



Le sport dans le monde Toujours plus de victoires d'audiences TV

Extraits du «*Yearly Sport Key Facts* »
Septembre 2009 – Août 2010

«Les programmes de sport ont réalisé des audiences exceptionnelles cette année, dépassant toujours les limites connues, à l'image des sportifs qui eux aussi battent des records réputés inégalables », précise **Jacques Braun**, vice Président d'Eurodata TV Worldwide à l'occasion de la publication du rapport «*Yearly Sport Key Facts 2010* ».

Les compétitions des 12 derniers mois ont atteint de nouveaux sommets à commencer par les Jeux Olympiques de Vancouver, la Formule 1 - qui a donné le tournis aux diffuseurs dès le Grand Prix de Bahreïn -, le Superbowl - l'événement majeur aux Etats-Unis -, mais aussi et surtout la Coupe du Monde de Football.

Eurodata TV Worldwide analyse les performances des compétitions majeures diffusées principalement sur les chaînes historiques, mais également sur les chaînes thématiques. L'offre de chaînes thématiques sport est toujours en expansion et en parallèle les chaînes généralistes se servent des événements planétaires pour assoir leur leadership. Les chaînes de la TNT peuvent, via la diffusion de compétitions sportives, élargir leur audience et gagner en notoriété. Cette équation se fait au bénéfice du marché des droits sportifs et de la satisfaction grandissante des sponsors.

Dans les pays étudiés, le football est sans surprise le sport le plus regardé. La Coupe du Monde de Football est évidemment le grand gagnant de cette année : seule compétition diffusée dans les 35 pays du rapport, elle a réalisé la meilleure audience sportive de la période dans pas moins de 21 pays. Il est même difficile de lui trouver un dauphin dans certains pays comme le Portugal, où le football représente 79% de la consommation.

Les Jeux Olympiques de Vancouver, l'autre compétition emblématique de cette année, ont eux aussi connu une couverture large et surtout de très fortes audiences, particulièrement dans les pays nordiques comme la Norvège où ils représentent 24% de la consommation de sport à la télévision pour une offre de 15%, ou encore la Suède avec une offre de 16% et une consommation de 22%. Evidemment les audiences au Canada, pays organisateur, ont été à la hauteur des espérances : plus de 10 millions de téléspectateurs (pour une part de marché de 56,7%) ont suivi la victoire du Canada sur les Etats-Unis en finale du Hockey sur Glace, soit la meilleure audience de la période étudiée.

En parallèle de ces deux « Méga » événements, on retrouve les éternelles valeurs sûres que sont le Tour de France – qui permet au cyclisme de représenter 12% de la consommation de sport en France - la Ligue des champions ou encore les Tournois du Grand Chelem comme Roland Garros et Wimbledon.

Enfin l'importance croissante des pays asiatiques dans cette édition 2010 permet de mettre en lumière d'autres disciplines, comme le Badminton en Malaisie (17% de la consommation), le patinage de vitesse en Corée du Sud, les sports de combat en Thaïlande, mais aussi de confirmer la domination de sports alternatifs comme le Cricket qui écrase toute la concurrence en Inde avec une incroyable offre de 87% pour une consommation de 99%.

On peut donc considérer 2010 comme un « grand cru » pour le sport à la télévision dans le monde, aussi bien en termes de diffusions que d'audiences. De bon augure pour les futures compétitions à venir comme la Coupe du Monde de Rugby ou les championnats du Monde d'athlétisme en 2011 !

Sources : Médiamétrie – Médiamat / Eurodata TV Worldwide / BBM Canada / Nielsen TV Audience Measurement / Yearly Sport Key Facts - Relevant Partners - All rights reserved

« **Yearly Sport Key Facts** » est le nouveau rapport publié par Eurodata TV Worldwide couvrant la période Septembre 2009 à Aout 2010. Il fait le bilan des compétitions internationales telles que l'UEFA Champion's League, les Jeux Olympiques d'hiver mais également les plus grandes compétitions nationales.

Sur 35 territoires (dont 4 nouveaux entrants : Chine, Coré du Sud, Malaisie, Thaïlande), permettant à l'étude d'élargir sa vision de la consommation de sports dans les marchés asiatiques, le rapport analyse et souligne les points clés à retenir pour chaque pays et compétitions couvertes à travers des graphiques, des classements, l'analyse de l'offre et de la consommation, mais aussi des mappings offrant un point de vue éclairant sur les performances des compétitions.

A propos d'Eurodata TV Worldwide :

Créé par Médiamétrie, Eurodata TV Worldwide distribue l'information des sociétés de mesure de l'audience de la télévision dans le monde, grâce à des accords de partenariat. La banque de données Eurodata TV Worldwide couvre plus de 3000 chaînes, soit 3,1 milliards de téléspectateurs, dans plus de 80 pays et fournit une information quotidienne et exhaustive sur la programmation, les contenus, la production, la distribution internationale et les audiences des programmes par cible, provenant directement de ses homologues dans le monde entier.

Ces résultats s'intègrent dans une gamme de services d'aide à la décision qui s'adressent aux professionnels de l'audiovisuel à l'international : producteurs, distributeurs, diffuseurs, gestionnaires de droits, sponsors, etc.

A propos de Médiamétrie :

Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias pour les acteurs du marché des médias et de la communication. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et numériques à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence pour l'ensemble des acteurs du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2009, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 63,6 M€.

Contacts presse :

Laure Osmanian Molinero

Tél. : + 33 01 47 58 97 55

E-mail : losmanian@mediametrie.fr

Pour toute information Commerciale

Louis Mauran

Tél. : + 33 01 47 58 36 56

E-mail: lmauran@eurodatatv.com

www.eurodatatv.com

Nelly Dubner

Tél. : +33 01 47 58 97 26

E-mail : ndubner@mediametrie.fr

François Gendrot -Tél.: + 33 01 47 58 94 33

E-mail: fgendrot@eurodatatv.com