

### LES FAITS MARQUANTS DE LA SEMAINE

- Quelques chiffres sur le Tour de France cycliste qui débute samedi prochain en Vendée : 2650 heures de retransmissions TV dans 70 pays pour une audience cumulée de 2 milliards de téléspectateurs. 15 millions de spectateurs au bord des routes, 11 millions d'objets publicitaires distribués par les 200 véhicules de la caravane. 40 marques partenaires présentes pour un ticket d'entrée variant de 300 000 à 5 millions d'euros par an.
- Le CSA a émis dans la semaine un avis négatif sur la possibilité de retransmettre des matches de football sur les réseaux régionaux de M6 en différé 2 heures après la fin des matches. C'est un coup d'arrêt pour M6 qui avait déjà signé des préaccords avec Bordeaux, Lyon et Marseille et qui pensait remettre un pied dans le football à cette occasion.
- La marque Bonduelle a annoncé l'arrêt de son partenariat dans la voile. « Objectifs atteints » a annoncé la marque avec plus de 40 % des Français qui connaissent le bateau Bonduelle et des retombées, à l'occasion du dernier Vendée Globe, 20 fois supérieures à la mise. Bonduelle va se recentrer sur la publicité classique et la fondation sur la nutrition, créée en 2004.



### L'ACTUALITE TNS SPORT

Vous êtes **une marque** et vous souhaitez investir pour communiquer dans le sport. Vous êtes une **fédération ou un détenteur de droits** et vous recherchez des partenaires pour financer votre sport ou votre événement..

TNS Sport et le pôle média de TNS média Intelligence lancent un nouvel outil d'aide à la décision, **Sportisimm**. Basé sur l'étude média-marché de référence en France (SIMM), **Sportisimm** met à jour les populations exposées au sponsoring sportif dans chacun des **17 sports étudiés** et délivre les comportements d'achats de ces captifs sur plus de **7000 marques**.

### REPERES TNS SPORT

**MEDIA**  
France

**2h45**

C'est la durée d'exposition TV du sponsor maillot d'un grand club de Ligue 1 de football pendant la saison 2004/2005. Cette durée représente une valorisation sur la base de l'équivalent publicitaire de plus de 10 millions d'euros.

Source : Sport Track 2004 - 2005

**OPINION**  
France

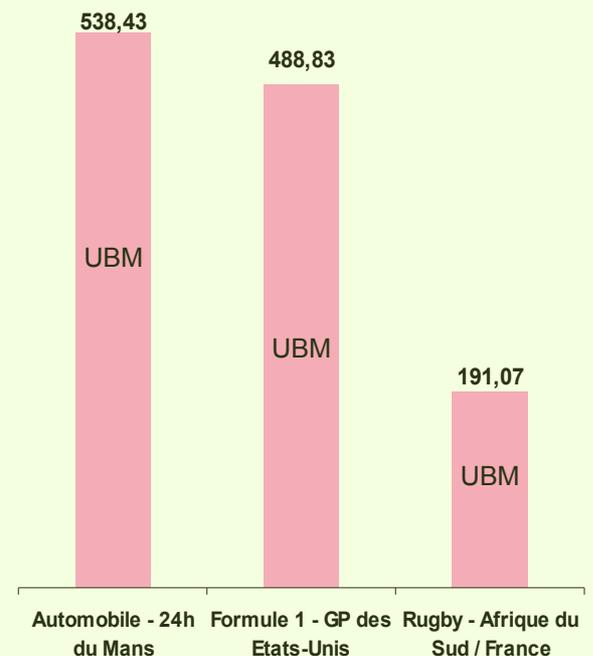
**17.5%**

C'est le pourcentage des Français de plus de 15 ans exposés potentiellement au patinage artistique. Cette cible est par ailleurs relativement mixte et la plus âgée des 17 sports étudiés dans Sportisimm.

Source: Sportisimm - juin 2005

ECHOSPORT sur **EUROSPORT** en partenariat

avec **les Echos** et **Sport & FINANCE & MARKETING**



Source : UBM - TNS Sport (du 16 au 22 juin 2005)

L'émission Echospport, diffusée le vendredi soir (rediffusée le samedi matin et le dimanche matin) propose chaque semaine une interview d'un invité du monde du marketing sportif. La dernière émission a eu lieu vendredi 24 juin. Rendez-vous le 6 septembre.

L'UBM (unité de bruit médiatique) mesure l'impact d'un fait ou d'un événement dans les médias. Chaque semaine, trois événements sportifs sont passés au crible de cet indicateur qui révèle la « pression média » des événements sportifs en exclusivité pour Echospport.



Bruno LALANDE  
Hugues DELESPAUX  
Agnès LAMY

bruno.lalande@tnsmi.fr  
hugues.delespoux@tnsmi.fr  
agnes.lamy@tnsmi.fr

01 47 67 17 01  
01 47 67 17 07  
01 47 67 17 02

Pour en savoir plus : [www.tnsmediaintelligence.fr](http://www.tnsmediaintelligence.fr)

[www.TNSSPORT.com](http://www.TNSSPORT.com)

