



Rendre mesurable l'engagement en sponsoring !

Souhaitez-vous savoir à quel point votre engagement sponsoring est performant ? Grâce à nos statistiques uniques sur le sponsoring et à nos analyses personnalisées, nous vous fournissons des réponses claires.

Nous vous montrons

- ✓ Comment votre engagement en matière de sponsoring se positionne par rapport à la concurrence
- ✓ Quelle valeur médiatique génère votre investissement à travers la télévision, la presse, l'out-of-home, le digital et les réseaux sociaux ?
- ✓ Quel impact produisent vos actions d'activation, telles que les actions sur place ?
- ✓ Comment comparer facilement des données !

Notre Sponsoring Media Value (SMV) offre une base précise et fondée sur des données pour prendre des décisions stratégiques. Vous tirez ainsi le meilleur parti de votre engagement.

Pour quels acteurs les analyses de sponsoring sont-elles destinées ?

Sponsors

- ✓ Benchmarking et analyse concurrentielle
- ✓ Base pour les décisions stratégiques en matière de sponsoring
- ✓ Arguments pour le budget et les ressources
- ✓ Contrôle du succès de votre sponsoring

Organisateurs, clubs, associations

- ✓ Benchmarking et analyse concurrentielle
- ✓ Contrôle des résultats pour les sponsors
- ✓ Acquisition de nouveaux sponsors
- ✓ Optimisation de l'offre de sponsoring

Pour quels canaux les analyses de sponsoring sont-elles disponibles ?



TV & Streaming



Print



Online



Social Media



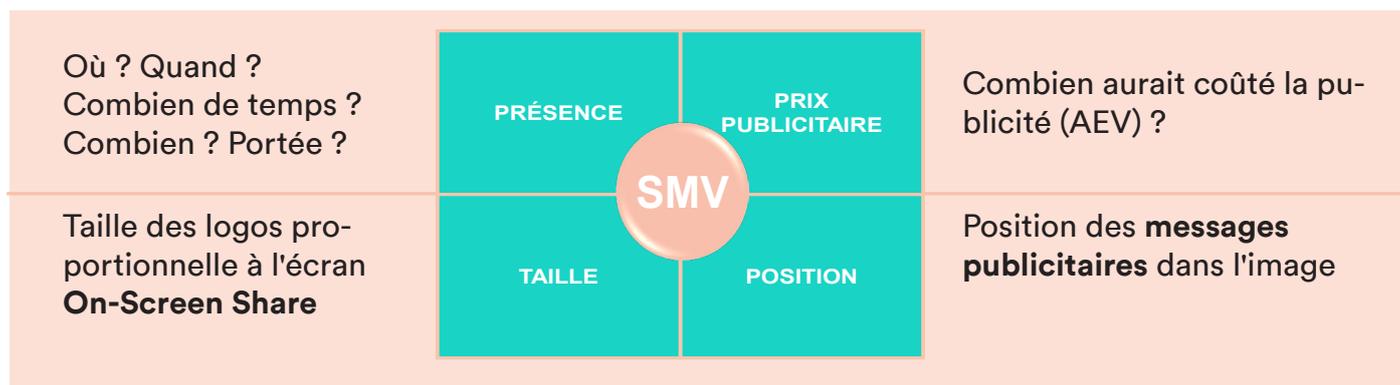
Out-of-Home

Sponsoring – Insights en détail

Nos insights s'appuient sur les paramètres suivants

 Présence	 Consommation	 Coûts publicitaires	 Valeur média du sponsoring
Présence: Documentation et analyse des retransmissions télévisées, des articles de presse imprimés et en ligne dans les principaux médias suisses, ainsi que des informations relatives à l'Out-of-Home et aux réseaux sociaux. En option : sur place	Les données complètes d'audience fournies par Mediapulse, WEMF et les diffuseurs permettent d'évaluer l'ampleur de la portée. Les analyses des groupes cibles sont réalisées en fonction de la disponibilité du canal médiatique.	Les tarifs publicitaires officiels des chaînes TV, des sites en ligne, des réseaux sociaux, des médias imprimés et out-of-home sont utilisés pour obtenir des valeurs d'équivalence publicitaire (AEV) précises.	Calcul du Sponsoring Media Value (en CHF) sur la base des valeurs d'équivalence publicitaire et du facteur de qualité.

Calcul du Sponsoring Media Value (SMV) pondéré (en francs suisses)



KPIs

Valeur pondérée du sponsoring / valeur médiatique du sponsoring	Valeur de sponsoring non pondérée	Facteur de qualité
Contre-valeur financière de la présence médiatique dans le cadre de l'engagement de sponsoring correspondant, en francs suisses, après pondération de la valeur (non pondérée) du sponsoring avec le facteur de qualité.	Contre-valeur financière de la présence médiatique sans tenir compte du facteur de pondération.	Représente le facteur d'écart entre la valeur de sponsoring non pondérée et pondérée. Plus la valeur est élevée, plus le sponsor était visible.
Portée du sponsor	Nombre de contributions	CPM
Représente le nombre brut de contacts par sponsor (équivalent à la « portée »). Le nombre brut de contacts sur tous les canaux médiatiques indique le nombre de contacts visuels en Suisse analysés pour l'input médiatique, c'est-à-dire sans la portée nette. Il ne tient pas compte des personnes qui ont été touchées plusieurs fois, ni du contenu.	Représente le nombre de contributions par sponsor dans les médias acquis et détenus. Dans les statistiques publicitaires externes, nous les regroupons par fournisseur de médias, par jour ou par semaine. Dans les statistiques de sponsoring, il n'est pas toujours possible d'indiquer le nombre de diffusions, etc.	Le coût par mille contacts calcule le montant nécessaire pour générer 1 000 contacts à partir des contacts bruts, de la durée de visibilité et des présences dans la presse écrite, en ligne et sur les réseaux sociaux. À la télévision, le CPM est calculé sur la base d'unités de 30 secondes (ancienne durée classique des spots télévisés).

Statistiques de sponsoring – Benchmarking du sponsoring

Une statistique de sponsoring unique pour mesurer en continu l'engagement médiatique de vos sponsors auprès des clubs et événements !

Points forts des statistiques de sponsoring

- ✓ Informations sur plus de 160 sponsors suisses
- ✓ Analyse continue de plus de 40 événements sportifs et de divertissement en Suisse
- ✓ Y compris les championnats d'Europe et du monde organisés en Suisse
- ✓ Accès à la demande (série chronologique à partir de janvier 2024)
- ✓ Canaux médiatiques pertinents (TV, presse écrite, OoH, en ligne et réseaux sociaux)
- ✓ Publicité (TV, presse écrite, affichage, cinéma, en ligne) des organisateurs d'événements et des sponsors
- ✓ Toutes les données dans un tableau de bord interactif, pour une flexibilité maximale :
 - ✓ Analyses individuelles et interactives
 - ✓ Création de rapports personnalisés avec fonction d'exportation
 - ✓ Présentation des KPIs, notamment par sponsor, canal médiatique, média, concurrence, support publicitaire

Aperçu des sports et événements analysés

Football	Hockey	Sports d'hiver	Cyclisme	Sports en salle	Tennis	Athlétisme	Sports équestres	Divertissement + culture	Autres
Brack Super League	National League (H)	Ski Alpin World Cups CH	Tour de Suisse	Liga, Cup, National-Teams	Swiss Indoors Basel	Athletissima Lausanne	CSI Basel	Locarno Film Festival	Curling WM
AXA Women's Super League	National League (F) (ab 25/26)	Snowboard/Freestyle World Cups CH	Tour de Romandie	Basket	Gonet Geneva Open Genf	Weltklasse Zürich	CHI Genf	Zurich Film Festival	Beach Volley Gstaad
National Teams	National Teams	Skisprung World Cup CH	UCI WM Strasse Zürich	Handball	EFG Swiss Open Gstaad	Spitzenleicht-athletik Luzern	CSIO St. Gallen	Montreux Jazz Festival	Omega European Masters
UEFA Women's Euro 2025	Spengler Cup		UCI WM MTB Wallis	Volleyball Unihockey				Paleo Festival Art on Ice Baloise Session Open-Air-Festivals	Super-10-Kampf der Sporthilfe

Situation en juin 2025.

Les championnats d'Europe et du monde dans les disciplines sportives susmentionnées qui se déroulent en Suisse sont pris en compte dans les statistiques de sponsoring. Les matchs des équipes nationales (matchs amicaux, tournois sur invitation, etc.) dans les disciplines sportives susmentionnées sont pris en compte de manière systématique, même en dehors de la Suisse.

Analyses de sponsoring – Insights individuels

Nous proposons des analyses sur mesure couvrant l'ensemble du sponsoring, des canaux médiatiques aux activations sur site.

C'est vous qui définissez le périmètre !

- ✓ Votre événement ou votre marque ne figure pas dans les statistiques de sponsoring ?
- ✓ Vous souhaitez mesurer la valeur de votre événement de sponsoring sur place ?
- ✓ Il vous manque certains titres médiatiques (par exemple régionaux) ?
- ✓ Vous avez d'autres mesures d'activation que vous souhaitez mesurer ?

Grâce à nos analyses individuelles, seules ou combinées aux données issues des statistiques de sponsoring, nous trouvons la solution adaptée à vos besoins.

Points forts des analyses de sponsoring individuelles

- ✓ Tous les canaux médiatiques pertinents (télévision, presse écrite, Internet et réseaux sociaux), ainsi que les médias spécifiques à l'événement (presse écrite, télévision, Internet)
- ✓ Intégration de la publicité (TV, presse, out-of-home, cinéma, en ligne) des organisateurs d'événements et des sponsors. Création de rapports personnalisés avec export en PDF
- ✓ Activités sur place (flyers, échantillonnage, écrans, stands, etc.)
- ✓ Activation spécifique et droits non médiatiques (témoignages, hospitalité, billets, etc.)
- ✓ Analyses quantitatives et qualitatives supplémentaires (sentiment, public cible, etc.)

Analyses sur place

Les facteurs suivants sont notamment pris en compte pour l'évaluation :

- ✓ Nombre de visiteurs par événement
- ✓ Opportunités de contact par support publicitaire / sponsor
- ✓ Taille et qualité de la présence des sponsors
- ✓ Nombre de sponsors dans le champ de vision des visiteurs



Votre contact

Vous avez des questions sur nos produits et services ?
Notre équipe de consultants et d'analystes se tient à votre disposition !



+41 43 322 27 50



mediafocus@mediafocus.ch

Aperçu des prestations :

Statistiques de sponsoring vs analyse de sponsoring

Étendue des prestations	Statistiques de sponsoring	Analyse de sponsoring
Objectif	Base de données uniforme des engagements définis pour le contrôle de la performance et le benchmarking avec la concurrence	Enregistrement détaillé de tous les éléments pertinents pour mesurer le succès de votre engagement sponsoring
Base de données	Présence dans les médias et la publicité	Définissable individuellement
Sponsors	Échantillon défini (>160 sponsors)	Individuel
Événements	Environ 40 sports et événements définis en Suisse, matchs des équipes nationales, championnats d'Europe et du monde en Suisse et à l'étranger	Individuel
Canaux médiatiques	TV, presse écrite, Internet, réseaux sociaux, Out-of-Home	Individuel
Échantillon médias – Earned Media	TV, presse écrite, Internet, réseaux sociaux, comptes de l'organisateur	TV, presse écrite, Internet, réseaux sociaux, comptes de l'organisateur Échantillons complets dans tous les canaux médiatiques (toutes les publications paraissant régulièrement en Suisse) Analyse individuelle des réseaux sociaux possible
Publicité	TV, presse écrite, Internet, Out-of-Home (organisateurs et sponsors)	TV, presse écrite, Internet, Out-of-Home (organisateurs et sponsors)
Activités sur place / activations	non incluses	Individuelles
Indicateurs clés	Visibilité, portée, valeur médiatique du sponsoring (SMV) (en CHF)	Statistiques de sponsoring + autres indicateurs clés possibles selon les besoins
Évaluation	possible rétroactivement	environ 6 semaines après la fin de la période d'analyse
Forme de livraison	Tableau de bord interactif (l'accès nécessite une licence PowerBi Pro de l'utilisateur)	Rapport au format PDF
Série chronologique	à partir de janvier 2024	Aucune série chronologique disponible