

SPORSORA DATA CENTER #4 : AUTOMOBILE & SPONSORING LA PLACE DU SECTEUR AUTOMOBILE DANS LE SPONSORING SPORTIF

Le chassé-croisé observé entre Peugeot et Renault sur le tournoi de Roland-Garros témoigne de l'activité intense du marché de l'automobile dans le domaine du sponsoring sportif, levier puissant pour ce marché fortement concurrentiel. Dans ce contexte et en marge des mythiques 24 heures du Mans et du Grand Prix de France de Formule 1, SPORSORA décrypte ce secteur d'activité qui regroupe des sponsors majeurs aussi bien sur le marché français qu'international.

Dans la continuité des DATA CENTER « [GenZ](#) », « [Sponsoring](#) » et « [Sport & Médias](#) », découvrez les chiffres clés du marché de l'automobile et les grandes tendances du sponsoring de ce secteur issus d'une étude réalisée par SPORSORA en collaboration avec SPORT MARKET.

Au cours de l'année 2021, **1 659 008 voitures particulières neuves ont été immatriculées en France***. Ce chiffre est en légère progression comparé à 2020 (+0,5%) mais demeure éloigné des 2 214 279 véhicules neufs immatriculés en 2019 (-25,1%). On notera que le **podium est 100% français** et qu'à eux trois, **Peugeot, Renault et Citroën** possèdent 43% des parts du marché automobile français.

Peugeot devient pour la première fois de l'histoire, le leader du marché français devant **Renault** qui a vu ses ventes baisser de 14,5%. **Citroën** occupe la 3^e place du podium et **Dacia**, la marque « low-cost » du Groupe Renault ne cesse de se développer.

Autre fait marquant, l'ascension de la marque **Tesla** (qui n'investit pas en sponsoring sportif) qui voit ses ventes passées de 7 372 véhicules en 2020 à 26 446 en 2021 (+258,7% en un an), illustrant l'engouement pour les modèles électriques/hybrides.

A noter également la performance de **Hyundai** (+31% en un an) qui s'affiche comme l'un des principaux gagnants de 2021 et l'un des rares constructeurs à proposer des modèles avec plusieurs types de motorisations.



[Cliquez](#) pour télécharger l'infographie complète en HD

Les positions des marques du Top 30 dans le sponsoring en France et à l'international

En France, les partenariats avec les **fédérations** sont privilégiés par les marques automobiles avec le **rugby**, le **running**, le **tennis**, le **football** et la **voile** comme territoires favorisés. En plus de ces partenariats, les marques vont également chercher à s'associer aux **compétitions** majeures et à recourir à des **ambassadeurs** afin d'être plus facilement associées au sport concerné.

À l'international, le **football** et le **tennis** sont les deux sports plébiscités : 15 marques automobiles du top 30 sont actives autour de ces disciplines au rayonnement international. D'autre part, afin de s'assurer une visibilité maximale et d'éviter de prendre parti, les marques vont privilégier des partenariats avec des **compétitions majeures**.

Les positions des marques dans le sport automobile et dans l'esport

Côté compétitions, la **Formule E**, la **Formule 1**, et le **Rallye (WRC)** sont les 3 compétitions automobiles les plus fréquemment investies par les 30 premières marques automobiles du marché français, suivies par le **Dakar** et les **24 Heures du Mans**. On notera que hormis Mercedes, présente en Formule 1 et en Formule E, aucune marque n'investit dans plus d'une de ces compétitions.

Enfin, au-delà de leurs investissements dans le sport automobile, les marques de l'industrie automobile **diversifient leurs investissements** avec une présence dans les plus grandes compétitions d'**esport** et les meilleures teams au monde. Les sponsors souhaitant investir le secteur auront d'ailleurs tendance à **cumuler un partenariat avec une équipe et une compétition**.

** Source: CCFA/AAA Data - Edition 2021*

Retrouvez toutes les ressources, infographies et Data Center sur sporsora.com

À PROPOS DE SPORSORA

SPORSORA est l'Organisation référente pour penser et influencer le développement de l'économie du sport grâce à une convergence d'expertises, l'influence d'un collectif et un réseau engagé. Créée en 1994, SPORSORA regroupe plus de 250 membres (annonceurs, agences, détenteurs de droits, médias, instituts d'études et de formations...) et fédère un réseau de plus de 1 500 professionnels qui se rencontrent lors des nombreux événements organisés, échangent lors des workshops, des collèges et commissions, bénéficient de services et agissent dans l'intérêt général. sporsora.com