

EDITO

Toute l'équipe de TNS Sport vous souhaite de très bonnes fêtes de fin d'année. Rendez-vous le 3 janvier 2006 pour la prochaine édition de la newsletter TNS Sport.

LES FAITS MARQUANTS DE LA SEMAINE

❑ Les deux bouquets satellites français – TPS et Canal Satellite – ont démarré leur phase de rapprochement avec la prise de participation de 18% de Vivendi Universal (maison mère de Canal Plus) dans le capital de TPS. A terme, la volonté est de prendre le contrôle total du deuxième bouquet français. Quelle conséquence pour le football qui avait bénéficié de la concurrence entre les deux sociétés pour l'attribution des droits TV du football ? L'accord actuel court jusqu'en juin 2008 avec 600 millions d'euros par an pour l'exclusivité sur Canal Plus. Le risque est réel de voir, comme dans d'autres pays européens, ces droits baisser au terme du présent contrat.

❑ Sans aucune relation de cause à effet, la Ligue de Football Professionnel a lancé l'appel d'offres pour les droits de diffusion sur les portables. A ce jour, c'est Orange qui détient ces droits pour un montant annuel de 8 millions d'euros. Quelle somme sera proposée par les opérateurs ? Le Président de la Ligue espère simplement un montant supérieur au contrat actuel. Réponse le 27 janvier prochain.

❑ Vodafone a signé un partenariat de dix ans avec McLaren-Mercedes pour en devenir le sponsor titre en janvier 2007. Conséquence, les monoplaces de l'écurie britannique vont revêtir les couleurs de ce sponsor et devenir rouges comme leurs concurrents de chez Ferrari.

REPERES TNS SPORT

**MEDIA
France**

10%

C'est la part du sport dans le total du parrainage TV sur les 9 premiers mois de 2005. Ceci représente un peu plus de 49 millions d'euros contre 55.5 en 2004, année des JO et de l'Euro de football.

Source : TNS Media Intelligence – Pôle investissements publicitaires

**OPINION
France**

14.9%

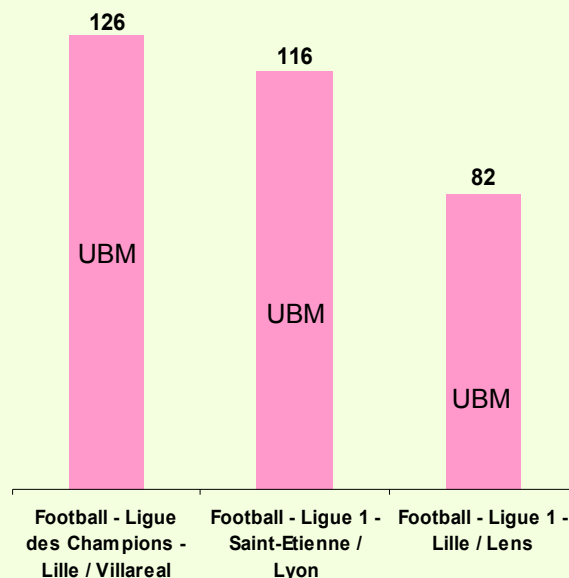
C'est le pourcentage de français de plus de 15 ans qui sont Captifs au rugby. Ce qui représente une cible d'un peu plus de 7 millions de Français adultes.

Source: SPORTISIMM – 2005



ECHOSPORT sur EUROSPORT en partenariat

avec les Echos et Sport & Finance MARKETING



Source : UBM – TNS Sport (du 22 au 28 novembre 2005)

Voici les résultats UBM des événements sportifs étudiés la semaine dernière pour l'émission Echospport, diffusée le mercredi soir sur Eurosport (rediffusée le samedi matin et le dimanche matin). Reprise de l'émission le 04/01 avec comme invité, Yves MARTIN, PDG de Gedimat.

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.