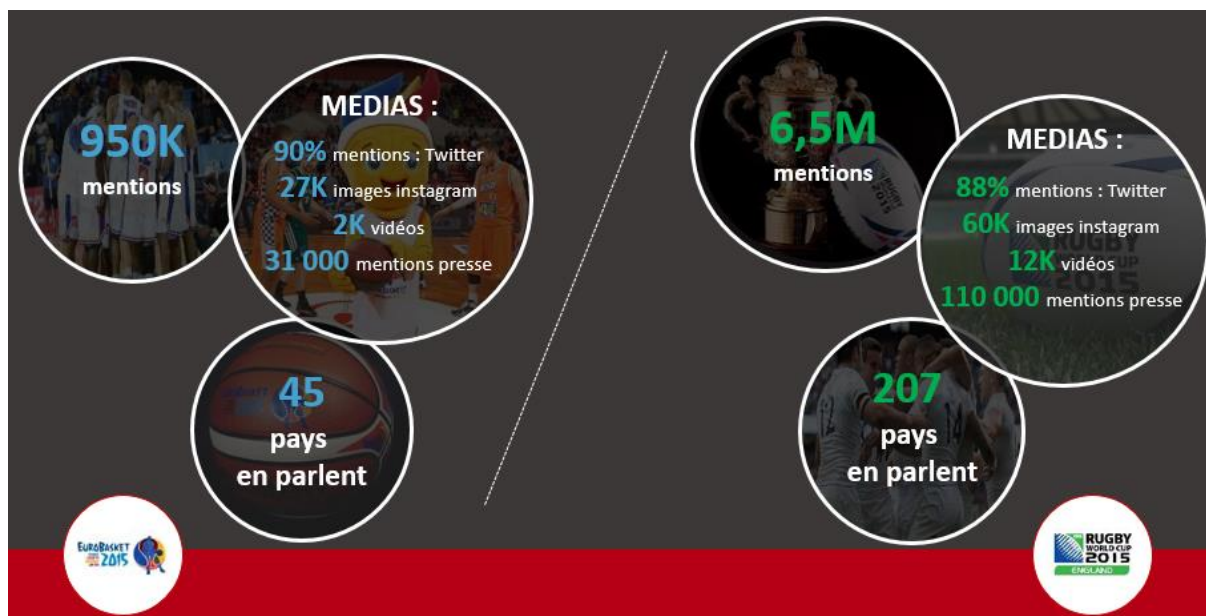


Paris, le 05/11/15

EUROBASKET 2015 vs. RWC2015 Les marques et les sportifs côté digital

Sport Market, agence conseil en communication spécialisée en marketing sportif et Synthesio, société qui accompagne les marques dans leur stratégie de veille, d'analyse et de dialogue sur Internet ont analysé les conversations sur les principaux médias en ligne autour des deux grands événements sportifs de cette rentrée 2015 : l'EuroBasket et la Coupe de monde de Rugby.

Les chiffres clés



Périmètre de l'analyse

Médias en ligne surveillés : Twitter, Facebook, Instagram, blogs, forums, presse en ligne

Couverture de la veille EuroBasket2015 : mentions relatives à la compétition, du 5 au 20 septembre 2015 en Europe, en anglais, français et espagnol.

Couverture de la veille Rugby World Cup 2015 : mentions relatives à la compétition, du 18 septembre au 1er novembre 2015 dans le monde entier, en anglais et français.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Les temps forts de ces événements sportifs majeurs

Durant les 15 jours de l'EuroBasket 2015, trois pics majeurs de mentions ressortent de la compétition : le 5 septembre, jour du match d'ouverture France – Finlande (89 000 mentions), le 17 septembre lors de la défaite de l'Equipe de France face à l'Espagne (176 300 mentions) et le 20 septembre, jour de la finale Espagne – Lituanie (196 000 mentions).

Le premier temps fort de la Coupe du Monde de Rugby est plus surprenant : il correspond à la victoire du Japon face à l'Afrique du Sud le 19 septembre (490 000 mentions), et non au match d'ouverture ! La finale, qui a vu les All Blacks conserver leur titre de champion du monde, constitue le deuxième pic avec 440 000 mentions devant l'élimination des Anglais le 3 octobre face à l'Australie (380 000 mentions). A noter que la défaite des Français en quart de finale le 17 octobre face aux Néo-Zélandais arrive juste après avec 340 000 mentions.

Thomas Le Gac, Vice-Président de Synthesio ajoute : « *Cela confirme que la finale d'un événement sportif majeur n'est pas toujours le match le plus commenté, surtout quand le pays organisateur perd en match de poule comme cela a été le cas de l'Angleterre.* »

Les marques partenaires

- **2 120 mentions pour les partenaires de l'EuroBasket 2015**
- **125 000 mentions pour les partenaires de la Rugby World Cup 2015**

Avec 37% de part de voix, la marque PEAK dont Tony Parker est l'ambassadeur, est la marque la plus mentionnée parmi les partenaires de l'EuroBasket, suivi par Tissot (29% de part de voix) et Molten (13%).

Avec un partenariat de deuxième rang (partenaire officiel), Dove est le sponsor de la Rugby World Cup le plus cité avec 33% de part de voix. La marque est suivie par deux partenaires de rang 1 (partenaires mondiaux) : Heineken (17% de part de voix) et Land Rover (14%).

- **7 230 mentions pour les partenaires de la FFBB**
- **35 000 mentions pour les partenaires de la FFR**

Lors de l'EuroBasket, la Caisse d'Epargne a été le partenaire de la Fédération le plus cité, regroupant 66% des mentions. Suivent deux équipementiers : adidas (15% de part de voix) et Molten (4%).

C'est un partenaire de premier rang qui récolte également le plus de mentions parmi les soutiens du XV de France : la Société Générale (également partenaire de la compétition) est la marque la plus citée, avec 37% de part de voix, suivie par St-Yorre et Orange avec 13% de part de voix ; adidas (9%) et la RATP (7% de part de voix) font également partie du top 5.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Pierre de La Ville-Baugé, Directeur Associé de Sport Market précise : « *L'écart entre les mentions liées aux partenaires des deux compétitions s'explique à la fois par l'écart de notoriété entre le basket et le rugby, mais aussi par la durée différente des deux compétitions (2 semaines / 6 semaines) et la portée de l'événement, européenne pour l'EuroBasket et mondiale pour la Coupe du Monde de rugby. Il est intéressant de noter que les marques partenaires de premier rang de la FFR, n'ont pas forcément eu la part de voix la plus importante. Ainsi, des marques comme Saint-Yorre ou la RATP, partenaires de rang 2 de la FFR, dépassent la plupart des partenaires de rang 1, malgré des investissements beaucoup moins importants, grâce à des dispositifs originaux, notamment sur Twitter. »*

Les équipes

- **205 000 mentions relatives aux équipes participant à l'EuroBasket 2015**
- **2 100 000 mentions relatives aux équipes participant à la Rugby World Cup 2015**

Avec 102 000 mentions, l'Espagne, championne d'Europe de basket, est l'équipe la plus citée durant la compétition. Elle est suivie par la France, pays hôte et troisième de la compétition, qui totalise 61 300 mentions. Le Serbie complète le podium avec 17 800 mentions.

L'équipe championne n'est pas toujours la plus mentionnée. En effet, la Nouvelle-Zélande figure à la troisième place des équipes les plus citées durant la Coupe du Monde de rugby avec 367 000 mentions, précédée de l'Australie, mentionnée 418 000 fois et du pays hôte, le XV de la Rose totalisant 377 000 mentions durant la compétition.

Le XV de France est à la septième place des équipes les plus citées durant la compétition, comptabilisant 198 000 mentions.

Pierre de La Ville-Baugé, Directeur Associé de Sport Market ajoute : « *Le nombre important de mentions concernant les équipes lors de la Coupe du Monde de Rugby vient du suivi très fort des fans de ce sport et de l'importance primordiale de l'équipe qui prime sur l'individuel, ce qui est en phase avec l'ADN du rugby. »*

Thomas Le Gac, Vice-Président de Synthesio, souligne : « *La défaite de la France en demi-finales de l'EuroBasket n'a pas eu un gros impact sur le nombre de mentions de l'équipe, probablement parce que les supporters sont restés mobilisés pour le match de la 3^{ème} place. L'inverse s'est produit lors de la Coupe du Monde de Rugby, où la chute du nombre de mentions a commencé après la défaite contre les All Blacks. »*

COMMUNIQUE DE PRESSE

Les joueurs

- **230 000 mentions relatives aux joueurs participant à l'EuroBasket 2015**
- **362 000 mentions relatives aux joueurs participant à la Rugby World Cup 2015**

Pau Gasol est le joueur le plus cité de l'EuroBasket. Le MVP de la compétition obtient 57% de part de voix avec 132 000 mentions. Il est suivi par Tony Parker, mentionné 33 300 fois (15% de part de voix) et par l'allemand Dirk Nowitzki éliminé en phase de poules et mentionné 12 500 fois (5% de part de voix). Trois français sont présents dans le top 5 des joueurs les plus cités : Nando De Colo (4^{ème}) et Nicolas Batum (5^{ème}).

Tout comme pour l'EuroBasket, le meilleur joueur de la Rugby World Cup, Dan Carter, est le joueur le plus mentionné. Il a été cité 51 300 fois durant la compétition (15% de part de voix). Suivent Richie McCaw, le capitaine des champions du monde, avec 33 200 mentions (9% de part de voix) et Bryan Habana, l'ailier des Springboks qui a égalé le record d'essais de Jonah Lomu en Coupe du Monde le 7 octobre. Il a été cité 31 400 fois (8% de part de voix).

Thomas Le Gac, Vice-Président de Synthesio, précise : « A la différence de l'équipe d'Espagne, où l'on peut remarquer une vedette, Pau Gasol, qui monopolise les discussions, on remarque une homogénéité plus importante en Equipe de France. Malgré la présence de Tony Parker, star NBA à la notoriété planétaire, les autres joueurs français existent beaucoup plus que les Espagnols. »

Pierre de La Ville-Baugé, Directeur Associé de Sport Market, conclue : « Les joueurs ne sont pas les seuls à avoir bénéficié de l'exposition de la Coupe du monde de rugby sur le digital. Si l'on prend en compte les mentions des célébrités en lien avec la RWC, le Prince Harry totalise 30 500 mentions, ce qui le classe juste après Richie McCaw ! Cela fait au moins un motif de satisfaction pour nos amis anglais ».



A propos de SPORT MARKET

Sport Market est une agence conseil en communication spécialisée en marketing sportif. L'agence accompagne les marques dans le conseil et la réflexion stratégique en amont des négociations pour construire le système de sponsoring, mais aussi dans la mise en œuvre et l'activation en aval du contrat de partenariat pour déployer le partenariat, le valoriser et le "faire savoir".

A propos de SYNTHESIO

Synthesio est une société qui propose des services innovants d'actualité sur Internet à destination des entreprises, agences de communication, médias et portails Internet. C'est aussi une jeune équipe d'entrepreneurs curieux qui cherchent à décrypter les enjeux d'aujourd'hui pour mieux anticiper les révolutions de demain.