



Coupe du Monde de rugby 2015

Bilan médias



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Des temps forts qui ont contribué au succès général de l'événement et à l'intérêt du public



8^{ème} édition de la coupe du monde (CDM)

Dates : du 18 septembre au 31 octobre 2015

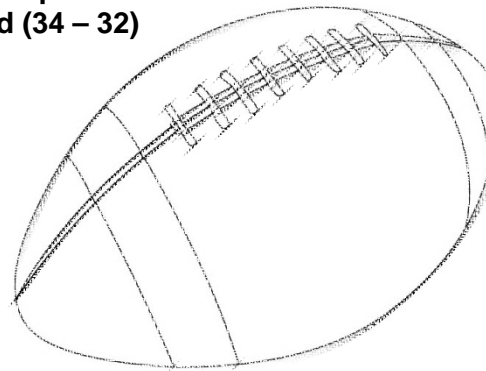
Pays d'accueil : Angleterre et Pays de Galles

Têtes de série : Australie (Poule A), Afrique du Sud (B), Nouvelle-Zélande (C) et France (D)

Victoire historique du Japon face à l'Afrique du Sud (34 – 32)

Elimination de l'équipe d'Angleterre dès le 1^{er} tour, battue par le Pays de Galles et l'Australie

Erreur d'arbitrage à la fin du quart de finale opposant l'Australie à l'Ecosse (35 – 34) et au bénéfice de l'Australie



Revanche cinglante de la Nouvelle-Zélande sur la France (62 – 13) 8 ans après leur défaite en quart de finale

Victoire finale des All Blacks face à l'Australie (34 – 17)
Le capitaine Richie Mc Caw brandit la Coupe du Monde pour la deuxième fois consécutive



L'attente du public français

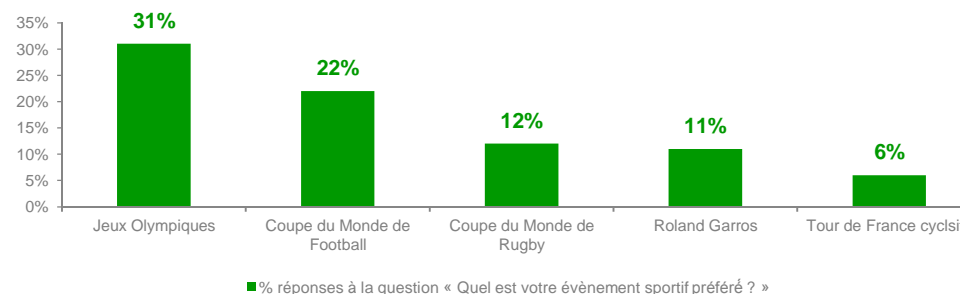


L'attrait pour le rugby en France

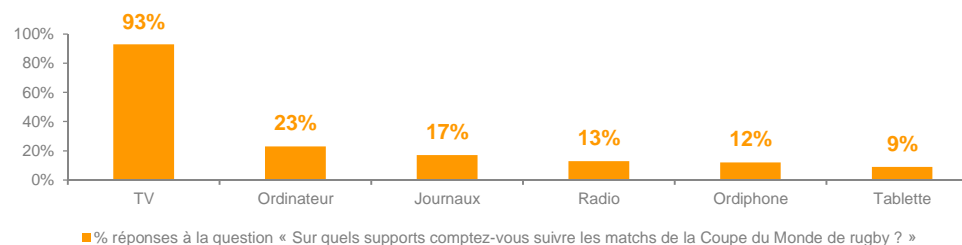
- Le rugby intéresserait près de la moitié des Français. Environ 1 Français sur 7 serait "fan".
- Pour 6 Français sur 10, le rugby associerait ce sport à des valeurs de **respect** et de **solidarité**. Pour près de la moitié des Français le rugby serait synonyme d'**engagement**, au coude-à-coude avec la **convivialité**, la **performance** et le **dynamisme**. Proximité et élitisme ne seraient à l'inverse presque pas associés au rugby.

L'attrait pour la compétition avant le lancement

- **La CDM de rugby serait le 3^{ème} événement préféré des français** après les Jeux Olympiques et la Coupe du Monde de Football. Elle devancerait des événements annuels et populaires comme le Tour de France cycliste :



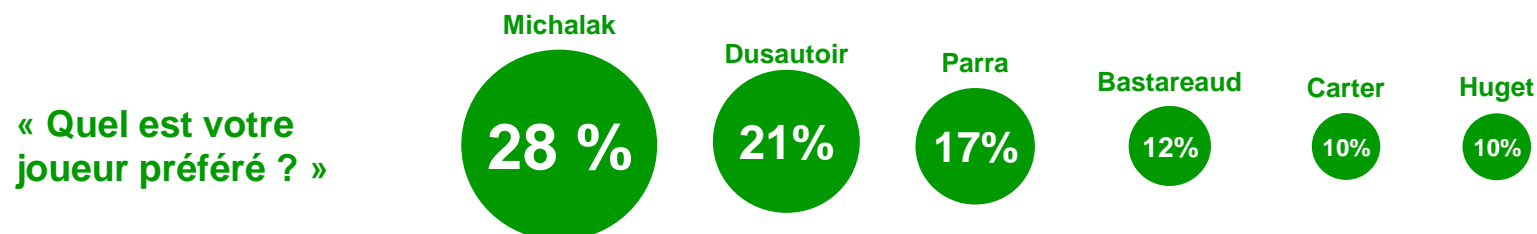
- **6 français sur 10 (61 %) avaient prévu de suivre l'événement** (56 % pour la Coupe du Monde de football au Brésil en 2014).
- Le critère qui a généré le plus l'envie de suivre cette Coupe du Monde serait **l'appréciation du rugby** (à 60 %), et dans une moindre mesure la **dimension internationale** (à 38 %).
- **La télévision** serait le support privilégié pour suivre la compétition :





L'équipe de France au cœur des attentes ...

- Avant le lancement de la compétition, **2/3 des Français entendaient suivre l'équipe de France de rugby.**
- Le parcours de l'équipe devait être suivi par les fans, les joueurs ou ex joueurs de rugby, les hommes, les 25-34 ans et les CSP+.



... mais, une réserve concernant leurs performances

- Au début de la compétition, **les Français semblaient rester critiques par rapport aux prestations de l'équipe de France.**
- Le match France-Roumanie aurait été considéré, sur les 11 matchs proposés aux sondés de l'enquête Médiafit, comme le match le plus ennuyeux et le plus décevant.



La couverture médiatique

La répartition des droits télévisuels



- Le groupe TF1 a acheté les droits de diffusion télévisuelle pour 40 M € et a diffusé 21 des 48 matchs, dont les 5 de l'équipe de France et ceux des phases finales.
- Il a vendu les droits de 31 matchs (parfois co-diffusés) au groupe Canal Plus pour 13 M €.

Date	Horaire	Match	Diffusé sur	
18 sept	21h	Angleterre - Fidji	TF1	
19 sept	13h	Tonga - Géorgie		C+
	15h30	Irlande - Canada		C+
	17h45	Afrique du Sud - Japon		C+
	21h	France - Italie	TF1	
20 sept	13h	Samoa - États-Unis		C+
	15h30	Pays de Galles - Uruguay		C+
	17h45	Nouvelle-Zélande - Argentine	TF1	
23 sept	15h30	Écosse - Japon		C+
	17h45	Australie - Fidji		C+
	21h	France - Roumanie	TF1	
24 sept	21h	Nouvelle-Zélande - Namibie		C+
25 sept	17h45	Argentine - Géorgie		C+
26 sept	15h30	Italie - Canada		C+
	17h45	Afrique du Sud - Samoa	TF1	
	21h	Angleterre - Pays de Galles	TF1	C+
27 sept	13h	Australie - Uruguay		C+
	15h30	Écosse - États-Unis		C+
	17h45	Irlande - Roumanie		C+
29 sept	17h45	Tonga - Namibie		C+
01 oct	17h45	Pays de Galles - Fidji		C+
	21h	France - Canada	TF1	
02 oct	21h	Nouvelle-Zélande - Géorgie		C+
03 oct	15h30	Samoa - Japon		C+
	17h45	Afrique du Sud - Écosse	TF1	
	21h	Angleterre - Australie	TF1	C+
04 oct	15h30	Argentine - Tonga	TF1	
	17h45	Irlande - Italie	TF1	

Date	Horaire	Match	Diffusé sur	
06 oct	17h45	Canada - Roumanie		C+
	21h	Fidji - Uruguay		C+
07 oct	17h45	Afrique du Sud - États-Unis		C+
	21h	Namibie - Géorgie		C+
09 oct	21h	Nouvelle-Zélande - Tonga		C+
10 oct	15h30	Samoa - Écosse		C+
	17h45	Australie - Pays de Galles	TF1	
	21h	Angleterre - Uruguay		C+
11 oct	13h	Argentine - Namibie		C+
	15h30	Italie - Roumanie		C+
	17h45	France - Irlande	TF1	
	21h	États-Unis - Japon		C+

Quarts de finale

Date	Horaire	Match	Diffusé sur	
17 oct	17h	Afrique du Sud - Pays de Galles	TF1	C+
	21h	Nouvelle-Zélande - France	TF1	
18 oct	14h	Irlande - Argentine	TF1	
	17h	Australie - Écosse	TF1	C+

Demi-finales

Date	Horaire	Match	Diffusé sur	
24 oct	17h	Afrique du Sud - Nouvelle-Z.	TF1	
25 oct	17h	Argentine - Australie	TF1	

Finales

Date	Horaire	Match	Diffusé sur	
30 oct	21h	Afrique du Sud - Argentine	TF1	
31 oct	17h	Nouvelle-Zélande - Australie	TF1	

- 207 pays ont retransmis la compétition (dont des nouveaux venus comme le Brésil, le Pakistan ou encore l'Islande).



- D'après l'enquête Médiafit réalisée par Médiamétrie en amont de la compétition, **les Français poursuivraient l'expérience au-delà des matchs en direct** : ils s'informeront à travers les émissions sportives (20 %), les émissions dédiées (16 %), la presse sportive (16 %) et les sites internet de rugby (7 %).
- Au-delà des 48 rencontres qui ont été diffusées sur les chaînes TF1 et Canal+, **une couverture de l'événement a été assurée au travers d'autres émissions** :

Sur TF1

- Le magazine spécialisé **Rugby Le Mag** : 9 éditions post match (début de l'émission en fin d'après-midi ou en deuxième partie de soirée selon l'horaire de diffusion des matchs).
- Les **journaux télévisés de 13 heures et de 20 heures** ont annoncé les rencontres et proposé des reportages autour de l'événement :
 - 13 heures : 40,1 % de PDA en moyenne sur la période de la compétition (5,4 M de téléspectateurs).
 - 20 heures : 25,6 % de PDA (6 M).

Sur les autres chaînes

- Les magazines de rugby sur les chaînes Canal+ : *Canal Rugby Club, Jour de rugby, La séance rugby, Les spécialistes rugby.*
- Les programmes sur l'Équipe 21 : journaux d'information, magazines spécialisés *On va s'en mêler, Spécial Rugby.*
- Les journaux télévisés des chaînes historiques.
- Le traitement de l'information sur les chaînes d'information en continu.
- Les programmes relatifs au rugby comme *Invictus* diffusée sur France 2 dimanche 25 octobre.



La plateforme numérique de TF1 au cœur de la stratégie numérique

- Retransmission **en direct des 21 matchs diffusés** par TF1 à l'antenne.
- 48 matchs disponibles **en rattrapage**.
- Plateforme ***Rugby Live Center***
 - Accès en direct sur le web, mobiles et tablettes, à trois vues différentes durant 18 matchs de la compétition : le direct habituel, la caméra aérienne située au-dessus du stade et la caméra de l'arbitre.
 - Accès au « live replay » pour revoir les faits de jeu juste après que l'action soit terminée.
 - Service accessible en écran TV en exclusivité pour les abonnés Orange.
- Rubrique ***Rugbymix***
 - Accès à des images d'archives des sept Coupes du Monde de rugby
 - Personnalisation de vidéos.



L'application **20XV** pour ordiphone et tablette

- 3 magazines parus durant la durée de la compétition.
- Interviews vidéos exclusives, *quiz*, rétrospectives, archives des vidéos des Coupes du Monde précédentes, statistiques relatives aux joueurs et aux matchs de la compétition.



Les comptes-médias

Les médias principaux susceptibles de relayer des événements sportifs comme la Coupe du Monde de rugby représentent en tout 31,8 M d'abonnements à leurs flux sociaux :

Médias	Abonnements (Facebook et Twitter)
TF1	6 389 963
Eurosport	5 932 048
L'Equipe	5 186 923
BeIn Sport	4 640 068
Canal +	3 487 338
France 24 Sport	1 245 199
France Info	1 227 524
Europe 1	1 194 185
RTL	943 833
RMC Sport	752 910
France TV Sport	421 990
L'Equipe 21	246 696
Le Monde Sport	67 126
Midi Olympique	31 535

Les comptes officiels

Les comptes officiels Facebook et Twitter de l'événement comptent en tout plus de 5 millions d'abonnés.

Les comptes de sportifs

- 2 des 31 joueurs français sélectionnés ne possèdent pas de comptes Twitter ;
- Vincent Clerc (non sélectionné en équipe de France mais commentateur sur TF1) est le joueur français le plus populaire (en nombre d'abonnements) sur Twitter.
- Parmi les joueurs de l'équipe de France, Thierry Dusautoir, Mathieu Bastareaud et Wesley Fofana sont les plus populaires sur Twitter.

Les comptes des sponsors

- La Société Générale et Adidas se différencient en animant des pages dédiées au rugby (Par amour du rugby et Adidas rugby),
- Coca Cola est le sponsor le plus contributeur au rayonnement de l'événement, avec 97 M d'abonnements sur les réseaux sociaux.

D'après une étude Sport Market et Synthesio, le 1^{er} temps fort de l'événement sur les médias en ligne est la victoire du Japon face à l'Afrique du Sud (490 000 mentions).

Le quart de finale France-Nouvelle-Zélande constitue le 3^{ème} pic avec 340 000 mentions.



Le bilan en termes d'audience

Des records d'audience pour TF1



- Quart de finale France – Nouvelle-Zélande : TF1 a réalisé la **meilleure audience moyenne de l'année avec plus de 12 M de téléspectateurs** (47,3 % de PDA), devant la soirée des Restos du Cœur 2015 (11,4 M de téléspectateurs et 48,3 % de PDA en mars 2015). C'est également la 11^{ème} meilleure PDA de TF1 depuis 2013.
- Finale Nouvelle-Zélande – Australie : **meilleure PDA de l'année 2015** (54,2 %).

Palmarès des meilleures audiences réalisées par TF1 depuis 2013

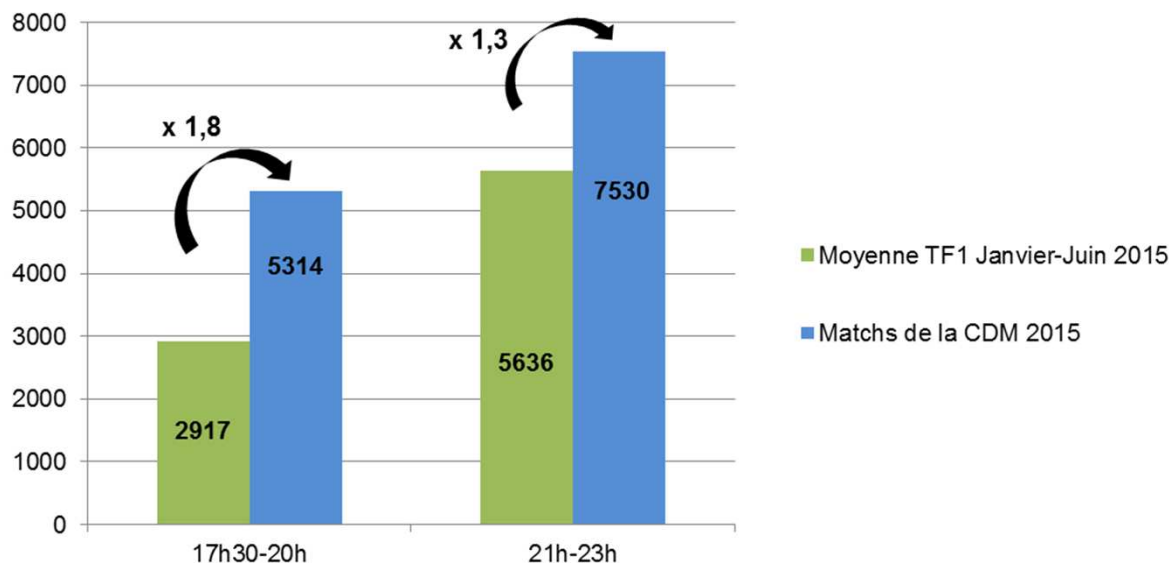
Rang	Date	Programme	Audience moyenne (en millions)	PDA 4+ (en %)
1	04/07/2014	FOOT CDM 2014 - FRANCE - ALLEMAGNE	16,9	71,8
2	20/06/2014	FOOT CDM 2014 - SUISSE - FRANCE	16,9	61,3
3	30/06/2014	FOOT CDM 2014 - FRANCE - NIGERIA	16	69
4	15/06/2014	FOOT CDM 2014 - FRANCE - HONDURAS	15,9	56,3
5	25/06/2014	FOOT CDM 2014 - EQUATEUR - FRANCE	14,7	61,5
6	07/12/2014	INTOUCHABLES	13,9	48,5
7	13/07/2014	FOOT CDM 2014 - ALLEMAGNE - ARGENTINE - FINALE	13,6	60,2
8	15/03/2013	LA BOITE A MUSIQUE DES ENFOIRES	13,6	53,7
9	19/11/2013	FOOT - FRANCE - UKRAINE	13,6	45,5
10	14/03/2014	BON ANNIVERSAIRE LES ENFOIRES	13	53
11	17/10/2015	RUGBY CDM 2015 - FRANCE - NOUVELLE-ZELANDE	12,2	47,3
12	02/03/2014	BIENVENUE CHEZ LES CHTIS	11,5	41,2
13	13/03/2015	SUR LA ROUTE DES ENFOIRES	11,4	48,3
14	11/10/2015	RUGBY CDM 2015 - FRANCE-IRLANDE	11	53,1
15	30/06/2014	TF1 20 HEURES	10,8	40,9

- En moyenne, sur toute la période de la compétition, **6 M de téléspectateurs de 4 ans et plus** ont regardé les matchs. Les rencontres diffusées **en première partie de soirée ont réuni 7,5 M de téléspectateurs en moyenne**.
- **Les matchs de l'équipe de France ont rassemblé le plus de téléspectateurs** avec en moyenne, 9,9 M de téléspectateurs de 4 ans et plus, contre 4,8 M pour les matchs sans l'équipe de France. La France a profité d'une programmation favorable avec 4 matchs sur 5 diffusés en première partie de soirée.

Le poids de l'audience des matchs par rapport à l'audience de TF1



Audience moyenne des matchs de la Coupe du Monde 2015 et de TF1 en avant-soirée et première partie de soirée



- Les matchs de rugby diffusés en première partie de soirée réalisent en moyenne **1,3 fois** l'audience réalisée par la chaîne en première partie de soirée entre janvier et juin 2015.
- **Les matchs diffusés en fin d'après-midi sont encore plus contributeurs d'audience** avec en moyenne **1,8 fois** plus de téléspectateurs qu'en moyenne sur la tranche horaire.

Les matchs de la Coupe du Monde de rugby 2015 diffusés sur TF1 ont contribué, dans une certaine mesure, à l'augmentation de la part d'audience de la chaîne en septembre (21,4 %) et octobre 2015 (22,4 %).

La comparaison en audiences avec la Coupe du monde de rugby 2011



	Coupe du monde 2011	Coupe du monde 2015
Nombre de matchs diffusés sur TF1	<ul style="list-style-type: none"> 20 matchs diffusés : 14 matchs de poules, tous les matchs de phases finales (sauf deux quarts de finale diffusés sur France Télévisions). Parmi ces 20 matchs : tous les matchs de l'équipe de France. 	<ul style="list-style-type: none"> 21 matchs diffusés : 13 matchs de poules, tous les matchs de phases finales. Parmi ces 21 matchs : tous les matchs de l'équipe de France.
Audiences moyennes de :	<ul style="list-style-type: none"> tous les matchs diffusés sur TF1 la finale 	
	<ul style="list-style-type: none"> 4,2 M de téléspectateurs 15,4 M (France – Nouvelle-Zélande) 	<ul style="list-style-type: none"> 6 M 8,6 M (Nouvelle-Zélande - Australie)
Horaires	En matinée : début des matchs à 7h50 ou 10h20.	Fin d'après-midi ou début de soirée.

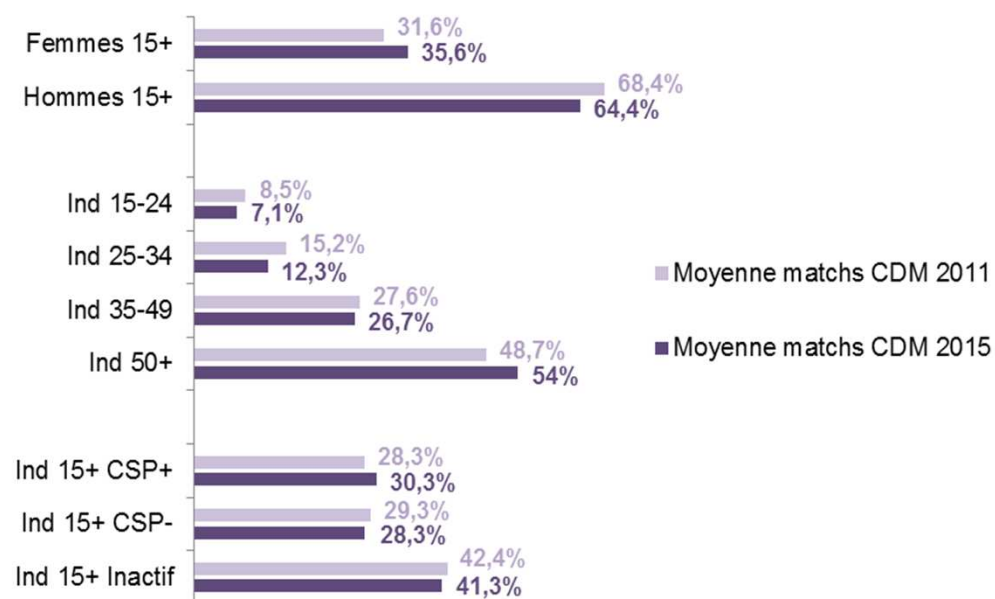
- Les performances sportives de l'équipe de France en 2015 étant moins bonnes qu'en 2011, les performances en termes d'audience auraient pu être en baisse. Dans les faits, cette édition 2015 a **en moyenne attiré davantage de téléspectateurs qu'en 2011**.
- Ce succès d'audience est en partie dû à **l'horaire de diffusion plus avantageux** des matchs en 2015, pour la plupart en fin d'après-midi ou en première partie de soirée (sans effet de décalage horaire).

La comparaison en profil de téléspectateurs avec la Coupe du monde de rugby 2011



Structure d'auditoire sur l'ensemble des Coupes du Monde 2011 et 2015

- **Public majoritairement masculin** : 68,4 % des téléspectateurs des matchs de la Coupe du Monde 2015 diffusés sur TF1 sont des hommes.
- **Part élevée des individus de 50 ans et plus** dans la structure d'auditoire : 54 % en 2015.
- Profil de téléspectateurs **plus féminin, plus CSP+ et plus âgé** qu'en 2011





Le bilan commercial



Palmarès des investissements bruts en parrainage sur TF1 (en K€) en septembre-octobre 2015

Rang	Annonceur	Investissements en Sept.-Oct. 2014
1	SOCIETE GENERALE	Non
2	GMF ASSURANCES	Oui
3	CIC CREDIT INDUST.COMMER.	Oui
4	SOCORPI IMMOBILIERE	Non
5	SAMSUNG	Non
6	SAINT GOBAIN	Non
7	ORANGE	Non
8	CREDIT AGRICOLE	Non
9	LAND ROVER	Non
10	SKODA	Non

134 marques ont été associées à la Coupe du Monde 2015 dans l'objectif de profiter de la visibilité de l'événement

Quelques exemples

Société Générale	<ul style="list-style-type: none"> • Sponsor des matchs sur TF1. • Contenu inédit depuis le terrain sur les réseaux sociaux.
GMF	<ul style="list-style-type: none"> • Sponsor des matchs sur TF1. • Parrain du programme court Je t'apprends le rugby diffusé les jeudis et dimanches de l'été à 20h40 (18,9 % de PDA) en moyenne. • Associé au magazine Génération rugby sur MyTF1.fr et au magazine 20 XV sur tablette.
Windows	<ul style="list-style-type: none"> • Windows 10 est partenaire exclusif du Rugby Live Center.



- Les dépenses publicitaires s'élèvent à **67,4 M€ bruts** pour l'édition 2015, soit **2,5 fois** supérieures au niveau d'investissement de l'édition 2011 (27,8 M€).
- Les annonceurs ont été **plus nombreux** (175 contre 169), mais **le nombre de spot est plus faible** (1048 contre 1681 en 2011), car seules deux chaînes ont partagé les droits TV en 2015.
- **Le taux de remplissage des écrans publicitaires de TF1** pendant toute la durée de la Coupe du monde 2015 est de **86 %**.

Palmarès des annonceurs en fonction de leurs dépenses publicitaires pour les Coupes du Monde 2015 et 2011

Annonces	Rang	Rang 2011
FDJ	1	4
Samsung	2	-
Peugeot	3	2
Citroën	4	3
Apple	5	61
Bouygues Telecom	6	11
Ford	7	5
Volkswagen	8	10
Société Générale	9	14
Renault	10	1



- **L'automobile est le secteur qui présente la plus forte pression publicitaire** (en termes de dépenses publicitaires).
- **Renault** a perdu sa place de 1^{er} annonceur, au profit de la **FDJ**.
- **Samsung**, qui n'était pas présent en 2011, prend la 2^{ème} place du classement.



Le bilan économique pour TF1



Recettes

- **Recettes publicitaires** : environ 28,5 M€
- **Recettes offres numériques** : 1 M€
- **Parrainages** : environ 5 M€
- **Recettes relatives à la vente des droits télévisuels à Canal+ (31 rencontres)** : 13 M€.

= 47,5 M€



Dépenses

- **Achat de droits télévisuels** : - 40 M€
- **Coûts de production** : entre - 4 et - 5 M€

= entre - 44 et - 45 M€



= entre 2 et 3,5 M€

Au-delà du gain financier relatif, la Coupe du Monde de rugby 2015 a probablement d'abord permis à TF1 de renforcer sa notoriété et son image, et de fidéliser ses téléspectateurs à travers ce grand rendez-vous sportif.