

Jeux Olympiques d'hiver – Sotchi 2014 **Des audiences en Or**

Pour Jacques Braun, vice-président d'Eurodata TV Worldwide : « Les Jeux Olympiques d'hiver de Sotchi, à mi-chemin entre Vancouver et Pyeongchang, ont prouvé que spécificités culturelles, résultats sportifs et succès d'audience sont étroitement liés. Sans surprise, les pays dotés d'une forte tradition de sports d'hiver ont remporté de nombreuses médailles attirant devant leurs écrans des téléspectateurs suivant les exploits de leurs champions nationaux. »

La cérémonie d'ouverture, une valeur sûre

La cérémonie d'ouverture des Jeux Olympiques de Sotchi a été l'un des événements les plus suivis à la télévision en ce début d'année 2014, particulièrement en Europe en raison du faible décalage horaire. En Allemagne, plus de 9 millions de téléspectateurs ont regardé la cérémonie sur ZDF (39,4% de part d'audience). En France, ils étaient près de 5,5 millions réunis devant France 2 en milieu d'après-midi, pour une part d'audience de 35,3%. Enfin aux Pays-Bas un peu plus de 3,4 millions de téléspectateurs ont suivi la cérémonie sur Nederland 1 pour une très forte part d'audience de 58,6%.

L'ouverture des Jeux Olympiques très attendue aussi en Finlande et en Norvège, pays traditionnellement passionnés de sports d'hiver, a rencontré un vif succès avec 1,4 million de téléspectateurs en Finlande sur YLE2 (58,1% de PDA) et 1,1 million sur TV2 en Norvège (63,4% de PDA).

La cérémonie d'ouverture des Jeux Olympiques a également été un succès d'audience en dehors de l'Europe. Aux Etats-Unis, elle a comme d'habitude été diffusée en différé afin de passer en Prime Time. Un succès pour NBC qui a ainsi réalisé une audience de 31,7 millions de téléspectateurs* et une part d'audience de 27,1%.

Au Japon, bien que diffusée à 1h du matin sur NHK1, la cérémonie a rassemblé 2,5 millions de téléspectateurs pour une part d'audience de 64%.

La culture au service du sport

A la différence des Jeux Olympiques d'été où les grandes nations sportives dominent, les JO d'hiver sont l'occasion pour des pays moins reconnus dans le domaine du sport de se hisser en haut des podiums.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Jeux Olympiques d'Hiver – Sotchi 2014



L'un des événements les plus attendus de ces Jeux était la descente de ski Hommes. En Autriche, pays où le ski alpin est l'un des sports les plus populaires, ils étaient plus de 1,2 million de téléspectateurs avec une part d'audience de 79,6% à regarder cette épreuve sur ORF1 remportée par le héros national, Matthias Mayer. Un résultat d'autant plus impressionnant que la course avait lieu à 8 heures du matin.

Aux Pays-Bas, le patinage fait partie intégrante de la culture néerlandaise ; les épreuves de patinage de vitesse ont donc été particulièrement suivies lors des Jeux de Sotchi. Le 5 km Hommes, dont les 3 premières places du podium ont été remportées par des Néerlandais, a ainsi atteint la plus forte audience de la compétition avec près de 4,6 millions de téléspectateurs pour une part d'audience de 87,4% sur Nederland 1.

Toujours aux Pays-Bas, 9 des 10 meilleures audiences des JO étaient des épreuves de patinage de vitesse.

En Norvège, le relais Hommes de ski de fond très attendu par la population, a réuni plus de 1,6 million de téléspectateurs pour une part d'audience de 89,4% sur TV2, la plus forte audience de la 1^{ère} semaine des Jeux.

Le saut à ski fait partie des épreuves les plus suivies en Pologne, pays d'origine du champion Adam Malysz. Ainsi, la plus forte audience des Jeux Olympiques a été la finale du Grand Tremplin, remportée par le polonais Kamil Stoch. Plus de 10,2 millions de fans ont suivi ses performances devant TVP1 (58,1% de PDA).

Enfin en Russie, pays organisateur des Jeux et champion en nombre de médailles, les téléspectateurs étaient nombreux devant leurs écrans : en hockey sur glace, la dernière période du match entre la Russie et les Etats-Unis a réuni près de 10,5 millions de téléspectateurs (43,3% de parts de marché sur Pervy Kanal). Une audience quasiment deux fois plus élevée que la meilleure audience sportive de 2013 !

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 5 500 chaînes, dans plus de 100 territoires 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.

Web : www.eurodatatv.com

Twitter : @EurodataTV

Facebook : www.facebook.com/EurodataTV

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Jeux Olympiques d'Hiver – Sotchi 2014



A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances 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 2012, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,1M€.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : @Mediametrie_TM

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Laure Osmanian Molinero

Tél : 01 47 58 97 55

losmanian@mediametrie.fr

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

llessouche-filliau@mediametrie.fr

Pour toute information commerciale :

Yassine-Guillaume Berhoun

Tél : 01 47 58 36 56

Fax : 01 47 58 64 24

ygberhoun@eurodatatv.com