

Onclusive



Grand Prix de France Historique 2026

Analyse Média

Du 1^{er} janvier 2026 au 31 mai 2026



FFSAI

CIRCUIT
PAUL RICARD

HVM
Racing

lip
ORIGINE OFFICIELLE

LE FIGARO

RMC DECOUVERTE

RMC

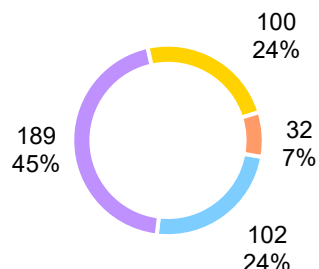


Key Insights

- Avec **423 articles** publiés, la couverture médiatique du Grand Prix de France Historique affiche une progression significative de 18%, portée par **83 supports différents**.
- L'événement consolide sa position avec un score stable (=) de **20,05 millions d'ODV**, démontrant sa capacité à fidéliser une audience massive d'une édition à l'autre;
- Le **sponsor-titre KENNOL** enregistre une **excellente progression de son EAE**, qui bondit de 185 % pour atteindre **216 K€** (contre 76 K€ en 2025).
- La valeur de l'exposition média atteint **1 190 410 euros en équivalent publicitaire**, portée majoritairement par le web (46%) et la presse (43%)

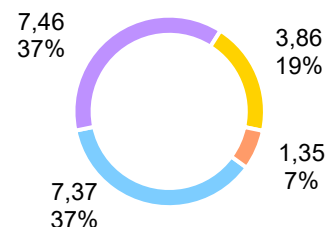
423 (+18%)

articles



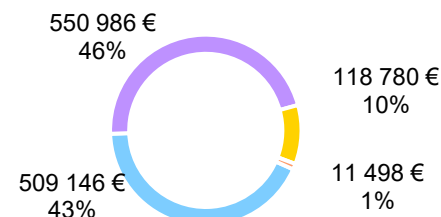
20,05 M (=)

occasions de voir
(ODV)



1 190 410 € (+5%)

équivalent achat d'espace
publicitaire



83 (vs 96)

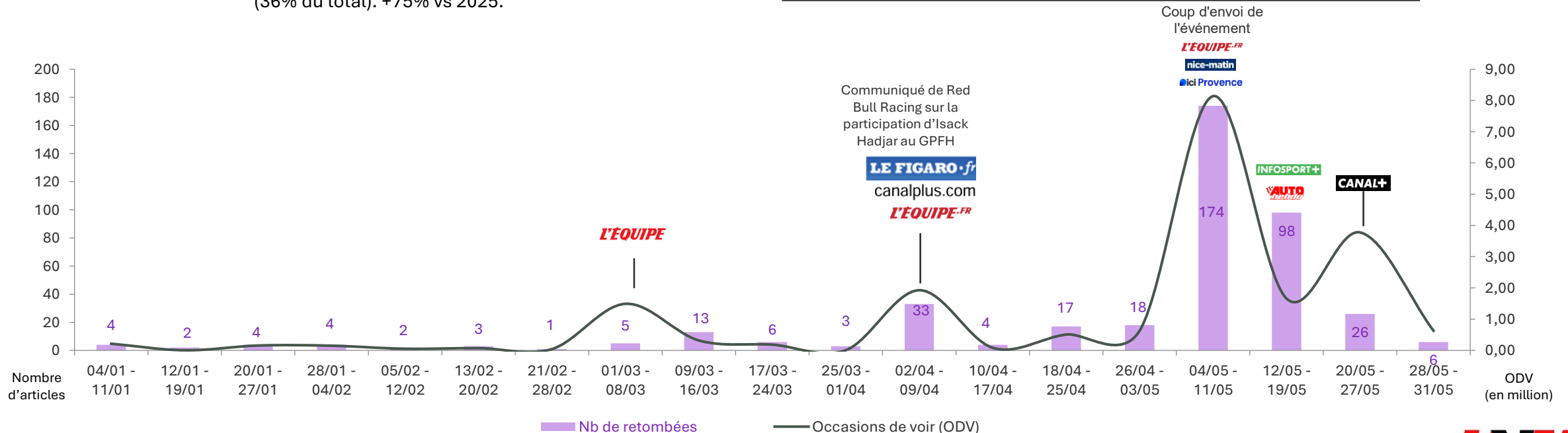
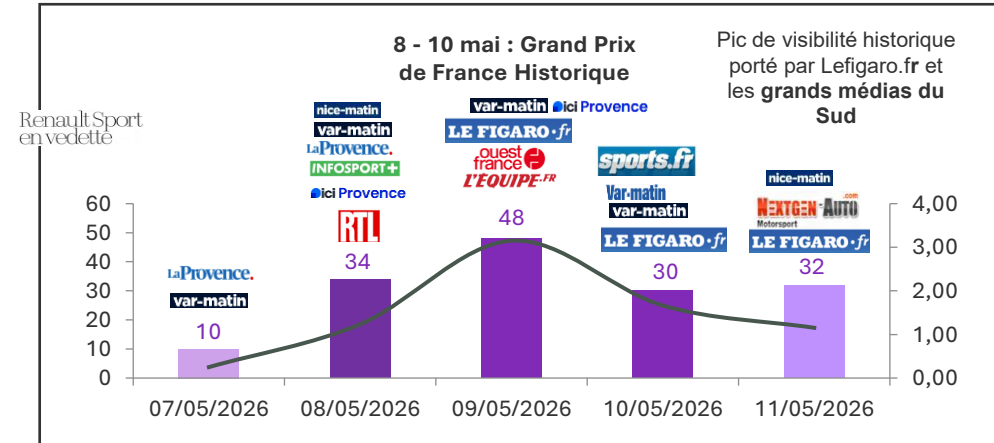
Supports
ont couvert le GPFH





Key Insights

- Un **dispositif de couverture continue en amont** de l'événement, touchant près de 7 millions de contacts, soit 35% de l'audience totale.
- Un **pic de visibilité lors du Grand Prix** : plus de **6 millions de contacts** et **112 retombées** en 3 jours (26% du volume et 30% de l'ODV). Une ferveur médiatique propulsée par un plateau de stars exceptionnel, mêlant les icônes **Prost-Alesi-Arnoux** à la nouvelle génération de la F1 **Esteban Ocon** et **Isack Hadjar**, sans oublier le champion du monde **Jacques Villeneuve**.
- Post event** : plus de **7 millions** de personnes touchées (36% du total). +75% vs 2025.

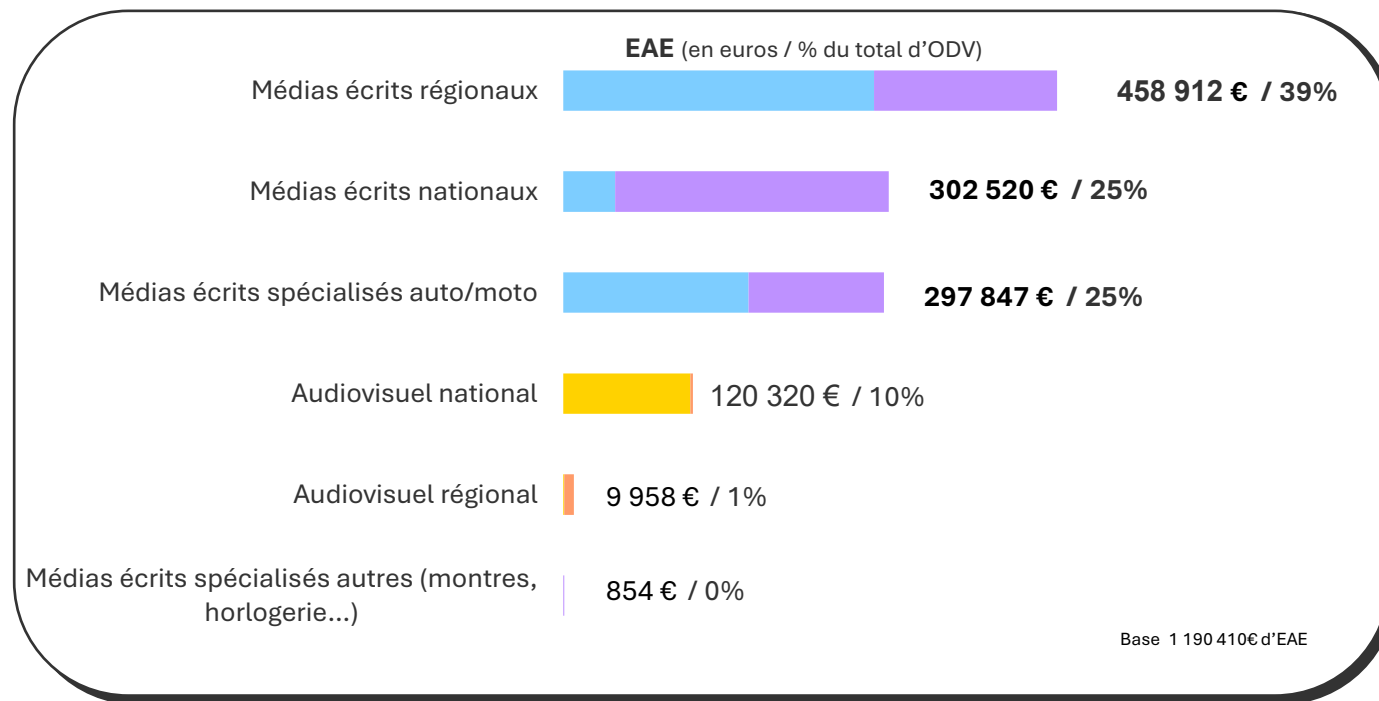
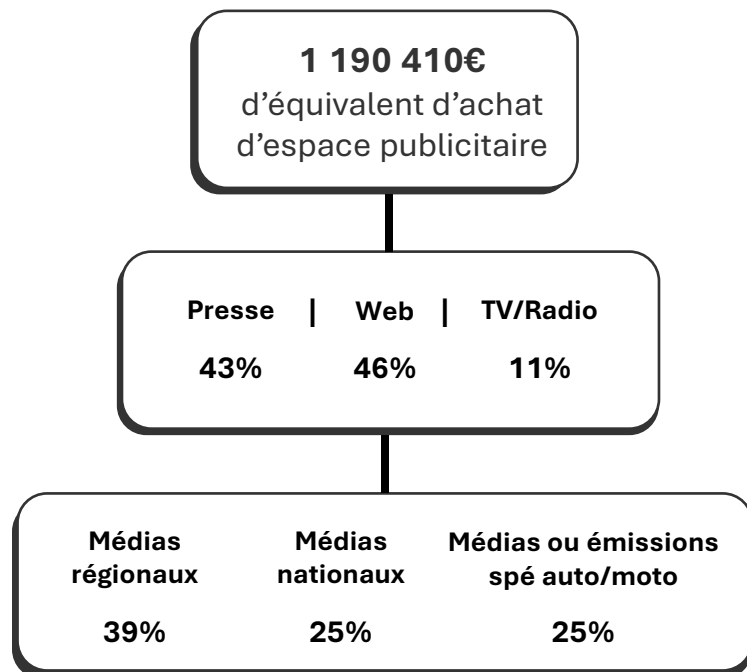


Le segment régional concentre l'essentiel de la valorisation média



Key Insights

- **L'ancrage territorial** s'impose comme le premier moteur de valorisation grâce à l'apport massif de titres comme *Nice Matin*, *Var Matin* et *La Provence*.
- **Les grands carrefours d'audience nationaux** comme *Auto-Hebdo*, *Lefigaro.fr*, *Canal+* et *L'Equipe* (print et web) convertissent la notoriété hors-région en un puissant levier de valorisation financière pour l'événement.
- L'EAE est solidement complété par les **média spécialisés auto/moto**, notamment grâce à la contribution d'*Auto-Hebdo*, de *motorsport.nextgen-auto.com* et d'*auto-moto.com*



■ Presse ■ Web ■ Télévision ■ Radio



Key Insights

- **AUTOhebdo** se positionne en tête du classement grâce à une couverture éditoriale soutenue avant et après l'événement. Cette performance s'explique notamment par la publication de plusieurs dossiers stratégiques lors de la journée clé du 13 mai, ainsi que d'un dossier supplémentaire le 6 mai.
- Avec 243 000 € d'EAU (20 % du total), le Groupe **Nice-Matin** s'appuie sur une stratégie éditoriale alliant rétrospective et actualité. Les contenus mettent en avant le patrimoine de la Formule 1 à travers des sujets dédiés à Ligier ou à la Tyrrell P34, complétés par des interviews exclusives de Jean Alesi et Olivier Panis et par la couverture des performances d'Esteban Ocon.
- **CANAL+** se hisse sur le podium au travers un reportage (24 mai) exclusif en immersion avec les pilotes français de F1 dans le paddock du Castellet.

Top en EAE (en euros)

Auto Hebdo	163 850 €
Nice Matin	115 214 €
CANAL+	102 704 €
lequipe.fr	101 700 €
Lefigaro.fr	84 600 €
Ouest-france.fr	65 985 €
Var Matin	56 255 €
Provence	55 777 €
Nicematin.com	46 534 €
Equipe	46 100 €
motorsport.nextgen-auto.com	38 984 €

nice-matin

« La Tyrrell P34, c'était son bébé » : on a fait une marche arrière de 50 ans sur les traces du pilote de F1 Patrick Depailler au Grand Prix de France Historique

Ce week-end, au Castellet, Loïc Depailler rend doublement hommage à son champion de père, Patrick Depailler, dans un livre... et sur la piste, à bord de la fameuse Tyrrell P34 à six roues.



CANAL+



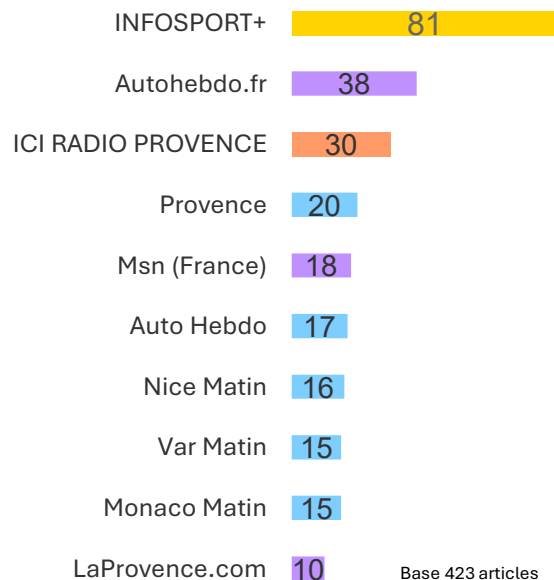
Base 1 190 410€ d'EAE



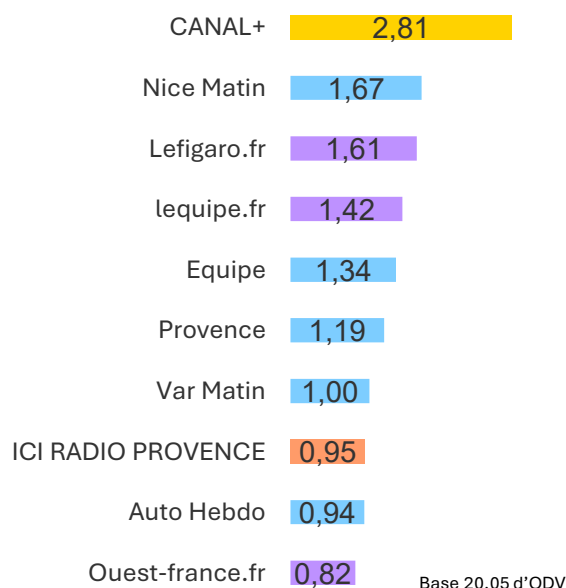
Key Insights

- CANAL+ surperforme largement les autres canaux et confirme la puissance de la télévision pour offrir une visibilité maximale à l'événement.
- INFOSPORT+ concentre l'essentiel de sa force de frappe sur la seule journée du 25 mai, qui regroupe 80 % de ses diffusions et s'appuie sur des sujets forts comme le roulage de Jacques Villeneuve dans la Ferrari historique de son père Gilles.
- Les quotidiens du Sud-Est** (Nice matin, La Provence, Var Matin) confirment un puissant ancrage territorial en franchissant tous la barre symbolique du **million d'ODV**. Cette présence éditoriale est parfaitement complétée sur le terrain par **Ici Radio Provence**, dont les interventions en direct au plus près du circuit renforcent l'ancrage territorial et la proximité de l'événement avec le public local.

Top en volume (en nombre d'articles)



Top en ODV (en million)



nice-matin

Au Castellet, les pilotes de Formule 1 Isack Hadjar et Esteban Ocon assurent le spectacle sur la piste du Grand Prix de France Historique



LE FIGARO.fr

Grand Prix de France Historique
: les secrets du circuit du
Castellet révélés virage après
virage par Franck Montagny

**Pourquoi KENNOL voit en le
Grand Prix de France
Historique le parfait
endroit pour allier business
et passion**

AUTOhebdo.fr



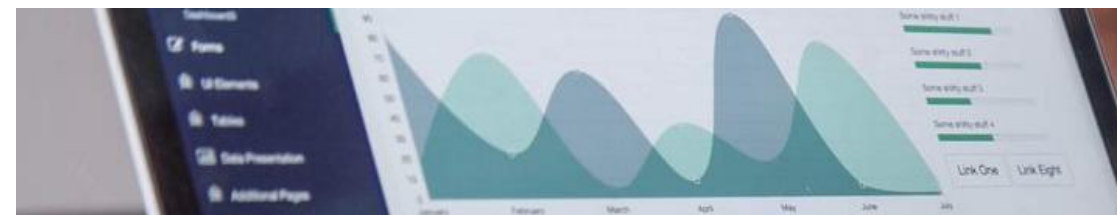
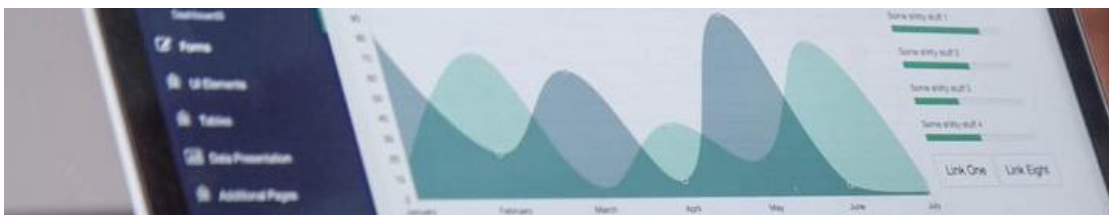
LaProvence.



Formule 1 : Ocon, Hadjar et Gasly attendus au Castellet pour le Grand Prix de France historique



Méthodologie détaillée



Méthodologie

- **Evaluation de l'exposition media du Grand Prix de France Historique**
- **Période d'observation : du 01/01/2026 au 31/05/2026**

• Indicateurs mis en œuvre :

- **Nombre d'articles**
- **Occasion de voir (OVD)** : nombre de contacts généré par une retombée media, calculé à partir de l'audience de chaque support. Sources : ACPM / Etude ONE, PQR66, à défaut OJD multiplié par le taux de circulation pour la presse écrite / Panel ComScore ou Similar Web pour le Web (visiteurs uniques par jour).
- **Equivalent achat d'espace** : équivalent publicitaire d'une retombée media en Euros, calculé à partir du tarif brut d'une page quadri couleur ou du spot 30 secondes. Sources : offre media et tarifs de la pige publicitaire de Kantar / Panel ComScore ou Similar Web pour le Web (tarif en coût pour mille calculé par retombée média à partir du nombre de visiteurs uniques par jour).

Corpus

L'analyse media est élaborée à partir de la base d'articles presse, web, tv et radio d'Onclusive France citant « Grand Prix de France Historique » ou « KENNOL Grand Prix de France Historique ».

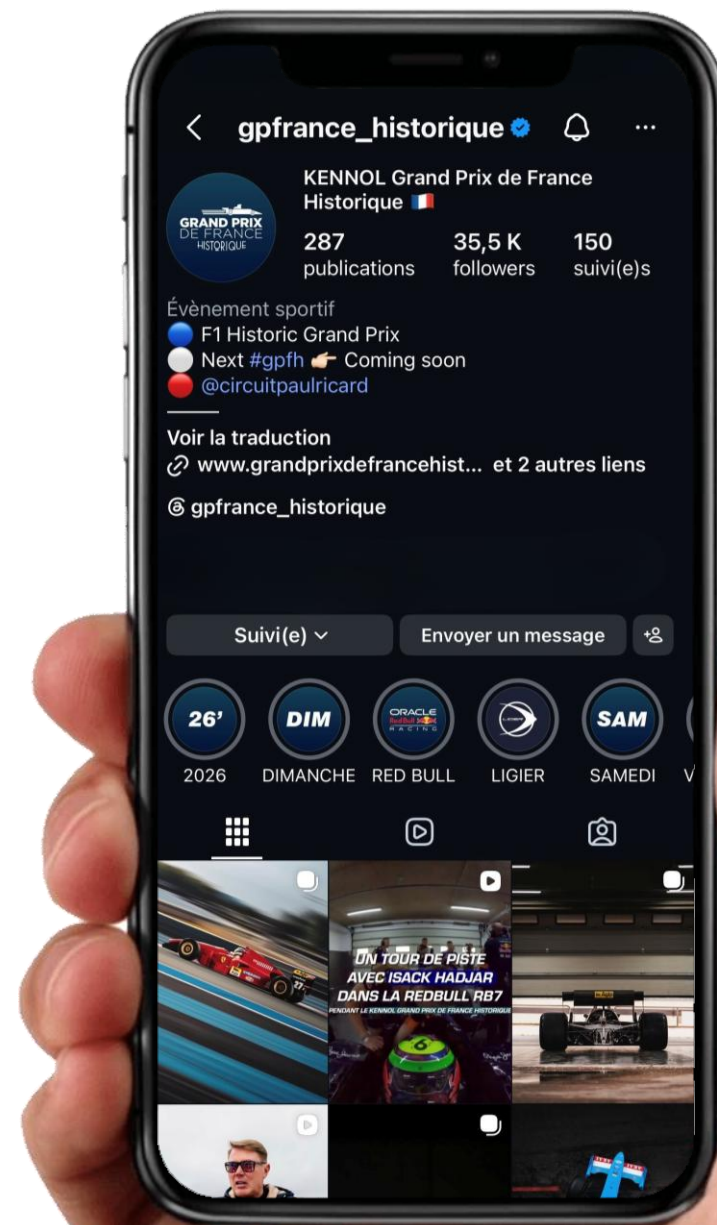


Grand Prix de France Historique 2026

Analyse digitale

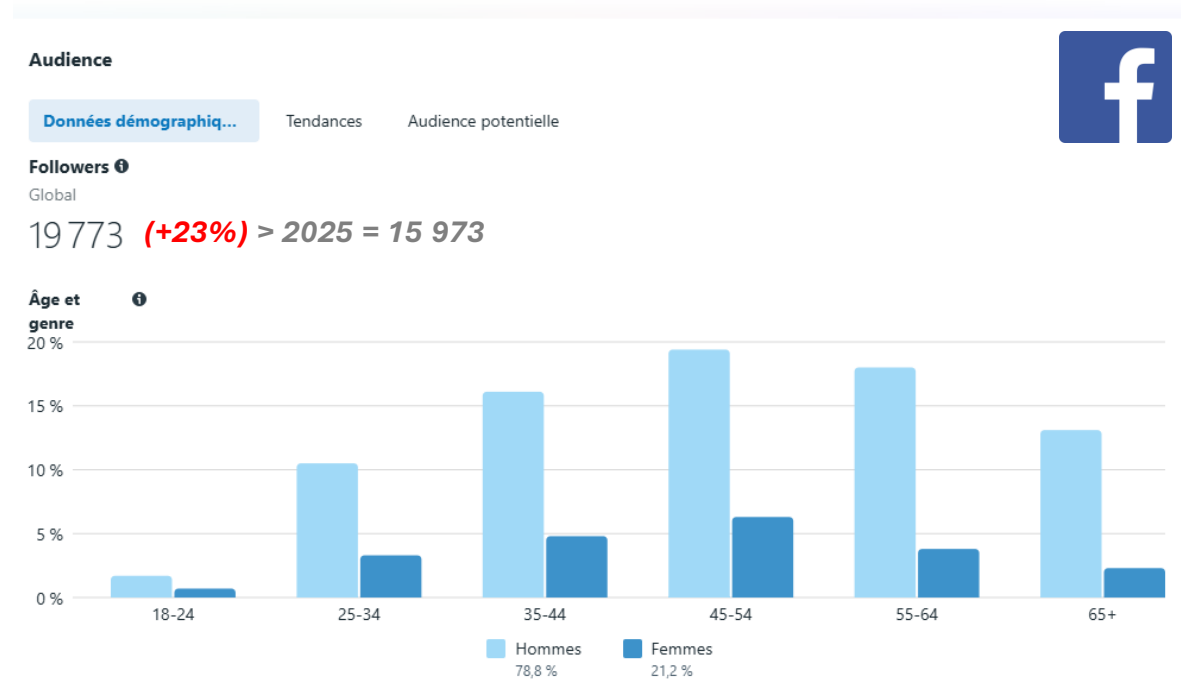
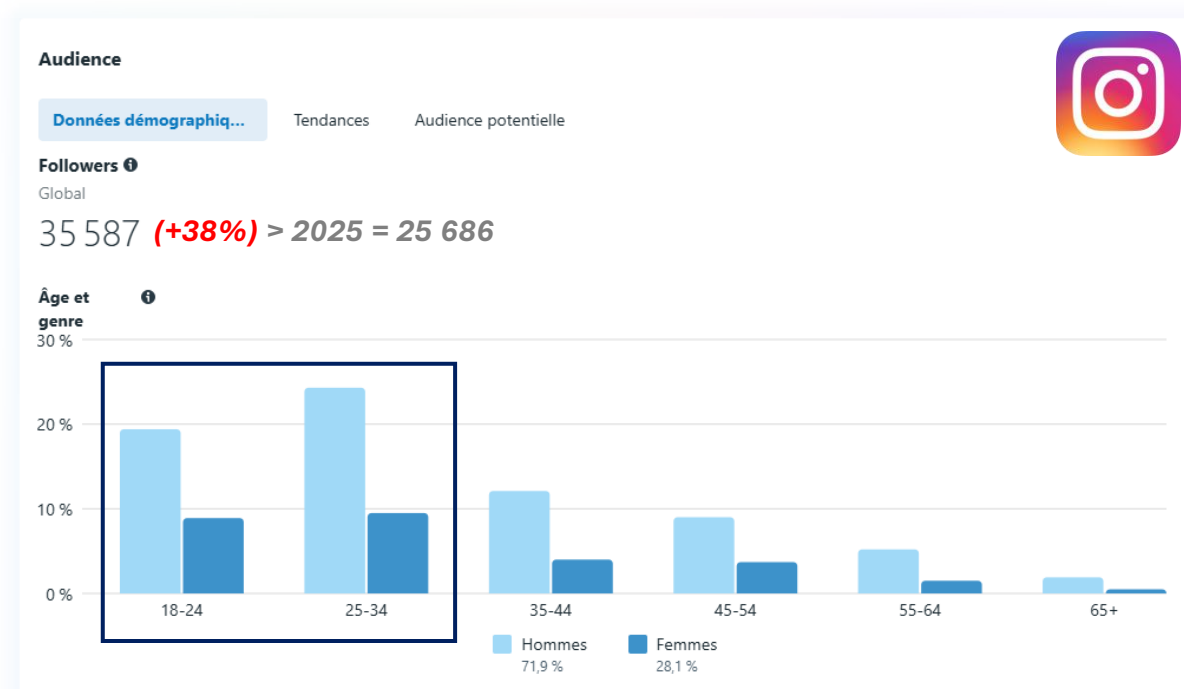
Facebook – Instagram – Youtube

Du 1^{er} janvier 2026 au 31 mai 2026



Key Insights

- Une **communauté** majoritairement **masculine** sur les 2 réseaux sociaux (**71,9%** sur Instagram ; **78,80%** sur Facebook).
- Un **rajeunissement de l'audience** lié à la forte croissance du nombre d'abonnés sur Instagram (+38% sur 12 mois)
- La **France** en top pays suivi de l'Italie et de la Belgique.



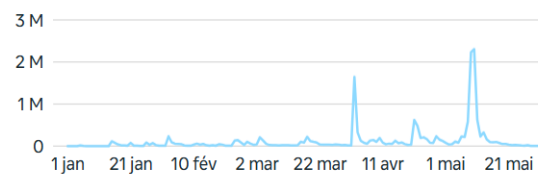
- Une **couverture importante pré-event** permettant de toucher plus de **5,5 M** de contacts sur Instagram et plus de **3 M** sur Facebook.
- Un **pic de visibilité lors du Grand Prix**, alimenté par une croissance du nombre de publications et de mentions.
- **Post event** : près de **1 M** de contacts touchés sur Instagram et **300 K** sur Facebook.



Vues ⓘ

17,5 M ↑ 3,2 K %

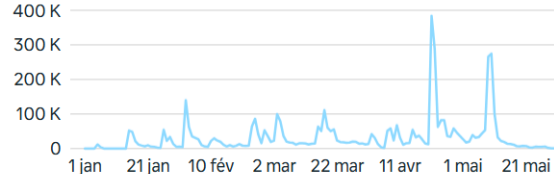
994 215 vues
16 508 217 vues



— Vues

Couverture ⓘ

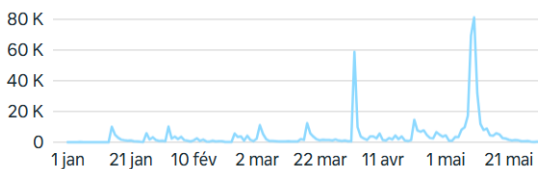
2,1 M ↑ 1,7 K %



— Couverture

Nombre d'interactions avec le contenu ⓘ

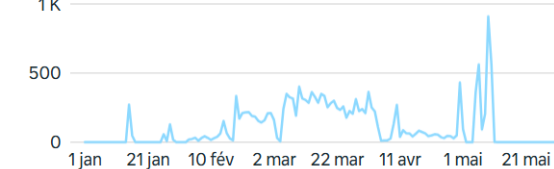
625,2 K ↑ 4,6 K %



— Interactions avec le contenu

Clics sur un lien ⓘ

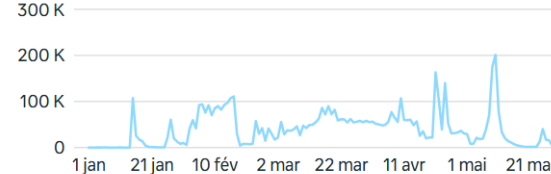
16,9 K ↑ 558,2 %



— Clics sur un lien sur Instagram

Vues ⓘ

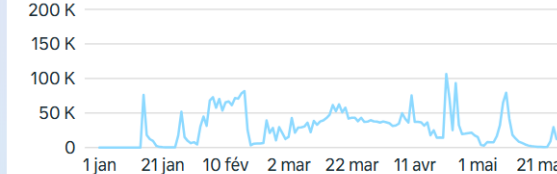
6,0 M ↑ 31 %



— Vues

Spectateur(ice)s ⓘ

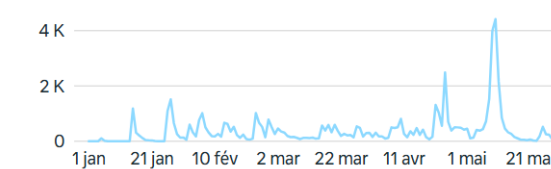
1,6 M ↑ 15 %



— Spectateur(ice)s

Nombre d'interactions avec le contenu ⓘ

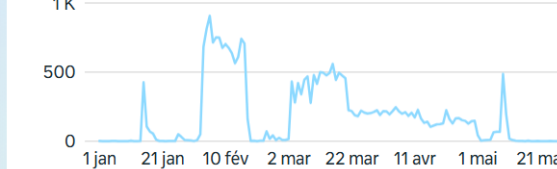
58,1 K ↑ 750,8 %



— Interactions avec le contenu

Clics sur un lien ⓘ

27,4 K ↓ 24,6 %



— Clics sur un lien sur Facebook





CLIQUEZ ICI

Du 20 avril 2026 au 20 mai 2026

Âge et genre

Vues · 20 avr. – 20 mai 2026

- Tout
- Vidéos
- Shorts
- Directs



Type d'appareil

Durée de visionnage (heures) · 20 avr. – 20 mai 2026

- Tout
- Vidéos
- Shorts
- Directs



Top des régions

Vues · 20 avr. – 20 mai 2026

- Tout
- Vidéos
- Shorts
- Directs





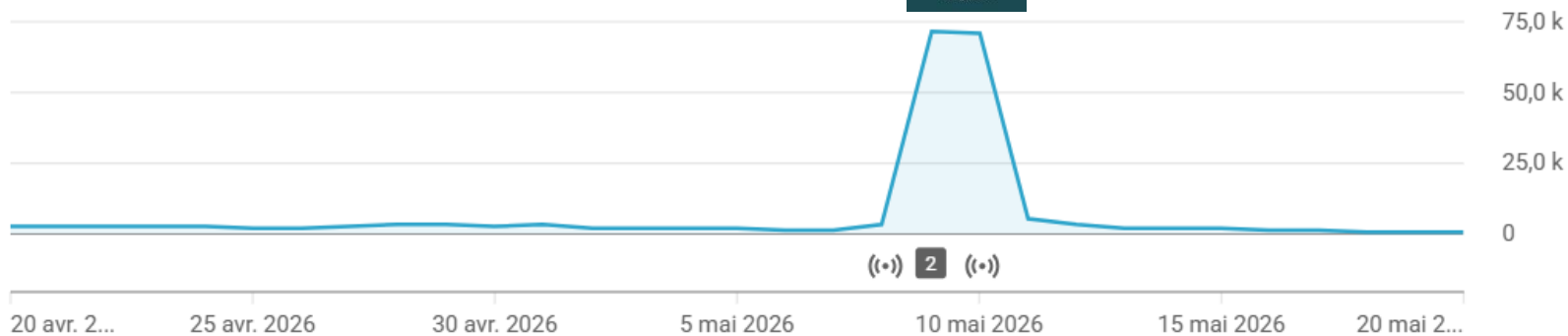
Un nombre de vues record lors des 3 jours du Grand Prix

Du 20 avril 2026 au 20 mai 2026

Vues
210,1 k

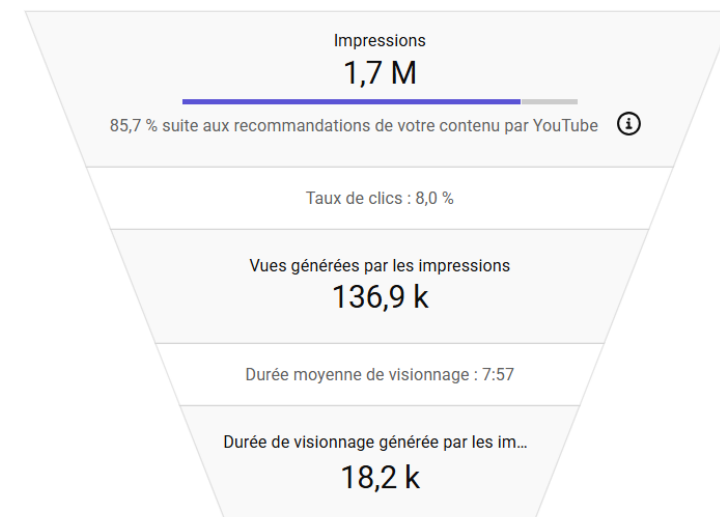
Durée de visionnage (heures)
25,4 k

Abonnés
+2,1 k



Impressions et manière dont elles ont contribué à la durée de visionnage

Disponibilité des données : 20 avr. – 20 mai 2026 (31 j)



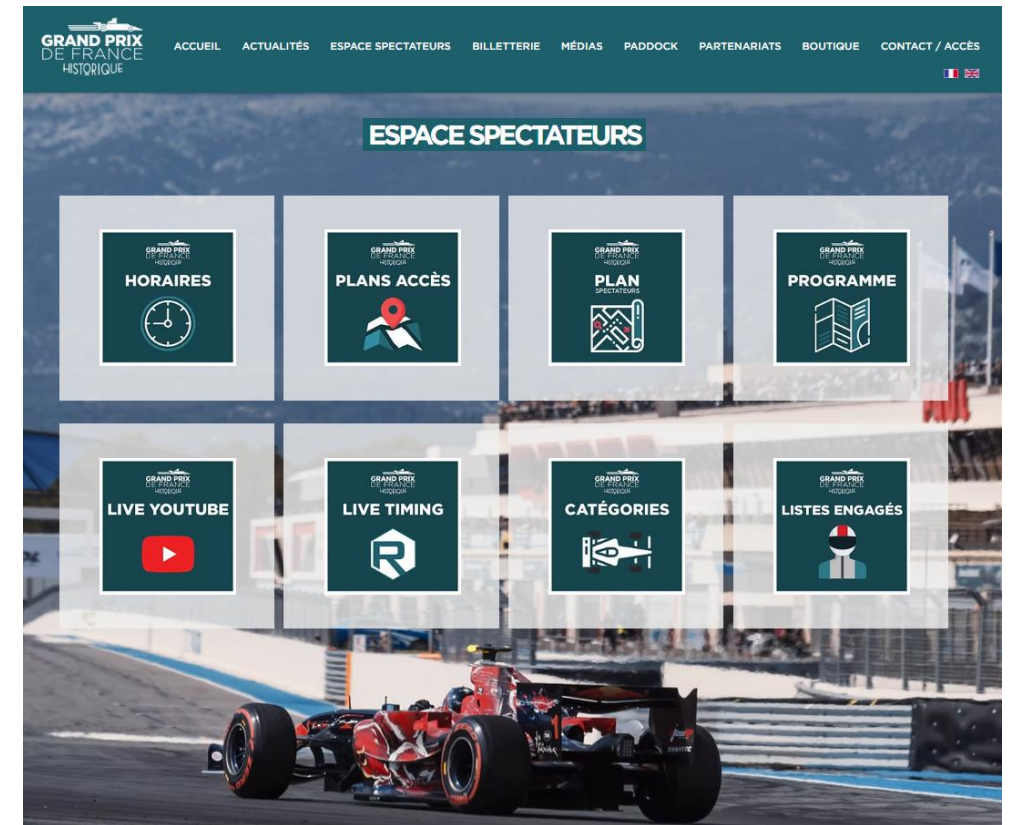


KENNOL Grand Prix de France Historique 2026

Analyse Site Internet

www.grandprixdefrancehistorique.com

Du 1^{er} janvier 2026 au 31 mai 2026



Aperçu du trafic sur le site du Grand Prix de France Historique

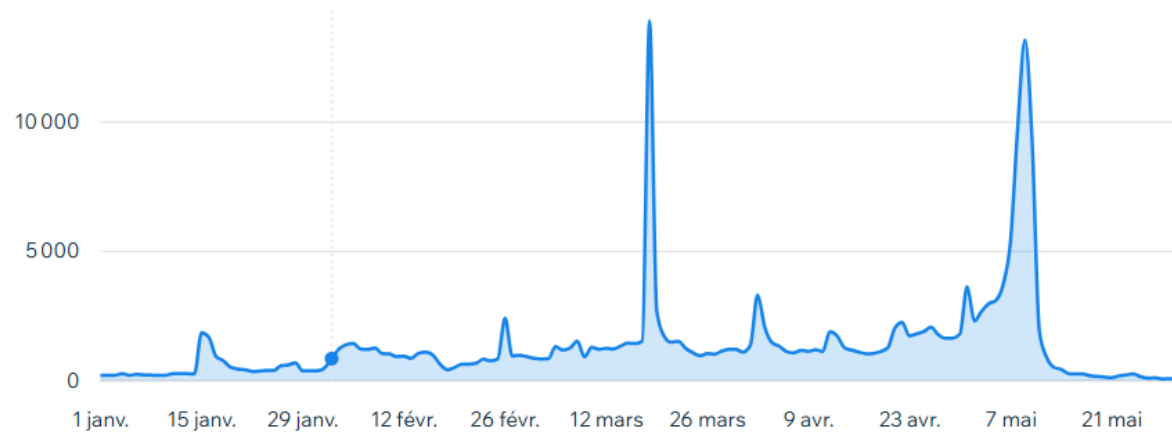
Key Insights

Du 1^{er} janvier 2026 au 31 mai 2026

Sessions sur le site
203,9 k ↑ 204%

Visiteurs uniques
132,5 k ↑ 186%

Sessions au fil du temps



[Voir le rapport](#)

Sessions par source et catégorie

Google (Naturel)	↑ 283 %	99 873
Direct	↑ 392 %	42 505
Facebook (Payé)	↑ 85 %	21 672
Instagram (Payé)	↑ 3743 %	6 917
Google (Payé)	↑ 345250 %	6 907

Chiffres clés

- **22** heures de diffusion des courses en live
- **27 200** heures de visionnages des courses en cumulé
- **230** médias accrédités
- **423** articles
- **20,05M** occasions de voir dans les médias
- **1,19M €** équivalent achat d'espace publicitaire







Tél : +33 1 41 22 20 10

E-mail : info@hvmracing.fr