janvier 2025.
PRESSE
<https://bigmedia.bpifrance.fr/nos-actualites/ma-petite-entreprise-le-defi-fou-de-participer-au-tour-de-france-a-laide-des-pme-et-tpe-francaises>

Veille Sport Business, édition n°02, 3 → 9 août 2026. Série « le business du sport par les chiffres », par Nicolas Herel.
Les liens ont été vérifiés à la date de publication de l'édition.