

Chambourcy, le 24 juin 2010

Résultats du Sondage KantarSport Les français et la Coupe du Monde de Football

**Internet 2^{ème} source d'information sur la Coupe du Monde 2010 derrière la TV.
Les français avaient anticipé la sortie des bleus avant même leur dernier match.
Ils donnent le Brésil vainqueur du Mondial FIFA, après une finale Argentine-Brésil.**

Le Sondage a été réalisé par KantarSport sur Internet, auprès d'un échantillon de 2000 français de plus de 15 ans, représentatif de la population française, les 21 et 22 juin 2010, avant le match contre l'Afrique du Sud.

Internet un média incontournable sur la coupe du Monde de Football

Pour Bruno Lalande, Directeur de KantarSport : « *Internet prend une place de choix pour les français dans cette coupe du monde de football, cela atteste bien du rôle désormais incontournable de ce média sur ce type d'événement.* »

Sur le plan de la consommation des médias au quotidien, Internet affiche un niveau très élevé d'information et représente la 2^{ème} source de suivi de la Coupe du Monde, derrière la TV, et la 1^{ère} source en volume d'information. Pour rechercher des informations, les français privilégient Internet.

Le suivi de la coupe du monde se fait prioritairement sur la télévision qui possède les droits de retransmission des matchs en direct, **la TV est bien le "média-roi"** de cette coupe du monde de football. Les reportages et informations télévisées arrivent en 3^{ème} position pour le suivi de l'information. La radio demeure un média assez puissant pour suivre les grands événements sportifs. L'offre radio est d'ailleurs importante avec de nombreuses heures d'antenne dédiées à l'événement. La presse écrite reste en retrait mais se place devant les médias sociaux sur Internet qui ne concernent que 10% des français avec une surreprésentation culturelle chez les jeunes (14% chez les 16-34 ans).

Selon les indicateurs KantarSport qui analysent les retombées plurimédias de la Coupe du Monde, plus de **34.000 articles** dédiés à la Coupe du Monde **ont été diffusés sur les sites d'information français**, à comparer avec les 17.000 articles pour la presse écrite. L'offre foisonnante de ce nouveau média fait donc bien parti du paysage informatif français dans leur nourriture médiatique quotidienne.

Question posée (plusieurs réponses possible) : « Parmi les médias suivants, quels sont ceux que vous utilisez pour suivre la Coupe du monde de football qui se déroule en ce moment en Afrique du Sud ? » Source KantarSport

Réponses	%
A la télévision (Matches en direct)	65,75
Sur Internet (sites d'informations)	30,23
A la télévision (Hors direct, magazines dédiés, journaux d'information)	26,05
A la radio	21,92
Dans la presse quotidienne nationale	14,13
Dans la presse sportive	13,69
Dans la presse quotidienne régionale	13,3
Sur Internet (médias sociaux : Facebook, You Tube...)	10,04
Dans un magazine sport dédié	5,4

Les français avaient déjà tourné la page...

Pour Bruno Lalande, Directeur de KantarSport : « Les français avaient déjà tourné la page. Ils pronostiquent le Brésil comme vainqueur du Mondial FIFA après un match de finale de la Coupe du Monde Argentine / Brésil. Un pronostic logique dans la mesure où ces deux équipes ont montré la plus grande qualité de jeu et obtenu les meilleurs résultats, elles se classent aux 2 premières places très loin devant les autres. »

Question posée : « Quelle est l'équipe qui, selon vous, va gagner la Coupe du Monde ? »

Source KantarSport

Réponses	%
Brésil	33,9
Argentine	18,8
Allemagne	7,5
Mexique	5,92
Portugal	4,07
Espagne	3,91
Pays-Bas	3,86
Italie	2,91
France	2,28
Suisse	1,97
Angleterre	1,51

Avant même le match contre l'Afrique du Sud, les français avaient anticipé la sortie des bleus. Avant le dernier match de l'équipe de France (enquête terrain réalisée lundi 21 juin et mardi matin 22 juin), **seuls 2% des français croyaient encore à la victoire finale des Bleus**. Le match contre le Mexique et les événements du week-end ont définitivement convaincu les français que la partie était perdue. Une page s'est donc tournée avec le dernier match des bleus !

L'Espagne, au moment de l'étude, n'avait pas encore joué son 2^{ème} match et restait donc sur sa défaite du premier. Elle obtient un score assez bas. La victoire du **Mexique** face à la France a impressionné et marqué l'esprit des français qui hissent le Mexique à la 4^{ème} place des possibles vainqueurs.

Bruno Lalande, Directeur de KantarSport précise : « Les résultats du sondage KantarSport montrent que dans le duo de tête des équipes données comme gagnantes de la Coupe du Monde, les hommes croient fortement à la victoire de l'Argentine qui se rapproche du Brésil, alors que les femmes, elles, penchent pour le Brésil. »

Les français en grande majorité suivent les matchs chez eux, en famille ou seuls

Le suivi des matchs de la coupe du monde en dehors du foyer, dans les bars, au cinéma (matchs en 3D), ou sur écrans géants est très faible. Cela aurait certainement augmenté à partir des huitièmes de finale, en cas de qualification de l'équipe de France.

Question posée : « Dans quel contexte suivez-vous ces matchs de la Coupe du monde de football ? » Source KantarSport

Réponse	%
Chez moi, seul ou en famille	75,87
Avec des amis, chez moi ou chez eux	21,57
Hors foyer, dans des bars / restaurants, cinéma ou sur des écrans géants en ville	2,56

Rappel méthodologique

Le Sondage a été réalisé par Kantar Sport sur Internet, auprès d'un échantillon de 2000 français de plus de 15 ans, représentatif de la population française, les 21 et 22 juin 2010, avant le match contre l'Afrique du Sud.

KantarSport est une solution de Kantar Media

A propos de Kantar Media

Kantar Media accompagne ses clients dans la maîtrise du nouvel élan des médias, dans plus de 50 pays, en développant des services de veille et d'analyse des médias en presse, radio, TV, internet, médias sociaux, cinéma, affichage extérieur, téléphonie mobile, média courrier, emailing, médias tactiques et de proximité.

Kantar Media offre une gamme complète d'outils et de diagnostics au travers de ses trois secteurs - Intelligence, Audiences, TGI & Custom - et de Solutions telles que KantarSport.

Partenaire de 22 000 clients dans le monde, Kantar Media traque plus de 3 millions de marques. www.kantarmedia.fr