

KantarSport partenaire des Trophées Sporsora du Marketing Sportif

2010, une année record pour le sport

Intérêt croissant des Français pour le sport, présence importante dans les médias ou audiences record : le sport aura occupé le terrain cette année.

■ Le sport dans le quotidien des Français

47 % des français de 15 ans et + pratiquent au moins un sport
(Source SIMM TGI 2010 de Kantar Media)

et **58 %** chez les jeunes de 8 à 19 ans
(Source Consojunior 2010 de Kantar Media)

15.5 M de Français licenciés dans une fédération sportive en 2009
(Source Ministère des Sports)

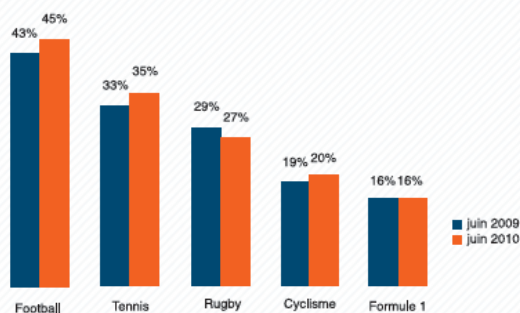
54 % des Français se déclarent intéressés par le sport depuis 5 ans
(Source SoccerScope Juin 2010 de Kantar Sport)

44 % des Français se sont rendu au moins une fois à un événement sportif en 2009 (Source SIMM TGI 2010 de Kantar Media)

■ Le sport dans le quotidien des médias

8,35 % : C'est la part moyenne que représente le sport depuis 7 ans du quotidien éditorial audiovisuel des Français. Ce chiffre devrait progresser jusqu'à **11 %** dans les prochaines années, en raison notamment de la fragmentation des médias.

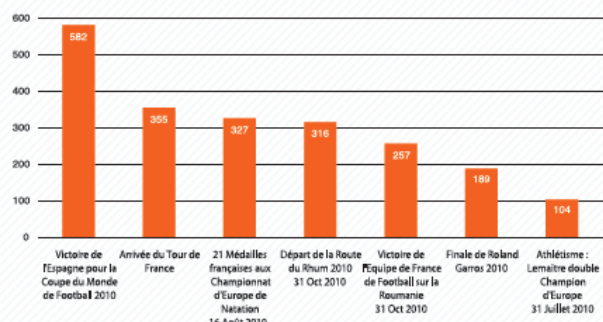
■ Top 5 des sports préférés des français



Progression de l'intérêt pour le football qui arrive toujours largement en tête, devant le tennis (grâce notamment à Roland Garros) et le rugby. Niveaux d'intérêt en progression pour l'athlétisme du fait de l'éclosion de nouveaux talents prometteurs (Lavillenie, Tamgho, Lemaître) et le ski, importante campagne media pour Anney Ville Olympique 2018.

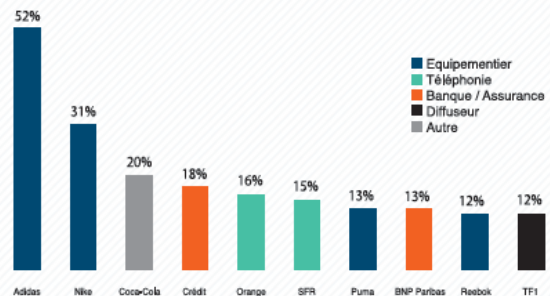
■ La Coupe du Monde FIFA 2010 en haut de l'affiche

Kantar Media, en partenariat avec Médiamétrie, a mis en place un indicateur pour mesurer l'impact dans les médias, l'UBM*. Et cette année, c'est évidemment le Mondial sud-africain qui arrive en tête du classement avec 582 UBM relevés sur une journée des scores pour le sport sur une journée, la plus importante.



UBM (Unité de Bruit Médiatique) est un indicateur composite (presse, TV, Radio et Web) et exclusif de Kantar Media qui intègre l'espace rédactionnel (en pages ou en minutes) consacré à un sujet et l'audience du média qui véhicule cette information sur la cible 15 ans et +. 1 UBM = 1% de la population française touchée.

■ Top 10 des sponsors les plus mémorisés*



*tout sports confondus (Source SoccerScope Juin 2010 de Kantar Sport)