

LE CHIFFRE DE LA SEMAINE

41

C'est le montant (en millions d'euros) des **droits TV** que devrait toucher l'Olympique Lyonnais suite à son cinquième titre de champion de France et grâce au nouveau contrat sur les droits TV de la Ligue 1 de football. A titre de comparaison, le club a touché environ **24 millions d'euros** la saison dernière avec déjà un titre de champion de France.

LES FAITS MARQUANTS DE LA SEMAINE

□ A l'occasion de la Transat AG2R, première épreuve majeure de la saison 2006 de voile, voici quelques repères sur les montants investis par les sponsors-armateurs. Un programme **multicoque** coûte **1.7 million d'euros par an** alors que pour les **monocoques**, le coût est de **1.2 million**. Ce sport a cette année le vent en poupe avec l'arrivée de nombreux nouveaux sponsors parmi lesquels Siemens, Intermarché, Brit'Air, La Banque Postale, Brossard, etc...

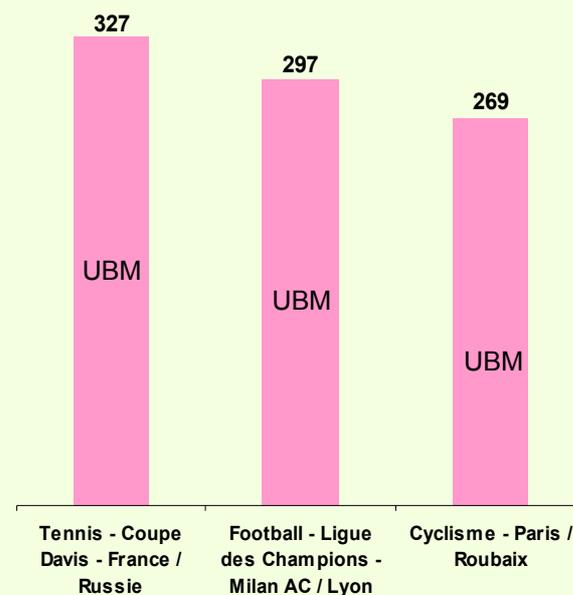
□ La valeur de « marque » des stars du football a fait l'objet d'une étude de BBDO Consulting UK. C'est le Brésilien **Ronaldinho** qui arrive en tête avec **45.65 millions d'euros** (contrat avec Nike, Pepsi, Cadbury et Unilever) suivi de **David Beckham (44.95)** et **Wayne Rooney (43.52)**.

□ Le marché de la publicité devrait connaître un effet Coupe du Monde de football. En effet, les marques commencent à communiquer avec notamment la présence de Zidane sur nos écrans publicitaires depuis quelques jours. L'agence média Zenith Optimédia avance un chiffre de **progression de 6% du marché mondial de la publicité** grâce à l'événement. Ceci devrait représenter **une manne de 800 millions d'euros** dont l'Europe bénéficiera en grande partie. La difficulté pour les différents annonceurs est de se démarquer des autres marques, soit en trouvant un ton nouveau, soit en décalant les dates des campagnes. Les équipementiers sportifs se sont déjà lancés dans la bataille, avec chacune leur figure « historique », de **Michel Platini pour Adidas à Eric Cantona pour Nike et Pelé pour Puma**.



ECHOSPORT sur EUROSPORT en partenariat

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



Source : UBM du 04/04 au 10/04 – 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 19/04 avec comme invitée Bernadette ANDRIETTI, PDG d'INTEL France.

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.

REPERES TNS SPORT

MEDIA
France
8.89%

C'est la part de voix des jeux Paralympiques de Turin dans l'information sportive en mars 2006. Pour rappel, les jeux Olympiques avaient obtenus une part de voix de **58.4%** en février dernier.

Source : Sport Track – TNS Sport

OPINION
France
22%

C'est le pourcentage des Français de plus de 18 ans dont le joueur préféré de rugby est **Frédéric Michalak**. Il devance de très peu **Christophe Dominici** alors que les amateurs de rugby préfèrent **Thomas Castaignède**.

Source: Magazine Rugby – avril 2006



tns sport, un produit tns media intelligence.

Bruno LALANDE
Hugues DELESPAUX
Agnès LAMY

bruno.lalande@tnsmi.fr
hugues.delespaux@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.tnsmediainelligence.fr

www.TNSSPORT.com

