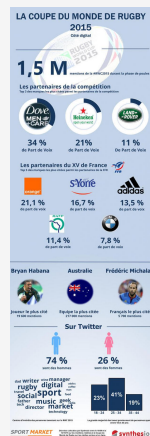




Coupe du Monde de Rugby 2015 : Les 18-34 ans en parlent à fond sur la toile !

Cette semaine, les Bleus jouent leur destin contre la Nouvelle-Zélande, dans la Coupe du Monde de rugby 2015. En attendant le score de ce match si attendu, découvrez l'enthousiasme dont témoignent les jeunes sur les réseaux sociaux autour de cet événement, grâce à une étude signée **Sport Market** et Synthesio.

Demain soir, le XV de France affrontera la Nouvelle-Zélande en quarts de finale de la Coupe du Monde de rugby 2015, qui se joue au Japon. Ces dernières semaines, la rédaction d'Air of melty a régulièrement consacré des articles à cet événement, car il suscite un engouement général, de la part des jeunes comme des marques. **C'est un fait, depuis le mois de septembre et pour quelques semaines encore, une grande partie de la planète vibre au rythme de la Coupe du Monde de rugby, et cela concerne en grande partie les jeunes.** En effet, l'an passé, une étude réalisée par meltyMetrix, le département smart data de meltygroup, avait mis en lumière le fait que **le sport représente un loisir très apprécié des moins de 30 ans, avec 84% d'entre eux déclarant ainsi en faire**, dont la moitié (49%) "régulièrement, tout au long de l'année". Le rugby faisant parti des 8 sports collectifs les plus plébiscités, on peut donc imaginer que les jeunes sont actifs devant leur écran depuis mi-septembre. Et les marques en profitent largement, comme Beats, Heineken ou encore le journal 20Minutes qui s'est invité sur WhatsApp pour informer les jeunes passionnés de rugby. En début de semaine, nous vous présentions également l'étude de Brand and Celebrities, qui mettait en lumière les joueurs préférés des marques et du public. Aujourd'hui, pour conclure cette semaine très rugby, découvrez les résultats d'une autre étude, à savoir celle menée par **Sport Market** et Synthesio, qui ont étudié la phase de poules de la compétition du point de vue des réseaux sociaux. **Alors, que faut-il en retenir ? Que si les marques savent se faire entendre...les jeunes aussi !**



Une infographie...pleine d'infos !

Cette Coupe du Monde de rugby est un succès sur les réseaux sociaux, un seul chiffre suffit à le prouver : **le hashtag officiel de la compétition, #RWC2015, a été mentionné 1.5 millions de fois sur les réseaux sociaux pendant les semaines consacrées aux poules. Un sujet clé mentionné en grande majorité par des hommes de sexe masculin (74%) et, c'est désormais confirmé, des internautes jeunes, puisque 23% d'entre eux ont entre 18 et 24 ans et 41% ont entre 25 et 34 ans !** Outre le rugby, ces jeunes s'expriment sur les réseaux sociaux sont aussi passionnés de musique, de vin, de voyage, de sport, de café, de technologie, et bien plus encore, selon l'étude menée par **Sport Market** et Synthesio. Et, qu'on se le dise, **cet engouement général autour du mondial de rugby largement permis aux marques partenaires de la compétition de se mettre en avant. C'est la marque Dove qui l'emporte, avec 34% de part de voix, devant Heineken (21%) et LandRover (11%).** Du côté des partenaires des

Bleus, c'est Orange qui raffle la plus grosse part du gâteau avec 21,1%, devant les marques St-Yorre, Adidas, la RATP et BMW. Et si, du côté de l'Equipe de France toujours, c'est Frédéric Michalak qui fait le plus parler sur les réseaux sociaux avec 5700 mentions, il se retrouve dépassé par le joueur sud-africain Bryan Habana au niveau international (19 600 mentions) et c'est surtout l'Australie qui se retrouve au cœur de toutes les attentions, en ayant été mentionnée 217 000 fois depuis le début de la compétition. **La prestation des Bleus ce samedi soir contre les All Blacks sera-t-il capable de changer la donne ?** Réponse dans un peu plus de 24 heures désormais !