

### EDITORIAL

Nous espérons que vous avez passé un bel été. L'information principale de ces deux derniers mois est le rachat de Reebok par Adidas afin de se rapprocher du leader Nike. L'enjeu est de taille puisque cette opération devrait permettre à Adidas d'améliorer sa présence aux États-Unis mais surtout de s'armer en vue de la future grande bataille qui se profile avec les Jeux Olympiques de 2008 : la conquête du marché chinois. Nous vous souhaitons une bonne rentrée et espérons continuer à vous compter parmi nos fidèles lecteurs.

**Bruno Lalande, Directeur de TNS Sport.**

### LE CHIFFRE DE LA SEMAINE

**881**

C'est, en millions d'euros, le budget cumulé des clubs de Ligue 1 de football et de Top 14 de rugby.

Budgets les plus hauts : Lyon 110 / Stade Toulousain 15  
Budgets les plus bas : Ajaccio 16 / RC Narbonne 5.8

### LES FAITS MARQUANTS DE LA SEMAINE

❑ La marque Coca-Cola, le plus ancien partenaire de l'olympisme (1928), a annoncé le prolongement de son contrat jusqu'en 2020. Le montant estimé est de 150 millions d'euros pour la période.

❑ L'effet du retour des anciens (et notamment Zidane) en équipe de France de football n'a pas tardé à se faire sentir. Audiences TV en hausse (9.7 M de téléspectateurs pour France - Côte d'Ivoire contre 5.8 l'an passé à la même période), 30% de tirage en plus pour l'Equipe le 4 août (avec en une : « Il revient ! »), quatre fois plus de minutes de communication le même jour sur les services Kiosque d'Orange, sponsor personnel de Zidane. Il reste maintenant à l'équipe de France de se qualifier pour la Coupe du Monde 2006 afin que cet effet perdure sur le long terme, réponse très prochainement avec les matches de qualification de cet automne.

### REPERES TNS SPORT

**MEDIA**  
France

**21.65%**

C'est la part de voix de l'équipe de France de football dans l'information sportive en août 2005. Le retour de Zidane, Makélélé et Thuram a fait de ce mois, d'ordinaire calme pour l'équipe de France, un premier sommet médiatique de la saison.

Source : Sport Track - août 2005

**OPINION**  
UK

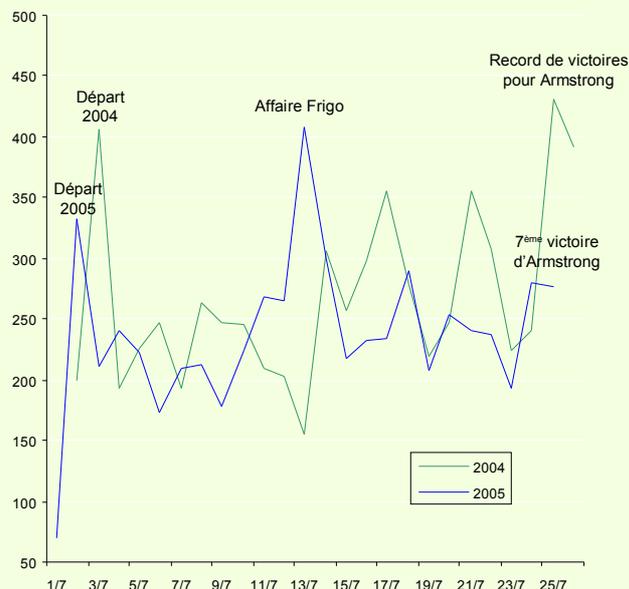
**18%**

C'est la mémorisation spontanée de Carlsberg dans le football après le succès de Liverpool en Champions League. La marque, sponsor maillot du club, bénéficiait jusque là de scores proches de 12%.

Source: TNS Sport UK - août 2005



### Scores UBM du Tour de France



Source : UBM - TNS Sport (2004 et 2005)

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

Le Tour de France 2005 a enregistré une pression médiatique moindre par rapport à 2004. L'annonce de la retraite d'Armstrong cette année et d'une possible 7<sup>ème</sup> victoire a logiquement moins mobilisé les médias que l'année du record de victoires. L'effet Thomas Voeckler avait également beaucoup joué en faveur du Tour 2004. Cet exploit n'a pas été renouvelé par un coureur français en 2005 avec la seule victoire d'étape de Moncoutié le 14 juillet. Enfin, le « sommet » médiatique du Tour 2005 fut malheureusement « l'affaire Frigo » qui a vu resurgir les vieux démons du cyclisme (la femme du coureur italien ayant été arrêtée en possession de produits dopants).