

## Les réseaux sociaux

### Peut mieux faire

➤ Les résultats de l'édition 2014 du Digital Sport Challenge sont parus. Cette étude est consacrée aux usages des acteurs du sport français en matière de médias sociaux et de stratégie Internet et elle est le fruit de la collaboration entre Audencia Nantes École de Management, Kurt Salmon et KantarSport. Voici ce qui est dit à propos du basket :

Tony Parker est le numéro 1 des athlètes dans ce que l'étude appelle le « *cadre général* » (existence d'un site officiel, actualisé, esthétique, etc.), numéro 2 dans l'User Experience (photos et vidéos, moteur de recherche, newsletter, etc) et numéro 3 dans dans l'E-Commerce (espace marchand, disponibilité des produits, modalités de paiement, etc) et sur *Twitter* (nombre de followers, contenu, offres promotionnelles, etc).

TP est un peu l'arbre qui cache la forêt du basket professionnel français. « *Antibes et Cholet sont les seuls des 16 clubs (de Pro A) à obtenir la moyenne. (...) Avec une note globale de 52,92, les Sharks sont à la 45<sup>e</sup> place du classement toutes*

*catégories confondues. (...) Au niveau du ratio Facebook par spectateur, Gravelines-Dunkerque réalise une performance notable (6,25) très proche de celle des clubs du Top 14 (6,39) », est-il écrit. ●*

#### Voici les podiums par catégorie :

**Basics** : 1- Pau-Lacq Orthez, 2- Roanne, 3- Paris-Levallois.

**User experience** : 1- Cholet, 2- Asvel, 3- Antibes.

**Social Media** : 1- Le Havre, 2- Gravelines-Dunkerque, 3-Nanterre.

**E-Commerce** : 1- Le Mans, 2- Cholet, 3- Lyon-Villeurbanne.

**Facebook** : 1- Strasbourg, 2- Pau-Orthez, 3- Antibes.

**Twitter** : 1- Gravelines-Dunkerque, 2- Nanterre, 3- Antibes.

En ce qui concerne la LFB, l'étude note que « *au-delà des basics, le basket féminin est globalement homogène, mais faible sur l'ensemble des critères étudiés. » Nantes-Rezé se classe à la 51<sup>e</sup> place du classement toutes catégories confondues. ●*