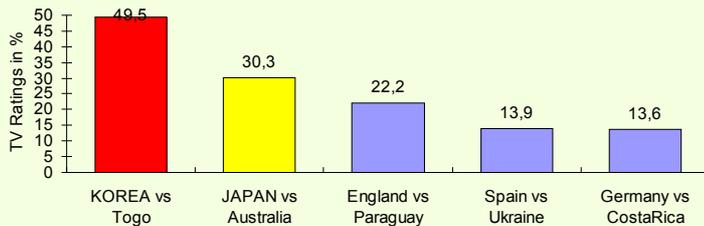


LA COUPE DU MONDE VUE D'ASIE

Au terme de la première semaine de compétition et de tous les premiers matches de chaque nation, voyons comment se passe le suivi TV de cette compétition sur 3 marchés importants en Asie : Chine, Japon et Corée du Sud. La couverture de la Coupe du monde est importante dans ces pays puisque tous les matches sont proposés en direct malgré le décalage horaire et sont souvent rediffusés dans l'après-midi.

Corée du Sud

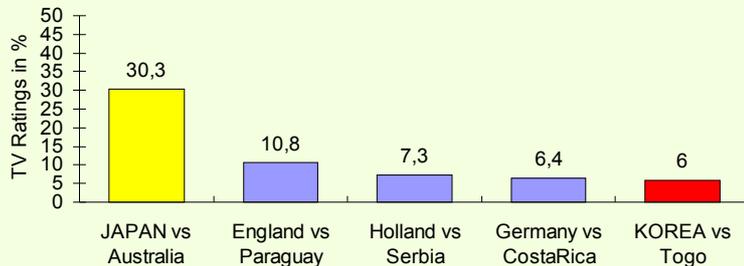


Source : CSM Media Research – TNS Sport China

L'engouement pour le football et son équipe nationale (demi-finaliste en 2002) est très fort en Corée du Sud. La moitié de la population était devant son téléviseur pour le premier match contre le Togo sans compter les millions de personnes qui ont suivi le match sur écran géant ou dans les bars.

Les Coréens suivent également le parcours de leur voisin japonais (2^{ème} meilleur score d'audience).

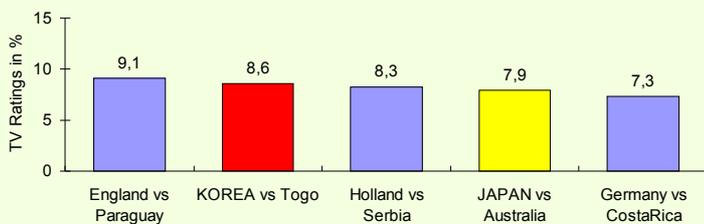
JAPON



Source : CSM Media Research – TNS Sport China

Un peu moins d'engouement au Japon où l'équipe nationale est également la plus suivie. Avec plus de 30% d'audience, le match Japon / Australie sera tout de même l'une des plus fortes audiences de l'année, tous programmes confondus.

CHINE



Source : CSM Media Research – TNS Sport China

Pas de préférence en Chine (non qualifiée) pour les équipes asiatiques. C'est plutôt l'Angleterre qui est la nation la plus suivie (effet Beckham très populaire en Chine ?).



ECHOSPORT sur EUROSPORT en partenariat

avec les Echos et Sport & Finance & Marketing

1056



Football - Coupe du monde - France / Suisse

254



Automobile - 24 heures du Mans

65



Basket - Finale Pro A - Nancy / Le Mans

Source : UBM du 13/06 au 19/06 – TNS Sport

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). Prochaine émission le 28/06 avec comme invité Alain VIOT – PDG de LLADRO. L'émission reprendra ensuite le 13 septembre prochain.

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.