

BILAN DE L'EURO 2016 SUR LE DIGITAL

Les tops de la compétition

Paris, le 11/07/2016 - **Sport Market, agence conseil en communication spécialisée dans le sport et Synthesio, société qui accompagne les marques dans leur stratégie de veille, d'analyse et de dialogue sur Internet ont étudié* les conversations sur les principaux médias en ligne autour de l'événement sportif majeur de l'année 2016 en France : l'Euro 2016**

Entre le match d'ouverture et la finale, l'Euro 2016 a été mentionné **30 700 000 fois** sur les médias en ligne. Ces deux moments constituent les deux pics majeurs de mentions de la compétition, avec 2 000 000 de mentions le 10 juin et 1 800 000 lors de la journée d'hier.

Pour Pierre de la Ville-Baugé, Directeur associé chez Sport Market : « *L'Euro 2016 a suscité un très fort engouement sur les réseaux sociaux avec plus de 30 millions de mentions. A titre de comparaison, nous avons comptabilisé 6,5 millions de mentions lors de la Coupe du Monde de Rugby 2015. Au-delà de l'analyse autour des joueurs et des équipes, la compétition est l'occasion pour les villes hôtes et pour les marques partenaires de promouvoir leur territoire, leur image, avec des dispositifs adaptés, innovants qui s'adressent directement aux fans, premiers relais sur le digital. Si le sujet vous intéresse, le dashboard mis en place avec Synthesio nous permet de vous fournir de nombreuses autres informations !* »

Top équipes

1. France - 2 288 000 mentions
2. Portugal - 1 688 000 mentions
3. Angleterre - 1 486 000 mentions

On retrouve les deux finalistes aux premières places des équipes les plus mentionnées lors de l'Euro 2016. **L'Equipe de France** arrive en tête du classement, suivie du **Portugal**. Ces deux équipes ont un pic de mentions lors de la finale, le 10 juillet, avec respectivement 275 000 et 270 000 mentions. La France profite de son statut de pays hôte pour devancer le nouveau champion d'Europe, avec par exemple 274 000 mentions lors du match d'ouverture le 10 juin.

Le troisième de ce classement est **l'équipe d'Angleterre**. La défaite anglaise en 8^{èmes} de finale face à l'Islande constitue l'une des surprises de l'Euro 2016 et peut expliquer cette troisième place (250 000 mentions le 27 juin).

COMMUNIQUE DE PRESSE

Top joueurs européens

1. Cristiano Ronaldo - 1 017 000 mentions
2. Antoine Griezmann - 607 000 mentions
3. Gareth Bale - 540 000 mentions

Cristiano Ronaldo, capitaine de l'équipe du Portugal, championne d'Europe, et joueur le plus suivi sur les réseaux sociaux, est le joueur le plus mentionné de la compétition. Il a notamment été mentionné à 114 000 reprises le jour de la demi-finale face au Pays de Galles, après avoir marqué et égalé le record de buts détenu par Michel Platini (9 buts marqués pendant l'Euro).

Il est suivi par **Antoine Griezmann**, nommé meilleur joueur de la compétition, mentionné 143 000 fois lors de la demi-finale de la France, durant laquelle il a inscrit un doublé.

Enfin, **Gareth Bale** qui a porté le Pays de Galles jusqu'en demi-finales complète ce podium, en particulier suite aux deux premiers matchs durant lesquels il a marqué 2 buts.

Top joueurs français

1. Antoine Griezmann - 607 000 mentions
2. Dimitri Payet - 536 000 mentions
3. Paul Pogba - 279 000 mentions

Deuxième joueur européen le plus mentionné durant l'Euro 2016, **Antoine Griezmann** est également le joueur français le plus cité. On peut souligner qu'en excluant les mentions neutres, 79% des mentions le concernant ont une tonalité positive.

Dimitri Payet profite de son excellent début de compétition pour prendre la deuxième place de ce classement. Il a notamment été mentionné 154 900 fois lors du match d'ouverture France – Roumanie, le 10 juin.

Enfin, le trio français est complété par **Paul Pogba**, mentionné principalement durant la phase de poules ainsi qu'après son but lors du quart de finale face à l'Islande le 03 juillet.

A noter que **Didier Deschamps** serait le 5^{ème} Français le plus mentionné s'il faisait partie du classement des joueurs, avec 90 500 mentions.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Top sponsors globaux

1. Orange - 137 800 mentions
2. Carlsberg - 77 600 mentions
3. Hisense - 22 700 mentions

Orange est le partenaire le plus mentionné durant l'Euro 2016. La marque a mis en place la campagne « Orange Sponsors You », qui offrait aux fans la possibilité d'illuminer la Tour Eiffel aux couleurs de leur pays, si celui-ci était le plus mentionné sur Twitter. Cette activation a engendré de nombreuses mentions pour la marque.

Carlsberg, avec son dispositif « Man Of The Match », arrive en seconde position. Ce dispositif lui permet d'être mentionné par l'UEFA après chaque match, ce qui engendre de nombreux retweet. La manière dont la marque a pu contourner la loi Evin en affichant le slogan « Probably...the best in the world » dans les stades a également été très commentée.

Enfin, la marque chinoise **Hisense** complète le podium, grâce à son dispositif #FeelEverything. La marque a été principalement mentionnée durant les phases finales, en permettant de remporter des places pour les matchs à travers notamment un concours photo.

Top sponsors nationaux

1. Crédit Agricole – 21 400 mentions
2. SNCF – 13 000 mentions
3. Abritel – 7 800 mentions

Le **Crédit Agricole** est le partenaire national le plus mentionné de la compétition. La marque a pu profiter d'un « double partenariat », puisqu'elle est également partenaire historique de l'Equipe de France de Football. Cela lui a permis notamment d'activer sa plateforme « On a Tous un Côté Foot », déjà bien installée auprès des Français.

La **SNCF** a pu mettre en avant son métier de transporteur officiel à travers le dispositif #DestinationEuro et prend la deuxième place. **Abritel** complète ce podium, avec notamment la création d'un appartement éphémère sur la Tour Eiffel qui a été très commenté.

Ces deux marques sont logiquement moins bien placées dans ce classement puisqu'elles ne disposaient pas de droit marketing liés à la FFF.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Top villes hôtes

1. Marseille - 437 050 mentions
2. Paris - 395 000 mentions
3. Lille - 257 514

Marseille est la ville la plus mentionnée durant la compétition, notamment en raison des incidents en marge de la rencontre Angleterre-Russie le 11 juin (plus de 150 000 mentions pour cette seule journée).

Paris a profité de l'accueil du match d'ouverture et de la finale dans la ville voisine de Saint Denis pour prendre la deuxième place. L'ensemble du dispositif très complet mis en place par la Ville de Paris durant la compétition est salué sur tous les médias en ligne. La capitale est également la ville recueillant le plus de mentions sur Instagram.

Enfin, **Lille** complète le podium, en raison notamment de la présence des Anglais, des Gallois et des Russes le 15 juin (matchs à Lille et Lens).

On notera qu'être la ville hôte la plus mentionnée n'est pas nécessairement gage de popularité. Ainsi, la ville de **Nice**, 5^{ème} ville en volume prend la première place en termes de popularité, avec 88% de mentions ayant une tonalité positive. Elle est suivie de **Bordeaux** (77% de mentions ayant une tonalité positive) et **Lyon** (70% de mentions ayant une tonalité positive).

Pour Nicolas Saintagne, Directeur France de Synthesio : « *Cet Euro souligne des évolutions notables dans l'usage des médias sociaux. Si Twitter reste le média privilégié des supporters pour commenter le live, on constate une croissance notable d'Instagram sur cette édition. On peut également évoquer la grande tendance à la parodie de nombreuses photos (Evra, Löw, Ronaldo...) très populaires et virales sur les réseaux sociaux.* »

*** Périmètre de l'analyse**

Mentions relatives à l'Euro 2016 (déclinaisons des mots clés portant sur la compétition, les joueurs et les équipes) sur l'ensemble des médias en ligne (Twitter, Facebook, Instagram, blogs, forums, presse en ligne...) - Couverture mondiale 200 pays - 80 langues - Mentions durant la totalité de la compétition, du 10 juin au 10 juillet 2016.

A propos de SPORT MARKET

Sport Market est une agence conseil en communication spécialisée dans le sport. L'agence accompagne les marques dans le conseil en amont des négociations pour construire le système de sponsoring, mais aussi dans la mise en œuvre et l'activation en aval des contrats de partenariat pour le déployer, 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.