



EuroBasket 2015 vs Coupe du Monde de rugby 2015 : Mentions, marques, sponsors, quel impact auprès des internautes pour chaque événement ?

Le sport fait vibrer la jeune génération, c'est un fait avéré. Avec une rentrée 2015 chargée, **Sport Market** et Synthesio se sont demandés quel événement avait le plus marqué les esprits des internautes: EuroBasket ou Coupe du monde de rugby?

Tout au long du mois dernier, la rédaction d'Air of melty vous a parlé de la Coupe du Monde de rugby. **Point de discussion autour des matches ou des prestations des équipes en elles-mêmes, mais un décryptage de l'actualité des marques misant sur cet événement pour se rendre toujours plus visibles auprès du grand public.** Dans cet état d'esprit, il y a quelques semaines, nous vous dévoilions le nom des joueurs de la Coupe du Monde de rugby 2015 préférés des marques et du public. Il y a trois semaines, la rédaction d'Air of melty vous révélait aussi que les 18-35 ans étaient les plus bavards au sujet de la Coupe du Monde de rugby 2015 sur la toile. C'était l'agence conseil en communication spécialisée en marketing sportif **Sport Market** qui avait dévoilé ce résultat. Aujourd'hui, **Sport Market revient sur le devant de la scène, avec Synthesio, une société qui accompagne les marques dans leur stratégie de veille, d'analyse et de dialogue sur Internet, pour comparer l'impact des deux événements sportifs majeurs de cette rentrée 2015, à savoir l'EuroBasket et la Coupe du Monde de rugby.** Alors lequel de ces deux événements a été le plus suivi par les passionnés de sport, qui sont indéniablement nombreux chez les jeunes ? Réponse tout de suite !

EuroBasket 2015 vs Coupe du Monde de rugby 2015, qui l'emporte auprès des internautes...et des marques ?

Comme le révèle l'étude, **durant les 15 jours de l'EuroBasket 2015, trois pics majeurs de mentions sont ressortis de la compétition : le jour du match d'ouverture France-Finlande (89 000 mentions), le jour de la défaite de l'Equipe de France face à l'Espagne (176 300 mentions) et le jour de la finale Espagne-Lituanie (196 000 mentions).** Mais même le pic le plus fort n'est pas parvenu à rivaliser avec l'engouement provoqué par la Coupe du Monde de rugby, dont le premier temps fort par ailleurs plutôt surprenant puisqu'il correspond à la victoire du Japon face à l'Afrique du Sud (490 000 mentions) et non au match d'ouverture ! De son côté, 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). Et non, **pas de frenchies dans ce top 3 donc ! Mais notons tout de même que la défaite des Français en quart de finale contre les futurs Champions du Monde constitue le quatrième pic de la compétition, avec 340 000 mentions.** Et quid des marques associées à ces événements ?

L'étude de **Sport Market** et Synthesio relève 2 120 mentions pour les partenaires de l'EuroBasket 2015, contre 125 000 mentions pour les partenaires de la Coupe du Monde de rugby 2015. *"Avec 37% de part de voix, la marque PEAK dont Tony Parker est l'ambassadeur est la plus mentionnée parmi les partenaires de l'EuroBasket, suivie 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%)",* explique le site *CBNews*, qui relaie l'étude. Et concernant les équipes françaises spécifiquement, c'est la Caisse d'Epargne qui a été le partenaire de la FFBB le plus cité pendant la compétition, en regroupant 66% des mentions, tandis que, du côté du rugby, c'est la Société

Générale, sponsor du XV de France, qui a été la marque la plus citée, avec 37% de part de voix.
Rendez-vous dans moins de 8 mois pour un nouvel événement sportif de taille qui devrait engager la jeune génération : l'Euro 2016, qui se déroulera en France.