



FINALE DE LA COUPE DU MONDE DE LA FIFA 2018

171 millions de téléspectateurs dans 20 pays

Coup de sifflet final pour la Coupe du Monde de Football qui s'est achevée hier à Moscou sur la victoire de la France. Yassine Berhoun, Directeur Sport chez Eurodata TV Worldwide, souligne : « à l'échelle mondiale, les premiers chiffres d'audience TV de cette finale 100% européenne sont impressionnants. Ils montrent à nouveau qu'à l'ère de la délinéarisation des contenus TV et de l'avènement des écrans mobiles, seuls les grands événements sportifs sont capables de rassembler de si larges audiences devant l'écran de télévision. »

Les audiences TV de la finale de la Coupe du Monde de la FIFA 2018

Pays	Chaîne	Nb de Téléspectateurs
France	TF1	19 341 000
Croatie	HTV2	1 552 000
Chine (National)	CCTV-5 + CCTV-1	56 000 000
Allemagne	ZDF	21 321 000
Italie	Canale 5	11 688 300
Royaume-Uni	BBC1 + ITV	11 388 000
Russie (national)	Rossiya 1	11 305 000
Espagne	Tele 5	8 247 000
Pologne	TVP1	6 850 000
Turquie	TRT 1	3 269 000
Pays-Bas	NPO 1	3 088 000
Ukraine	Inter	3 026 000
Roumanie	TVR 1	2 690 000
Belgique (national)	EEN + La Une	2 189 700
Suède	SVT 1	1 932 000
Autriche	ORF 1	1 776 000
Grèce	ERT 1	1 718 000
Portugal	RTP 1	1 541 100
Hongrie	M4 sports	1 511 000
République Tchèque	CT Sport	1 009 000

L'Europe domine sur le terrain... et sur les audiences

Avec 4 formations européennes dans le dernier carré de la compétition, la Coupe du Monde a, sans surprise, rencontré un grand succès dans les pays européens. Pour les 2 pays finalistes, les audiences atteignent des sommets. Après avoir réuni 19,1 millions de téléspectateurs mardi à 20h pour la demi-finale des Bleus contre la Belgique sur TF1, ce sont cette fois 19,3 millions de Français qui, en plein après-midi, ont assisté à leur triomphe sur la même chaîne. Il y a 2 ans, la finale France – Portugal de l'Euro avait rassemblé en prime-time 20,8 millions de téléspectateurs sur M6.

En Croatie, la victoire historique en demi-finale face à l'Angleterre avait rassemblé près d'1,5 million de téléspectateurs sur la chaîne publique HTV2 (81% de PdA); et ce sont environ 100 000 téléspectateurs de + qui ont vibré ce dimanche pour la finale, pour un total de 1,6 million de personnes devant leur TV (89,3% de PdA).

Malgré une baisse par rapport à la finale de la coupe du monde 2014, pouvant s'expliquer par un horaire moins favorable, l'événement est un succès dans les autres pays européens. C'est le cas en Allemagne, malgré une élimination précoce des vainqueurs de l'édition 2014 : 21,3 millions d'allemands ont tout de même suivi le match, pour une part de marché de 76,1% sur ZDF. Aux Pays-Bas et en Italie, pays non-qualifiés pour la coupe du monde, ce sont respectivement 3,1 et 11,7 millions de fans qui ont suivi la rencontre sur NPO1 et Canale 5.

En dehors de l'Europe, le match a également connu un grand succès. En Chine, 56 millions de téléspectateurs ont assisté au triomphe des Bleus, malgré un horaire tardif (23h) : il s'agit de la meilleure audience pour un programme de sport depuis les JO de Pékin en 2008.

Vivre le mondial autrement

Le téléviseur n'est plus aujourd'hui le seul écran utilisé pour regarder des matchs en live. En France, plus d'un demi-million de téléspectateurs ont suivi la finale sur un des 3 écrans internet (smartphone, tablette, ordinateur).

Au-delà des audiences historiques, la retransmission de cette édition 2018 a été marquée par l'utilisation de nouvelles technologies qui bouleversent l'expérience du téléspectateur*. En France par exemple, un casque de réalité virtuelle a permis aux spectateurs équipés de vivre les matchs comme s'ils étaient au stade, avec en prime de nombreuses informations et fonctionnalités supplémentaires : revoir les buts, consulter les statistiques du match etc ...

En Chine, certaines smart TVs permettaient d'identifier chaque joueur sur le terrain grâce à la reconnaissance faciale, le spectateur accédant alors à des éléments biographiques, statistiques ou aux actualités du joueur ainsi reconnu.

* cf. « 4 Screen Report », édition 2018

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

COUPE DU MONDE DE LA FIFA 2018



A propos d'Eurodata TV Worldwide

Créé par Médiamétrie, Eurodata TV Worldwide analyse et 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.

www.eurodatatv.com

@EurodataTV

www.facebook.com/EurodataTV

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, la Tablette et le Cross-Médias. En 2017, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 93M€.

www.mediametrie.fr

@Mediametrie

www.facebook.com/Mediametrie

Contact presse :

Benoit David

Tel: 01 71 09 93 18

bdavid@mediametrie.fr

Pour toute information commerciale :

Yassine-Guillaume Berhoun

Tel : 01 47 58 36 56

Fax : 01 47 58 64 24

ygberhoun@eurodatatv.com