

COMMUNIQUE DE PRESSE



Tous devant la Coupe du Monde !

Source : Eurodata TV Worldwide / Auditel-AGB NMR Italy / TNS Audiencia de Medios / Médiamétrie-Mediamat / Marktest-Audimetria-Mediamonitor / ATO-Mediaresearch / Publica Data AG-Telecontrol / GFK Ukraine / AGF-GFK – Tous droits réservés

A travers le monde, la Coupe du Monde de la FIFA 2006 a battu des records d'audience.

Eurodata TV Worldwide s'est intéressé au nombre de téléspectateurs qui ont regardé au moins une minute de match en direct (audience cumulée) durant toute la compétition.

Eurodata TV Worldwide permet à ses clients d'avoir accès aux audiences de chaque individu dans la plupart des pays disposant d'une mesure d'audience audimétrique. L'information peut alors être traitée de façon innovante grâce à des indicateurs de performance originaux tels que l'audience cumulée de l'événement toutes diffusions en direct confondues, dans le cas présent pour la Coupe du Monde 2006.

Le tableau ci-dessous met en parallèle, par pays, l'audience cumulée et le nombre de personnes équipées d'un téléviseur dans leur foyer. Au total, dans les 9 pays du tableau, plus de 90 % des individus ont regardé l'événement ne serait-ce qu'une minute.

Pays	Univers Total	Audience Cumulée	%
France	56 060 000	53 649 420	95,7
Brésil	53 294 000	50 506 723	94,8
Portugal	9 459 000	8 756 400	92,6
Suisse	6 974 900	6 431 900	92,2
Italie	55 199 742	50 457 883	91,4
Ukraine	20 921 243	18 923 328	90,5
Espagne	41 555 000	35 686 000	85,9
Argentine	12 871 000	10 773 027	83,70
République Tchèque	8 559 300	7 086 000	82,8

En Italie, pays vainqueur de la Coupe du Monde, près de 50,5 millions de téléspectateurs ont suivi l'événement sur les 55,2 millions de personnes équipées d'une télévision, soit plus de 91%. Au Portugal, ce pourcentage atteint même 92,6%.

Sur le terrain de l'audience, la médaille d'or revient à la France, où plus de 53,6 millions de personnes, soit 95,7% des personnes qui ont une télévision se sont enthousiasmées, entre autre, pour le parcours des Bleus. Cette proportion atteint 96,7 % chez les hommes.

Les chaînes espagnoles, malgré l'élimination prématurée de leur équipe au stade des 8^{èmes} de finales, ont captivé près de 86% de leur public.

Dans la plupart des pays, la moitié des personnes équipées d'une télévision avait déjà regardé au moins une minute de l'un des matchs des poules qualificatives. Les autres personnes se sont intéressées à la compétition à partir des matchs à élimination directe.

Enfin, en Allemagne, le seul match opposant le pays hôte à l'Italie en demi-finale a été suivi au moins une minute par 51,4% des personnes équipées d'une télé.

Eurodata TV Worldwide appliquera désormais ce type de mesure de la performance aux événements sportifs majeurs et produira les classements annuels des meilleures audiences cumulées.

A propos d'Eurodata TV Worldwide

Créé par Médiamétrie, Eurodata TV Worldwide distribue l'information des sociétés de mesure de l'audience de la télévision dans le monde, grâce à des accords de partenariat. La banque de données Eurodata TV Worldwide couvre plus de 2000 chaînes, soit 2,7 milliards de téléspectateurs, dans 75 territoires et fournit une information quotidienne et exhaustive sur la programmation, les contenus, la production, la distribution internationale et les audiences des programmes par cible, provenant directement de ses homologues dans le monde entier. Ces résultats s'intègrent dans une gamme de services d'aide à la décision qui s'adressent aux professionnels de l'audiovisuel à l'international : producteurs, distributeurs, diffuseurs, gestionnaires de droit, sponsors, etc. En 2005, Eurodata TV Worldwide a réalisé 90% de son chiffre d'affaires en dehors de la France.

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise interprofessionnelle de mesure d'audience et d'études des médias audiovisuels et électroniques. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence professionnelle unique pour l'ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, le Cinéma, l'Internet, les Nouveaux Médias et la convergence des médias. En 2005, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 40,2 millions d'euros avec un effectif de 353 personnes.

Pour toute information presse :

Nelly Dubner

Tel : + 33 1 47 58 97 26 – Fax : + 33 1 47 58 09 26

E-mail : ndubner@mediametrie.fr / www.mediametrie.fr

Pour toute information client :

Michaël Hagege

Tel : + 33 1 47 58 97 30 - Fax : 01 47 58 64 24

E-mail : mhagege@mediametrie.fr - www.eurodatatv.com