

L'Arcom : audiovisuel et sport féminin

La Coupe du monde féminine de football, édition 2023 vient de débiter en Australie et Nouvelle-Zélande. La Tour de France Femmes se lance ce jour sur les routes !

L'Arcom dresse un état des lieux de la consommation audiovisuelle de sport féminin, objet d'une attention et d'attentes croissantes de la part des Français.

. Quelques points :

- 62% des 15 ans et plus consomment des contenus sportifs féminins (*qu'il s'agisse de retransmissions ou de contenus périphériques*) dans les médias,
- 56% des femmes interrogées indiquent regarder ou écouter des contenus sportifs féminins au moins une fois de temps en temps, contre 69% des hommes,
- **Le football** arrive en tête des disciplines les plus suivies par les consommateurs de sport féminin (53% des répondants concernés), devant le **tennis** (47%) et **les sports d'hiver** (38%).
- Ce sont en premier lieu les **grandes compétitions internationales, mixtes** ou strictement féminines, qui offrent l'occasion de suivre du sport féminin, ce qui peut expliquer des pratiques de consommation le plus souvent occasionnelles concernant les programmes de sport féminin.
- 64% se déclarent prêts à visionner davantage de sport féminin si l'offre en télévision était plus importante.

L'étude complète : [ICI](#)