

COMMISSION MÉDIA ET MARKETING



Directeur Général : MARINESCU Vlad

Directeur Média & Communication : MESSNER Nicolas

Membres : CROWLEY Joanne, GOULDING Grace, TOSHPULATOV Jakhongir, SABAU Gabriela, DI FELICIAntonio Emanuele, KULUMBEGASHVILI Tamara

Depuis le dernier Congrès de la FIJ, le plan média de la FIJ s'est affiné et continue de se développer afin de répondre efficacement à la demande des fans de judo et des médias. Il comprend une stratégie TV efficace, le développement continu du contenu du site internet et la mise en place de campagnes énergiques sur les réseaux sociaux. L'année 2021 a été marquée par les Jeux Olympiques de Tokyo 2020, alors que quelques mois plus tard, nous entamons déjà les préparatifs des Jeux de Paris 2024. Le service média est aussi bien actif sur la dimension sportive du judo (World Judo Tour) que sur la dimension éducative (Judo pour la Paix, Judo pour les Enfants, Academie FIJ, Climat, Egalité des Genres, etc.).

TV et OTT pendant les Championnats du Monde 2022 de Tachkent (Nielsen Sports)

- 881 heures de couverture TV (direct, différé, rediffusion, points fort, magazine sportif, magazine, infos)
- Audience cumulative : 93.6M
- 760 heures de visibilité de marque
- 1,424M impression d'événements : Japon, France et Brésil sont les pays avec le plus d'impression d'évènements
- Principaux marchés par audience cumulée : Brésil, France, Allemagne, Pays-Bas, Japon
- Principaux marchés par heure de diffusion: Croatie, Slevénie, Pan-Balkans, Israël, France

WEBSITE: www.ijf.org

Suite à la refonte du site internet intervenue au cours de la période précédente, le service média a considérablement augmenté le nombre d'articles publiés. Au cours de cette dernière période, une augmentation de près de 300% a eu lieu (1 020 articles contre 350). Afin d'augmenter encore la visibilité de chaque catégorie de poids lors des événements du circuit mondial, des articles par catégories sont désormais publiés.

Répartition des articles (1020)

- Interviews, histoires, vidéos : **172**
- Infos FIJ/NF : **150**
- Vétérans, kata, juniors, cadets : **85**
- Judo pour les Enfants : **69**
- Equité des genres : **46**
- IBSA, CISM, World Deaf, Jeux Méditerranéens, EYOF, Police, Jeux du Commonwealth, Jeux Islamiques : **39**
- Académie FIJ : **19**
- WJT : **167**
- Jeux Olympiques : **116**
- Championnats du monde : **73**
- Judo pour la Paix : **63**
- Forever Everest : **21**

RAPPORT DE LA COMMISSION MEDIA ET MARKETING



RÉSEAUX SOCIAUX : Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, TikTok...

Les médias sociaux sont désormais l'un des principaux canaux de communication de la FIJ. Notre organisation est dans le top 10 des fédérations internationales en termes de portée et fréquence de présence d'une organisation sur les réseaux sociaux (nombre de followers, croissance, portée, publications par jour, vues par jour, likes, commentaires, partages/retweet et interaction).

La FIJ est toujours très active sur sa chaîne Youtube et a récemment développé <https://live.ijf.org>, offrant la possibilité de suivre le circuit mondial en exclusivité avec un abonnement premium.

Fans et followers

Total : **2 907 887**

Instagram @judogallery + @judoogallerykids : **1 294 265**

Facebook : **991 241**

Youtube : **377 773**

TikTok : **143 288**

Twitter : **84 888**

Telegram : **10 523**

LinkedIn : **5 909**

Pays les plus actifs

Brésil, Russie, Inde, USA, Kazakhstan, France, Algérie, Mongolie, Philippines.

Au total, cela représente 2 907 887 personnes, ce qui correspond à une augmentation de plus de 30 % par rapport à la période précédente.

Lors des Championnats du monde de Tachkent 2022, plus de 10 millions de personnes ont été touchées sur nos plateformes de médias sociaux.

La nouvelle plateforme @judogallerykids sur Instagram compte déjà 10,5k followers et affiche un intérêt exponentiel.

COMMUNIQUÉS DE PRESSE

Depuis le dernier congrès, 133 communiqués de presse ont été envoyés à près de 4 000 contacts dans le monde, ce qui représente une augmentation de 80 % par rapport au cycle précédent. Un nouvel outil de conception et d'envoi de communiqués de presse a été mis en place pour une meilleure intégration dans les outils de communication de la FIJ.

ACCRÉDITATION MEDIA

En 2022, 756 médias étaient accrédités pour suivre les événements du circuit mondial de judo. Les événements les plus suivis ont été les Championnats du monde de Tachkent (177 médias), le Grand Chelem de Tokyo (134 médias) et le Grand Chelem de Paris (71 médias). En moyenne, 42 journalistes sont accrédités à chaque événement.

CONTENU VIDÉO

En plus des articles de presse réguliers publiés sur toutes nos plateformes (web + social), la FIJ continue de développer les formats existants ainsi que de nouveaux formats vidéo qui promeuvent le judo et ses valeurs.

JUDOFEST

Fin 2021, un nouveau format pour la deuxième édition du JudoFest a été mis en place avec la distribution des IJF Awards.



RAPPORT DE LA COMMISSION MEDIA ET MARKETING

Fonctionnalités spéciales sur IJF.org : FOREVER EVEREST

En 2022, les médias de la FIJ ont produit un documentaire complet sur l'ascension réussie du mont Everest par Sabrina Filzmoser, à partir du niveau de la mer. Le documentaire a été présenté en première en Autriche, en Grande-Bretagne et au Japon lors du Grand Chelem de Tokyo et sera rendu public en 2023.

JULIEN FAIT LE TOUR DU MONDE

Depuis janvier 2022, nous suivons Julien Brulard, judoka français, qui parcourt le monde.

THROW TO TASHKENT

Cette année, nous avons organisé le défi Throw to Tashkent. Plus de 1 000 judokas ont participé pour gagner gratuitement un voyage aux Championnats du monde. Sur ces 1 000 entrées, 4 gagnants sont venus à Tachkent avec leurs invités. La FIJ a couvert tout le voyage pour les gagnants du Canada, de la France, de la Pologne et du Nigeria.