

Yearly Sports Key Facts 2014

(Septembre 2013 - Août 2014)

A l'occasion du Sportel Monaco, Jacques Braun, vice-président d'Eurodata TV Worldwide note que **« La saison 2013/2014 a été une saison sportive exceptionnelle, avec les Jeux Olympiques de Sotchi et la Coupe du Monde 2014 comme point d'orgue. Les autres événements de la saison étudiés dans le Yearly Sports Key Facts, qu'ils soient locaux ou mondiaux, ont démontré que l'audience du sport ne concerne pas qu'une poignée de passionnés. A chacun son programme sur le grand écran TV ! »**

Une année de Sport exceptionnelle

Avec des événements sportifs exceptionnels comme la Coupe du Monde de Football 2014 au Brésil, les Jeux Olympiques d'hiver à Sotchi, ainsi que les grands tournois annuels comme par exemple la Ligue des Champions, de nombreux records d'audience ont été battus à travers le Monde sur les chaînes gratuites comme sur les chaînes payantes.

La Coupe du Monde 2014 a ainsi réalisé la meilleure audience de la saison dans 20 territoires étudiés dans le Yearly Sport Key Facts 2014, et les JO de Sotchi dans 6 territoires.

Ces deux événements ont également eu un impact fort sur la durée d'écoute Individuelle de nombreux pays. Les Néerlandais, les Norvégiens, les Italiens et les Allemands ont ainsi tous plus regardé la télévision entre janvier et juillet 2014 qu'un an auparavant (respectivement +7, +3, +1 et +1 minute).

Bien que la consommation de programmes sur tous les écrans se développe, le téléviseur est l'écran privilégié lors de la diffusion d'événements en direct. Les retransmissions de matches ont particulièrement bénéficié aux chaînes publiques. Aux Pays-Bas, NPO1 (anciennement Nederland 1) a totalisé 88% de part d'audience lors du match Argentine/Pays-Bas, avec un profil d'audience très équilibré : 49,5% de l'audience de ce match était composé de femmes âgées de 6 ans et plus. En Allemagne, la chaîne ARD a enregistré une part d'audience de 86,2% pour la finale Allemagne/Argentine. Ce match a réalisé une part d'audience de 89,8% sur la cible jeunes adultes (14-29 ans).

En France, près de 9 femmes sur 10 de 15 ans et plus (87,7%) ont vu au moins une minute de la Coupe du Monde de Football.

Des événements plus inattendus ont également réalisé de très fortes audiences au cours de cette année. C'est le cas par exemple avec la Coupe du Monde de Rugby féminin, qui avait lieu cette année en France. La demie finale entre la France et le

Canada a ainsi rassemblée 2,1 millions de téléspectateurs sur France 4, pour une part de marché de 10,2%. Les téléspectateurs étaient 2,9 millions devant leur téléviseur pour la dernière minute du match. Cette rencontre représente la deuxième meilleure audience sportive à date en 2014 pour France 4. Une nouvelle preuve que le sport est un véritable booster pour les chaînes de la TNT ou les chaînes payantes.

Le sport national en haut des podiums

Parmi les autres gagnants de la saison, de nombreux événements nationaux surpassent parfois les grands événements internationaux. La présence d'une « star » du sport, d'une équipe nationale ou d'un enjeu sont souvent les clés pour atteindre des succès d'audience au niveau local.

De plus, le développement de l'offre de chaînes généralistes gratuites, permet de multiplier les retransmissions sportives et aussi de donner de la visibilité à des compétitions et à des sports moins connus ou moins médiatisés.

Aux Philippines, les deux meilleures audiences de la saison ont été des combats de Boxe impliquant le héros local, Manny Pacquiao. Son combat face à l'Américain Brandon Rios a été suivi par plus de 7,8 millions de téléspectateurs enregistrant une part d'audience de 67% sur GMA. Les Philippines sont d'ailleurs un exemple en termes de popularité des compétitions locales : parmi les 10 meilleures audiences de la saison, on retrouve 4 matches de PBA, le championnat local de Basketball, l'autre sport roi dans ce pays.

En Chine, la présence de l'équipe nationale lors du match de qualification pour l'AFC Asian Cup (football) face à l'Arabie Saoudite a réalisé la meilleure audience de la saison sur la région de Shanghai avec plus de 900 000 téléspectateurs sur CCTV-5. En Chine toujours, l'intérêt pour le championnat émergent Chinese Basketball Association se confirme cette année avec 7 des 10 meilleures audiences sport de la saison sur la région de Guangdong.

Autres grands « classiques » du sport local, la célèbre course de ski de fond Vasaloppet en Suède qui a rassemblé cette année près d' 1,8 million de téléspectateurs sur SVT1 (76,3% de PDA). En Ukraine, le combat de boxe entre le russe Aleksandr Povetskin et le célèbre champion Wladimir Klitschko a atteint la meilleure audience de la saison (7,3 millions et 54,4% de PDA sur Inter).

L'ensemble de ces résultats figureront dans le Yearly Sport Key Facts 2014 qui paraîtra fin octobre 2014, accompagné par les données et analyses essentielles des événements sportifs majeurs de par le monde (JO de Sotchi, Ligue des Champions, Tour de France etc.).

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Yearly Sports Key Facts 2014



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: www.twitter.com/EurodataTV

Facebook: 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 et le Cross-Médias. En 2013, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 75,2M€.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie

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