

LE CHIFFRE DE LA SEMAINE

47 480

C'est le montant (en euros) de la prime perçue par un joueur de l'équipe de France de rugby qui aurait participé à tous les matches du Tournoi des 6 Nations 2006. 11 000 euros pour la victoire finale, 4000 pour une présence dans l'effectif d'un match, 5500 euros pour une victoire à l'extérieur et 3660 pour une victoire à domicile.

LES FAITS MARQUANTS DE LA SEMAINE

❑ En France, le football a drainé près de 300 millions d'euros de sponsoring en 2004, soit environ 20% du marché des droits. Mais après avoir doublé entre 1997/1998 et 2001/2002, la recette moyenne de sponsoring des clubs de Ligue 1 stagne depuis trois saisons (7.3 millions d'euros et 22% du CA hors transferts) dans un marché qui progresse. L'encombrement publicitaire est une des explications avancées par Eurostat mais la baisse du prix moyen des maillots de Ligue 1 en est une autre alors que certains clubs étrangers signent des contrats records (20 millions d'euros annuels pour le Bayern de Munich contre 6 à 10 millions pour Lyon).

❑ Les résultats des clubs allemands de football sont en léger progrès mais le déficit atteint tout de même 717 millions d'euros en 2004/2005 pour les 36 clubs professionnels ! Ce déficit représente quasiment la moitié du chiffre d'affaires réalisé (1.52 milliard d'euros). Rappelons pour mémoire qu'en France, pour la même période, les clubs de Ligue 1 ont enregistré un déficit de 32.5 millions d'euros alors que la Ligue 2 obtient un résultat positif de 5.5 millions d'euros.

❑ Les droits de diffusion de la Coupe de la Ligue de football ont été remis sur le marché pour la période 2006-2009. France Télévisions et Canal+ ont chacune présenté une offre qui sera soumise pour décision lors du prochain conseil d'administration de la Ligue le 31 mars prochain. Le diffuseur attiré, France Télévisions, devrait faire la même offre qu'actuellement (11.5 millions d'euros par an).

ACTUALITE ETUDES

LA FIFAS ET TNS

Le 26 avril prochain, la FIFAS (Fédération Française des Industries du Sport et des Loisirs), en partenariat avec TNS Media Intelligence et TNS Worldpanel, NRJ, TF1, Smirov Communication, Adidas et Nike propose : « Des marques et vous ». Une journée d'information et de réflexion pour les acteurs du monde sportif autour du marketing des jeunes.

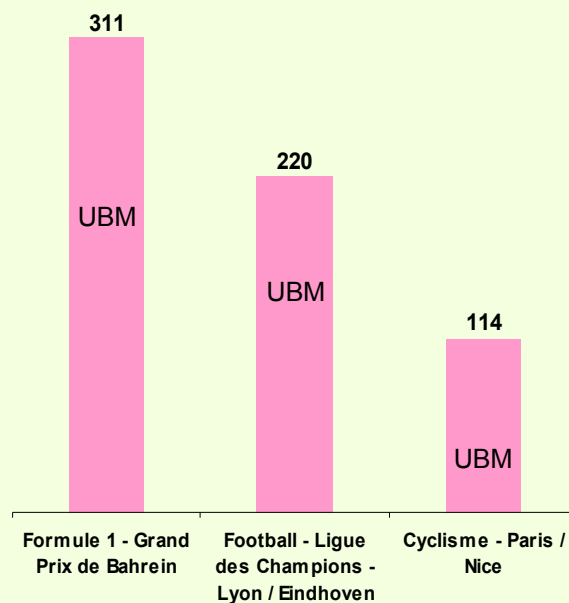
Consojunior et l'Unité Fashion de TNS Worldpanel y présenteront leur nouvelle étude sur les 11-19 ans : « Djeun's Wear ».

Cette étude sera articulée autour de la place du sport, des marques et des enseignes dans la sphère jeune et se clôturera avec la présentation d'un cas d'étude pour une marque ou une enseigne.



ECHOSPORT sur EUROSPORT en partenariat

avec les Echos et Sport & FINANCE MARKETING



Source : UBM du 07/03 au 13/03 – TNS Sport

Voici les résultats UBM des événements sportifs étudiés la semaine dernière pour l'émission Echosport, diffusée le mercredi soir sur Eurosport (rediffusée le samedi matin et le dimanche matin). Prochaine émission le 22/03 avec comme invité Didier Lalance, PDG de Made In Sport.

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 Echosport.