

EDITORIAL

Vous recevez la Newsletter TNS Sport depuis presque deux mois maintenant. Nous avons la volonté, au travers de cette lettre et en complément de nos études d'exposition média et d'opinion, de continuer à professionnaliser le secteur du marketing sportif en vous livrant des repères précis, normés et innovants concernant le marché.

En espérant continuer à vous compter parmi nos lecteurs, nous vous donnons rendez-vous le 30 août pour les prochaines éditions et vous souhaitons un très bon été.

Bruno Lalande, Directeur de TNS Sport.

LES FAITS MARQUANTS DE LA SEMAINE

□ Malgré la déception liée à la désignation de Londres pour les JO de 2012, revenons sur quelques chiffres et évolutions du CIO : les revenus sponsoring sont passés de 95 à environ 650 millions de dollars entre 1985 et 2004 (34% des recettes du CIO). Sur la même période, les droits TV ont progressé de 287 millions de dollars à 1.4 milliard d'euros représentant plus de la moitié des revenus du CIO. 92% de ces sommes sont reversées aux fédérations et comités olympiques.

□ Les diffuseurs français se livrent une rude bataille pour empocher les droits TV de la Ligue des Champions de football pour la période 2006/2009. Actuellement détenteurs des droits, TF1 (29 M d'euros/an) et Canal + (26.5 M d'euros/an) se sont vus rejoindre par les postulants M6 et TPS. Les offres sont si proches que l'agence Team, représentant l'UEFA, envisage un second tour et une augmentation globale des droits de 25% après, il est vrai, une baisse de 40% en 2002.

□ L'Olympique Lyonnais, champion de France de football depuis 4 saisons, développe ses sources de revenus externes. Ainsi, sur un budget global proche de 100 M d'euros, 20% proviennent des 7 filiales de l'OL (OL Merchandising, OL Taxi, OL Conduite, OL boisson, OL Phone, OL Voyage, OL images). La volonté de Jean Michel Aulas, président du club est de faire une ville aux couleurs de son club.

REPERES TNS SPORT

MEDIA France

48.53%

C'est la part de voix du tennis et des JO dans l'information sportive en juin 2005. Les bons résultats des Français à Roland Garros et Wimbledon et l'attente de la décision du CIO pour Paris 2012 expliquent ce score.

Source : Sport Track – juin 2005

OPINION France

67.5%

C'est le pourcentage des Français de plus de 15 ans déclarant être intéressés (très ou assez) par le sport en juin 2005. ce score important intervient dans une actualité sportive forte (JO 2012 et Roland Garros).

Source: Soccerscope – juin 2005



Scores UBM de PARIS 2012



Source : UBM – TNS Sport (du 1 juin au 10 juillet 2005)

L'UBM (unité de bruit médiatique) mesure l'impact d'un fait ou d'un événement dans les médias.

La candidature de Paris 2012 a alimenté les chroniques des médias pendant de nombreux mois. La pression médiatique s'est intensifiée à deux reprises depuis début juin 2005. Le 5 juin avait lieu la journée « Fêtons l'amour des Jeux » sur les Champs-Élysées avec de multiples animations sportives sur l'avenue. Mais le pic UBM est intervenu le jour de l'annonce de la désignation (6 juillet) avec un score remarquable, inférieur à l'événement UBM de l'année (mort de Jean Paul II) mais largement supérieur au « non » au référendum européen ou à la libération de Florence Aubenas. La pression média s'est ensuite éteinte très rapidement en raison de la désignation de Londres et des attentats qui ont suivi.