NEWSLETTER
TNS SPORT

N°51 - Semaine 27 - Mardi 4 juillet 2006

EDITO

La newsletter TNS Sport prend ses quartiers d'été. Vous retrouverez notre prochaine édition le 29 août prochain. **En attendant, toute l'équipe de TNS Sport vous souhaite un très bon été sportif ! Allez les Bleus !!**

Bruno Lalande, Directeur de TNS Sport.

LES FAITS MARQUANTS DE LA SEMAINE

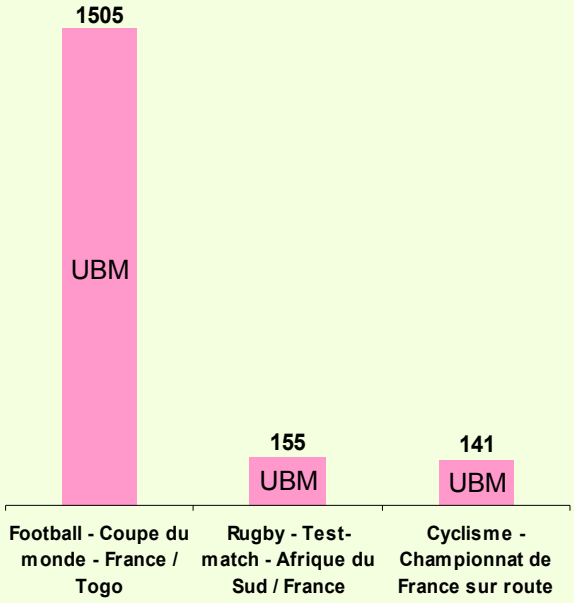
❑ LA COUPE DU MONDE DES EQUIPEMENTIERS

Après la fabuleuse victoire de l'équipe de France contre le Brésil ce week-end, **Nike a désormais 25% de chance de gagner la Coupe du monde, Puma 25% et Adidas 50%** ; Les demi-finales « équipement maillot » étant ce soir PUMA (Italie) / ADIDAS (Allemagne) et demain ADIDAS (France) / NIKE (Portugal).
Si **Nike** n'est pas finaliste (équipementier maillot), ils ont à ce jour **37% des buts marqués lors de l'évènement** avec des chaussures NIKE (dont le but de Thierry Henry samedi soir qui sera sûrement un des derniers, Henry passant chez Reebok dès la saison prochaine)… **7 joueurs de l'équipe de France en sont équipés**. Adidas demeure le grand leader mondial du football face à Nike. Si le Portugal « sort », nul doute que la communication de Nike devrait s'orienter sur les chaussures et nul doute qu'Adidas, en cas de victoire (Allemagne ou France) dépasserait ses objectifs business football 2006, avec gageons le, un T-shirt collector pour la France ?.

❑ LE TOUR DE FRANCE EN CHIFFRES

Malgré les affaires de dopage, le Tour de France cycliste est en bonne santé financière : **l'événement génère environ 130 millions d'euros de CA**. Les télévisions représentent 45% de ce CA. **Les sponsors versent plus de 3 millions d'euros par an** pour appartenir au Club très fermé du Tour de France (Champion, Nestlé Aquarel, LCL et Skoda). **Les « partenaires officiels »** (France Télécom, Nike, etc…) **mettent sur la table entre 1 à 2 millions d'euros**. Enfin les **« fournisseurs officiels »** (Antargaz, Haribo, etc…) versent entre **300 000 et 700 000 euros par édition**.
L'assistance au bord des routes devrait se situer comme chaque année **entre 12 et 15 millions de spectateurs**. Chaque étape attirera une moyenne d'un peu plus de **4 millions de téléspectateurs sur France Télévisions**, soit une part d'audience de 45%. **554 médias sont accrédités** et **2965 heures de diffusion TV dans le monde** sont proposées pour une audience cumulée de plus de 4 milliards de téléspectateurs.
Chaque ville étape départ verse 45 800 euros et 76 200 pour une arrivée. Certaines villes comme Pau paient 136 000 euros pour le statut de « candidat permanent ». Une centaine de candidatures parvient chez ASO chaque année et le taux de satisfaction des villes étapes est très important et entraîne fréquemment la volonté de postuler à nouveau une autre année.

ECHOSPORT sur EUROSPORT en partenariat avec les Echos et Sport & FINANCE MARKETING



Source : UBM du 20/06 au 26/06 – 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). Reprise de l'émission 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 Echosport.

tns sport, un produit tns media intelligence.

Bruno LALANDE bruno.lalande@tnsmi.fr 01 47 67 17 01
Hugues DELESPAUX hugues.delespaux@tnsmi.fr 01 47 67 17 07
Agnès LAMY agnes.lamy@tnsmi.fr 01 47 67 17 02

Pour en savoir plus : www.tnsmediaintelligence.fr www.TNSSPORT.com

AFAQ ISO 9001