

Influenceurs mouillent le maillot (Les)

Titre(s): Influenceurs mouillent le maillot (Les) [[periodique]] / Emmanuel Morgan

Ensemble: Courrier international 1847

Auteur(s): Morgan, Emmanuel

Editeur, producteur: 26/03/26

Description matérielle: pp.46

ISSN: 1154-516X

Note sur la description matérielle: 1

Résumé ou extrait: Les ligues sportives américaines intègrent de plus en plus les influenceurs à leurs grands événements pour séduire un public jeune qui regarde davantage YouTube, TikTok et Twitch que la télévision. La NFL a ainsi mis en avant Jesser, youtubeur de 26 ans suivi par 37 millions d'abonnés, lors d'un match de flag football organisé avant le Super Bowl. Diffusée sur YouTube, cette rencontre a attiré plus de 14 millions de spectateurs en direct, soit davantage que le Pro Bowl, et a servi à promouvoir le flag football avant son entrée aux Jeux olympiques de Los Angeles en 2028. En septembre 2025, YouTube avait déjà diffusé un match de la NFL au Brésil avec MrBeast, fort de 469 millions d'abonnés, et IShowSpeed, qui en compte 51 millions. De son côté, la NBA a confié en janvier 2026 à Mark Phillips un commentaire en direct depuis le bord du terrain, puis a multiplié les tests de diffusions personnalisées sur Twitch, notamment à Berlin et à Las Vegas avec Phillips et Fanum. Pour les ligues, l'enjeu est stratégique : les droits de diffusion valent plusieurs milliards de dollars et les créateurs de contenu permettent d'élargir l'audience, de faire circuler les images sur les réseaux sociaux et d'augmenter l'engagement. La NBA s'appuie sur une politique plus ouverte depuis les années 2010, en laissant circuler librement ses meilleurs extraits. La NFL reste plus prudente sur le marché américain, où les diffusions alternatives demeurent dans l'écosystème de ses ayants droit, mais elle utilise davantage les matchs internationaux pour tester ces formats. Ce mouvement touche aussi les médias sportifs : Kenny Beecham a signé avec NBC pour intégrer trois de ses podcasts à l'offre numérique de la chaîne....

Sujet - Nom commun: Influenceurs -- Réseaux sociaux -- États-Unis
Sports -- Télévision -- États-Unis