



GLOBAL  
SPORTS  
FORUM  
BARCELONA

**SPORT**  
**What's**  
**next?**

9-11  
MARCH 2011  
PALAU DE CONGRESSOS  
DE CATALUNYA

Communiqué de presse  
Paris, le 7 mars 2011

## Le Global Sports Forum Barcelona présente l'étude « La consommation du Sport en 2011 et au-delà »

Dans le cadre du troisième Global Sports Forum Barcelona qui se tient du 9 au 11 mars 2011 dans la capitale catalane, Havas Sports & Entertainment a mené une étude quantitative sur la consommation du sport par les Européens en 2011 et dans les 10 années à venir.

L'enquête online - réalisée entre le 1er et le 14 février 2011 auprès d'un panel de 2 264 Européens âgés de 12 à 35 ans, issus de cinq marchés majeurs (France, Royaume-Uni, Allemagne, Espagne et Italie) et qui dans 10 ans composeront un segment de consommateurs de base sur le marché du sport - met en lumière quelques points.

- **Le Sport a de beaux jours devant lui.** Les fans de sports ne sont pas des fans comme les autres. L'étude montre que leur soif d'information n'est jamais rassasiée et qu'ils consomment ainsi très fréquemment via différents supports.
  - C'est entre 21 et 30 ans que les consommateurs de sport se considèrent comme fanatiques.
  - Une grosse majorité des sondés (**72%**) déclarent s'informer sur leurs équipes ou événements favoris au moins une fois par jour.
  - **58%** pensent que leur consommation de sport va augmenter dans les 10 prochaines années. Seuls **6%** pensent qu'elle va baisser.
- **La TV reste le médium numéro 1.** Près de **98%** des sondés avouent suivre le sport à la télévision, **57%** de manière quotidienne. Le seul support capable de rivaliser au jour le jour est Internet (**53%**).
  - Concernant les récentes avancées technologiques de la télévision, la HD est un véritable moteur de consommation de sport à la TV comme **58%** des fans le déclarent.
  - **65%** s'estiment prêts à acheter un écran 3D prochainement. Le sport étant pour **51%** des sondés un « important » ou « très important » facteur de décision.
- **La presse en souffrance.** Si les journaux et la radio restent les 3ème et 4ème sources d'information sportive des fans, **70%** des sondés pensent que leur consommation va chuter ou au mieux rester identique dans les 10 prochaines années. Internet et les plateformes mobiles pourraient connaître une évolution diamétralement opposée. **99%** des fans de sport s'informant déjà via ces médias comptent accroître leur consommation sur la même période. **70%** de ceux qui pensent acheter de moins en moins de journaux ou écouter la radio moins fréquemment à l'avenir, se tourneront vers Internet et les plateformes mobiles.
- **À chacun ses habitudes.** Lorsqu'aucune télévision n'est accessible, les ordinateurs prennent le pouvoir. Mais Français, Britanniques et Espagnols ne réagissent pas de la même manière...
  - En France, la radio est le second médium le plus utilisé (**38%**) derrière les ordinateurs (52%) mais devant la presse (36%).
  - Situation quasi-identique au Royaume-Uni mais cette fois au profit des Smartphones (**31%**) contre 58% aux ordinateurs et seulement 22% à la presse.
  - L'Espagne fait la part belle aux ordinateurs puisque **67%** des sondés se tournent vers ce médium si aucune TV n'est accessible. C'est le record de cette enquête devant l'Allemagne (64%) et l'Italie (63%).

- **Le Sport à la traîne sur les réseaux sociaux ?** Seuls **26%** des fans de sports utilisent Facebook ou Twitter pour s'informer sur leurs équipes ou athlètes favoris. 15% visitent des pages Facebook officielles, 14% lisent des blogs et seulement 9% suivent un sport ou un athlète via Twitter.
  - La France et l'Espagne abritent les fans de sport les plus friands d'info en temps réel via les réseaux sociaux (**38%**).
  - Les Allemands (**34%**) et Britanniques (**30%**) se connectent avant tout pour discuter entre amis.
  - En Italie on veut surtout échanger avec d'autres fans (**33%**).
- **Focus sur Londres 2012.** La perspective des Jeux Olympiques d'été montre des attentes bien différentes à travers l'Europe...
  - De manière surprenante, **10%** des fans de sport anglais disent qu'ils ne suivront pas les JO. À l'inverse, **94%** des Italiens ont prévu de le faire.
  - Derrière le domicile unanimement plébiscité, les Allemands suivront surtout l'événement dans des lieux de projection publique (**40%**), les Espagnols au bar (**23%**) et les Français au bureau (**21%**). Sans surprise cette fois, les Anglais sont ceux qui espèrent le plus avoir leur place dans les stades (**19%**).
  - Les fans préfèrent la qualité à l'accessibilité quand il s'agit d'améliorer leur expérience de visionnage. La TV 3D (**49%**) et la TV HD (**36%**) devançant ainsi l'iPad (21%), la TV à la demande (19%), les ordinateurs (18%) ou encore les Smartphones (16%) au rang des technologies les plus attendues.
  - Les sondés aimeraient avant tout suivre en 3D la gymnastique, la natation, les épreuves de sprint, les plongeurs et le hockey sur gazon.
  - Les moins de 21 ans sont les principaux fans à suivre les Jeux, notamment au Royaume-Uni (**42%**).
  - Pour les événements programmés en journée et en semaine, **59%** des étudiants interrogés suivront l'action en ligne, **43%** sur leurs Smartphones, à l'école.

L'intégralité de l'étude est disponible sur demande auprès du service de presse HSE

Suivez l'actualité du Global Sports Forum Barcelona sur [www.twitter.com/GlobalSportsFor](http://www.twitter.com/GlobalSportsFor) et celle d'Havas Sports & Entertainment sur [www.twitter.com/havas-se](http://www.twitter.com/havas-se)

-FIN-

#### Contact Presse Havas Sports & Entertainment France :

Justine Ozoux / +33 (0)6 67 51 86 67 / [justine.ozoux@havas-se.com](mailto:justine.ozoux@havas-se.com)

Sonia Berkani / +33 (0)6 28 41 65 72 / [Sonia.berkani@havas-se.com](mailto:Sonia.berkani@havas-se.com)

Thomas Cariou / +33 (0)6 67 72 44 68 / [Thomas.cariou@havas-se.com](mailto:Thomas.cariou@havas-se.com)

#### A propos de l'étude « La consommation du sport en 2011 et au-delà »

L'étude 'La consommation du Sport en 2011 et au-delà' a été menée par Havas Sports & Entertainment dans le cadre du Global Sports Forum Barcelona. Elle a été réalisée en février 2011 auprès d'un panel comprenant plus de 2000 européens et issus de cinq pays différents (Royaume Uni, France, Allemagne, Espagne et Italie).

#### A propos du Global Sports Forum Barcelona

Soutenu officiellement par la Ville de Barcelone, le Global Sports Forum Barcelona est une plateforme d'échange réunissant des acteurs et leaders d'opinion du monde sportif (athlètes, institutions, politiques, sponsors, associations caritatives) qui traitent de questions décisives du sport dans la société. Depuis sa première édition en 2009, le forum s'est imposé comme un lieu de débats et de rencontres dont l'objectif est d'appréhender le sport dans toutes ses dimensions – économique, sociale, politique et culturelle. Le Global Sports Forum Barcelona est organisé par Havas Sports & Entertainment.

#### A propos d'Havas Sports & Entertainment

Havas Sports & Entertainment est le réseau mondial de communication et d'intégration de marque de Havas Media dans les domaines du sport et de l'entertainment, et possède 25 bureaux à l'étranger. Ses 400 professionnels offrent un soutien stratégique et opérationnel aux marques, aux médias et aux institutions. L'expertise d'Havas Sports & Entertainment recouvre toutes les facettes du sponsoring et de l'intégration de marque : évaluation et ingénierie du sponsoring, planification stratégique, négociation de droits, création de contenus de marque, mise en œuvre et programmes d'activation, évaluation de performances. Ils œuvrent afin de mettre les marques en relation avec les univers du sport, du cinéma, de la musique, des jeux vidéos, de la mode, de l'art, des célébrités, des programmes média, ainsi que des causes citoyennes, en créant et en apportant aux consommateurs des expériences et contenus uniques.

