

# BILAN

## COUPE DU MONDE 2018



# LES MARQUES SURFENT SUR L'ÉVÈNEMENT

## LES SPONSORS

**EDF**  
Partenaire de l'Équipe de France de Football.

**La ferveur est une énergie, vous en êtes les premiers fournisseurs.**



**CARREFOUR**

AVEC CARREFOUR, TOUS ENSEMBLE, TOUS ENSEMBLE, BLEUS ! BLEUS !



**CRÉDIT AGRICOLE**

SOLIDARITÉ  
PARTAGE  
ENGAGEMENT  
RESPECT  
PLAISIR



**VOLKSWAGEN**

En cas de victoire, il y a toujours le klaxon.



**HYUNDAI**

Les beaux gestes

Hyundai Tucson

Hyundai Tucson

Édition 2018 Mondial

A partir de **295 € /mois**



VOLKSWAGEN



HISENSE

À l'occasion de la Coupe du Monde de la FIFA 2018™, découvrez la série spéciale suréquipée Hyundai Tucson.



**EOS AUTOMOBILES HYUNDAI TOURS**  
146, avenue Maginot - TOURS - 02 47 36 00 47

# LES MARQUES SURFENT SUR L'ÉVÈNEMENT

## TOUS LES TERRAINS D'EXPRESSION : HUMOUR, ÉMOTION, SERVICE...



APPLE



BELIN



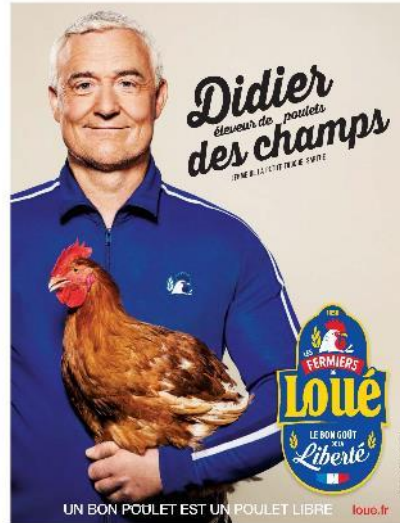
INTERMARCHÉ



SFR



HEINEKEN



LOUÉ



UBER EATS



GOOGLE



BOSS



HUAWEI

# LES MARQUES AUX COULEURS DES BLEUS AVANT LA FINALE



LACOSTE



AMI



CHRISTOFLE



AIGLE



LADURÉE



LA MAISON DU CHOCOLAT



LE SLIP FRANÇAIS

# LES BLEUS MIS À L'HONNEUR

## LA RATP CÉLÈBRE 6 NOUVELLES STATIONS



**vatti 華帝®**  
LE « REMBOURSEMENT TOTAL » PROMIS À SES CLIENTS EN CAS DE VICTOIRE FRANÇAISE AU MONDIAL SERA ASSURÉ PAR LE SPONSOR CHINOIS.



# LES BLEUS MIS À L'HONNEUR



# POLITIQUE & MEDIA SOUTIENNENT LES BLEUS

15/07 15:37  
Spécial "Allez les Bleus" : Emmanuel Macron vient de poster un message vidéo pour encourager l'Equipe de France - Re



AVANT LA FINALE

PENDANT LA FINALE



Frederic Martel @martelf  
Macron dans tous ses états. #FRACR  
19:44 - 15 juil. 2018  
608 likes 245 personnes parlent à ce sujet

A PARIS

Anne Hidalgo @Anne\_Hidalgo  
Ce soir, @laTourEiffel sera illuminée en bleu blanc rouge pour célébrer la victoire historique de l'@equipefrance ! #982018  
#FRACRO #Fiersdetrebleus #Paris



20:59 AM - 15 Jul 2018 Norm Paris, France  
887 Retweets 2,819 Likes  
La tour Eiffel Paris, Equipe de France and 919



DU 11 AU 15 JUILLET, M6 AFFICHE SON SOUTIEN EN ACCOLANT LE DRAPEAU TRICOLORE & LA MENTION « ALLEZ LES BLEUS »

# SOMMAIRE

1

**RETOMBÉES  
ECONOMIQUES**



2

**TELEVISION**



3

**DIGITAL**



4

**PRESSE & RADIO**







# RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

# LES PARIS SPORTIFS RECRUTENT !

**400.000**  
nouveaux  
parieurs

**363M€**  
de mises  
sur la 1<sup>ère</sup>  
phase

Les 48 matchs de la 1<sup>ère</sup> phase de poule ont généré  
un total de 363 millions d'euros de mises  
Soit **X2,2 vs la coupe du monde 2014 \***  
et **+22% vs l'Euro 2016\*\***

# BOOM DES ÉQUIPEMENTS AUDIOVISUELS

## UN MARCHÉ RYTHMÉ PAR NOËL ET LES CHAMPIONNATS DE FOOTBALL



**300 000 écrans**  
devraient trouver  
un nouveau foyer  
en France en raison  
de l'événement.



100 millions d'euros ont été dépensés la 1<sup>ère</sup> quinzaine de juin, notamment dans des téléviseurs grande taille (55 pouces et plus) en ultra-haute définition, soit un chiffre d'affaires deux fois plus élevé que sur la même période de 2017

# LES COOKIES, GRANDS GAGNANTS DE LA COUPE

ÉVOLUTION DES VENTES DE PRODUITS « FOOT SENSIBLE » DURANT LA COMPÉTITION

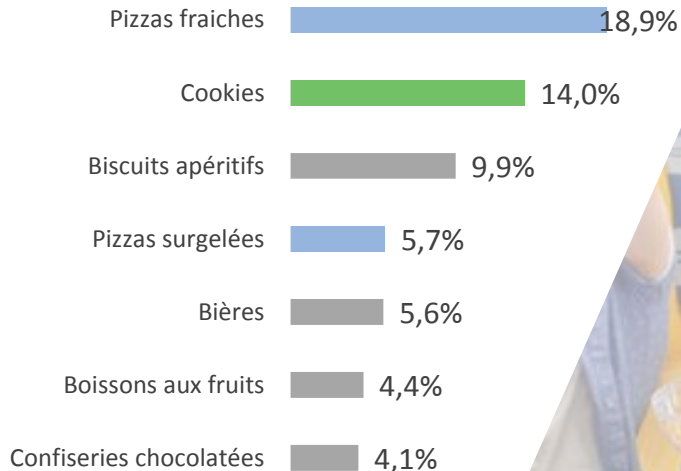
## LES INCONTOURNABLES



## LA SURPRISE



En lien direct avec les horaires de diffusion des matchs

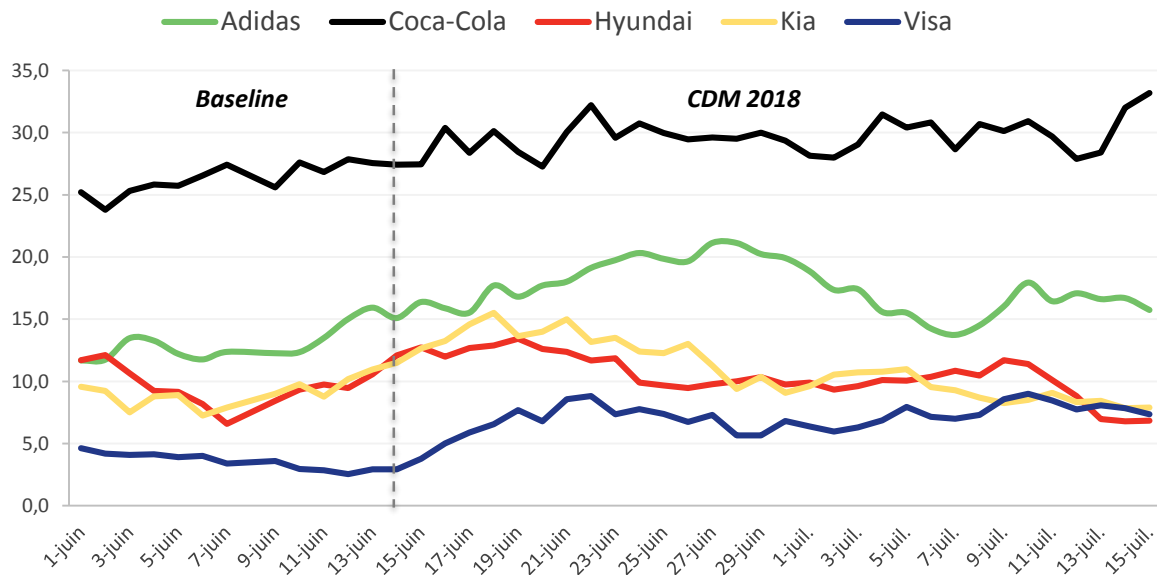


Le sponsor historique (depuis 1974) voit ses ventes de **bouteilles de 2L grimper de +26%** depuis le début de la compétition

Source : 20 Minutes, étude IRI

# SPONSORS ET PARTENAIRES DE LA FIFA : PROGRESSION DES KPIS POUR ADIDAS, COCA COLA ET VISA

SOUVENIR PUBLICITAIRE DES SPONSORS ET PARTENAIRES DE LA FIFA / COUPE DU MONDE 2018

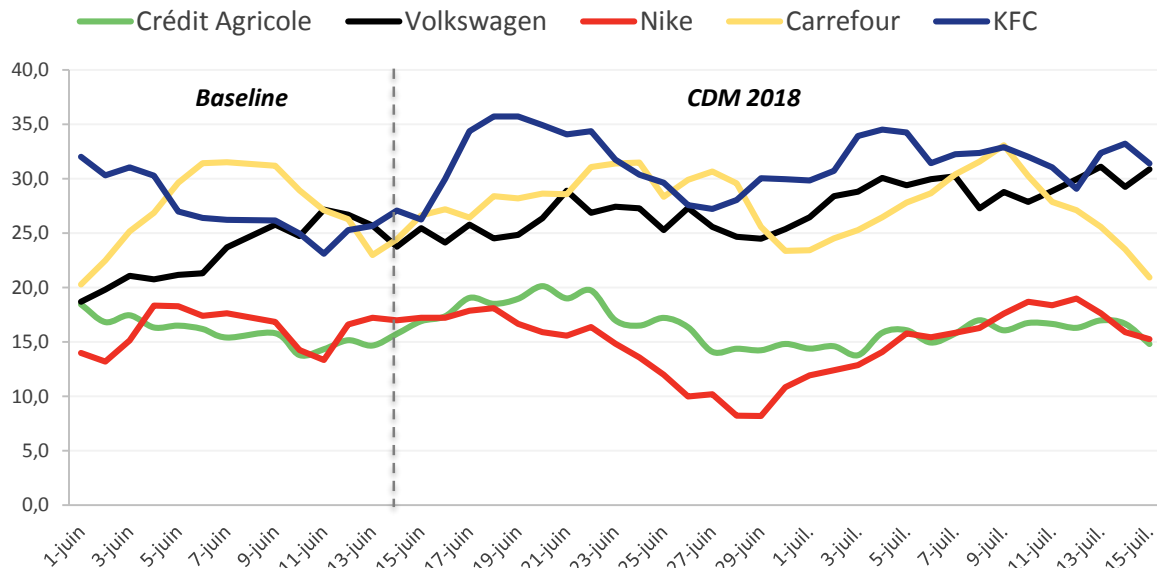


Gain ON vs baseline en pts	Souvenir Pub	Buzz	Index
<b>Adidas</b>	<b>+4,6</b>	<b>+2,6</b>	<b>+4,6</b>
<b>Coca-Cola</b>	<b>+3,5</b>	<b>+6,8</b>	<b>-4,3</b>
<b>Hyundai</b>	<b>+1,1</b>	<b>-0,3</b>	<b>+1,0</b>
<b>Kia</b>	<b>+2,1</b>	<b>+1,7</b>	<b>+0,9</b>
<b>Visa</b>	<b>+3,4</b>	<b>+4,3</b>	<b>+2,9</b>

# SPONSORS ET PARTENAIRES DE LA FFF :

## PROGRESSION DES KPIS POUR VOLKSWAGEN, CARREFOUR ET KFC

### SOUVENIR PUBLICITAIRE DES SPONSORS ET PARTENAIRES DE LA FFF



Gain ON vs baseline en pts	Souvenir Pub	Buzz	Index
Crédit Agricole	+0,8	-0,7	+1,1
Volkswagen	<b>+4,2</b>	=	+0,8
Nike	-1,1	<b>+1,9</b>	+1,0
Carrefour	+0,4	<b>+3,7</b>	<b>+2,5</b>
KFC	<b>+4,2</b>	+0,5	+0,8

# NIKE VS ADIDAS : QUI REMPORTERA LA BATAILLE ?

Un match qui semblait gagné d'avance par

**Adidas...**

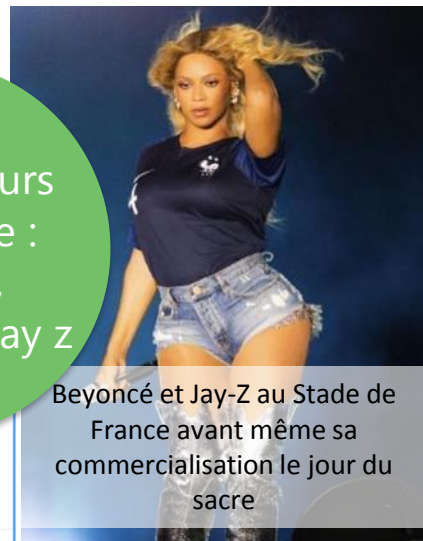


Un marché pour Adidas et Nike de **>5 milliards de dollars** en année de coupe du monde

... Que **Nike** pourrait bien remporter grâce aux Bleus, Champions du monde, mais aussi à l'Angleterre et la Croatie, équipes demi-finaliste et finaliste!



Des ambassadeurs de prestige : Mbappe, Beyoncé & Jay z



# DES FANS PRÊTS À TOUT POUR ACHETER LE FAMEUX MAILLOT ENCORE INDISPONIBLE



**Caroline Piquet**   
@CaroPiquet 

Intervention des forces de l'ordre pour disperser des clients venus acheter le nouveau maillot de l'équipe de France. « La boutique Nike est fermé, il faut descendre (l'avenue) », demande la police par mégaphone.

10:04 AM - Jul 16, 2018

♥ 7  See Caroline Piquet's other Tweets

**aveva**   
@Avelou\_S 

Si vous croyez que je vais dépenser une blinde pour un maillot de foot juste parce que maintenant y'aura 2 étoiles vous avez absolument raison 🇫🇷🇫🇷

11:42 AM - Jul 16, 2018

♥ 48  39 people are talking about this 

**Nike France**   
@NikeFrance 

Replying to @bastoun67500



Bientôt disponible. Reste à l'affût, ici : [gonike.me/6015DUNLv](https://gonike.me/6015DUNLv)

9:50 AM - Jul 16, 2018



**Maillot de football 2018 FFF Stadium Home ...**

Découvrez les Maillot de football 2018 FFF Stadium Home pour Homme sur Nike.com. Livraison et retours gratuits. [nike.com](https://nike.com)

 talking about this 

Les maillots  
(140€ l'unité + 20€ avec  
flocage)  
ne devraient être  
disponibles en  
boutique que  
début août



# TÉLÉVISION

## UN MONDIAL PRESQUE PARFAIT



# UN MONDIAL PRESQUE PARFAIT

Le parcours de l'équipe de France jusqu'au sacre Mondial aura été **l'élément central et moteur des performances** de TF1, tant en audiences qu'en termes de retombées publicitaires.

Néanmoins, **la programmation des matchs de la France, essentiellement en après-midi et souvent en semaine** aura tout de même impacté et **limité les performances** de la Une.



# UNE RETRANSMISSION ASSURÉE PAR TF1 & BEIN

Contrairement à l'Euro 2016 (avec M6) mais comme en 2014, **TF1 était l'unique diffuseur en gratuit** de la Coupe du Monde de Football 2018. Le groupe audiovisuel a, comme à son habitude, obtenu un lot comprenant les plus belles affiches de la compétition tandis que **beIN Sports détenait l'intégralité de la compétition.**



**28 RENCONTRES**

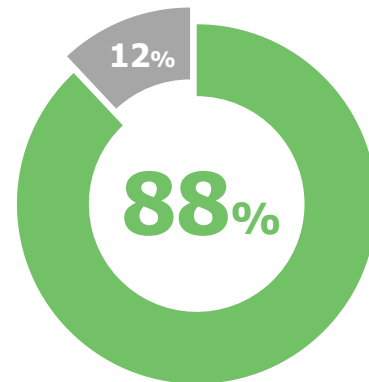
**16** des plus belles affiches des poules dont le **match d'ouverture**  
**5** des meilleurs Huitièmes de finale  
**3** des meilleurs Quarts de finale  
Les **2** demi-finales  
La **petite finale** et la **Finale**  
**Toutes les rencontres des Bleus**  
  
+ **Cérémonie d'ouverture et de clôture**



**64 RENCONTRES**

Soit l'intégralité de la compétition  
**Dont 36 matchs en exclusivité**  
**3** Huitièmes en exclusivité  
**1** Quarts en exclusivité

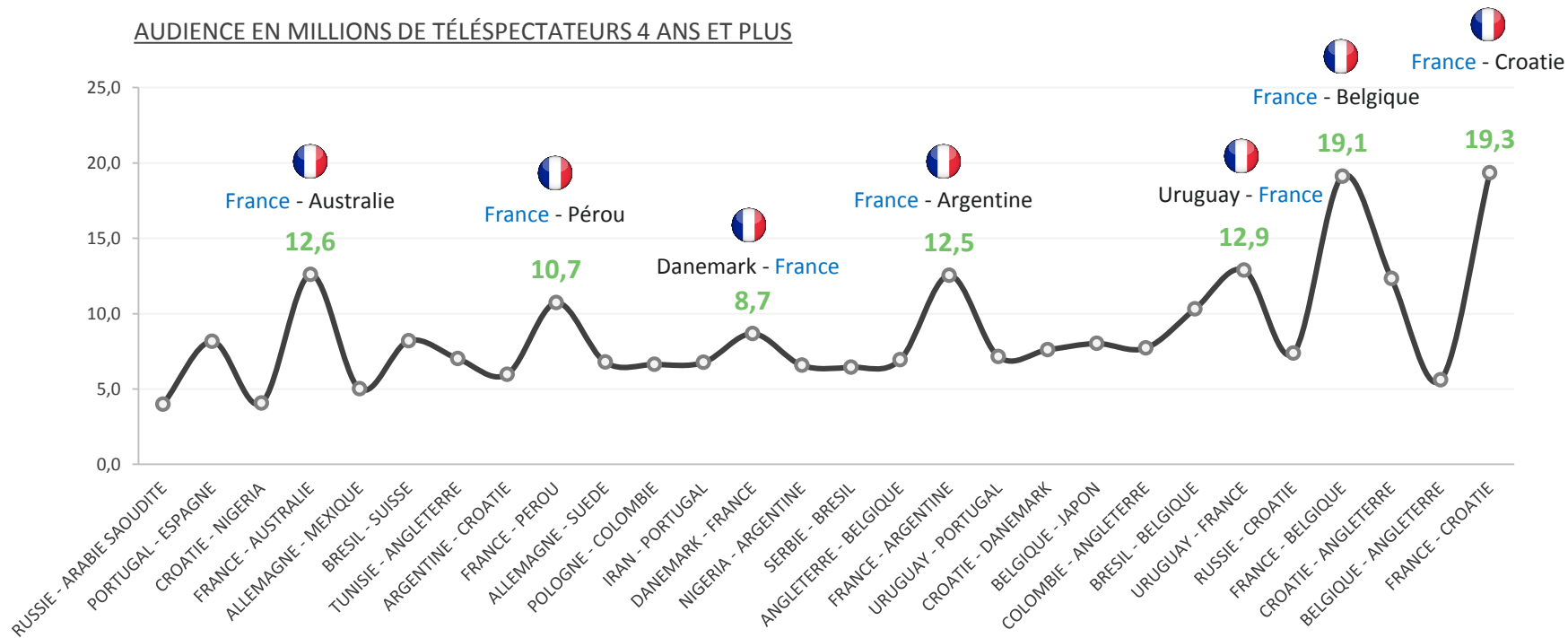
# PRÈS DE 9 TÉLÉSPECTATEURS SUR 10 ONT SUIVI LA COUPE DU MONDE SUR TF1



des téléspectateurs 4+ ont au moins eu 1 contact avec l'un des 28 matchs du Mondial, diffusés par TF1.  
Soit **51,5 millions d'individus.**

# DES AUDIENCES DRIVÉES PAR LE PARCOURS DE L'ÉQUIPE DE FRANCE

AUDIENCE EN MILLIONS DE TÉLÉSPECTATEURS 4 ANS ET PLUS



# HORS MATCHS FRANCE, SEULEMENT 2 AUDIENCES AU DESSUS DES 10 MILLIONS

## 13,7

millions de téléspectateurs 4+ en moyenne sur les **7 matchs de l'Equipe de France diffusés sur TF1**

## 8,7

millions de téléspectateurs 4+ en moyenne sur les **28 matchs diffusés par TF1**

## 7,1

millions de téléspectateurs 4+ en moyenne sur les **21 matchs (hors France) diffusés par TF1**

CHAÎNE	DATE	MATCH	PHASE	HEURE	AUDIENCE	PDA (%)
TF1	15/07/2018	FRANCE - CROATIE	FINALE	17:00	19 341 000	82,2
TF1	10/07/2018	FRANCE - BELGIQUE	DEMI-FINALE	20:00	19 116 000	70,5
TF1	06/07/2018	URUGUAY - FRANCE	QUARTS DE FINALE	16:00	12 881 000	76
TF1	16/06/2018	FRANCE - AUSTRALIE	POULES	12:00	12 590 000	69
TF1	30/06/2018	FRANCE - ARGENTINE	HUITIÈMES DE FINALE	16:00	12 541 000	72,1
TF1	11/07/2018	CROATIE - ANGLETERRE	DEMI-FINALE	20:00	12 318 000	53,7
TF1	21/06/2018	FRANCE - PEROU	POULES	17:00	10 722 000	65,9
TF1	06/07/2018	BRESIL - BELGIQUE	QUARTS DE FINALE	20:01	10 305 000	48,2
TF1	26/06/2018	DANEMARK - FRANCE	POULES	16:00	8 672 000	65,1
TF1	17/06/2018	BRESIL - SUISSE	POULES	20:00	8 191 000	33,9
TF1	15/06/2018	PORTUGAL - ESPAGNE	POULES	20:00	8 161 000	37,7
TF1	02/07/2018	BELGIQUE - JAPON	HUITIÈMES DE FINALE	20:00	8 018 000	35,5
TF1	03/07/2018	COLOMBIE - ANGLETERRE	HUITIÈMES DE FINALE	20:00	7 714 000	34,5
TF1	01/07/2018	CROATIE - DANEMARK	HUITIÈMES DE FINALE	20:00	7 598 000	35,7
TF1	07/07/2018	RUSSIE - CROATIE	QUARTS DE FINALE	20:01	7 365 000	41,9
TF1	30/06/2018	URUGUAY - PORTUGAL	HUITIÈMES DE FINALE	20:00	7 152 000	39,9
TF1	18/06/2018	TUNISIE - ANGLETERRE	POULES	20:00	7 012 000	29,5
TF1	28/06/2018	ANGLETERRE - BELGIQUE	POULES	20:00	6 935 000	31,8
TF1	23/06/2018	ALLEMAGNE - SUEDE	POULES	20:00	6 772 000	37,9
TF1	25/06/2018	IRAN - PORTUGAL	POULES	20:00	6 760 000	29,7
TF1	24/06/2018	POLOGNE - COLOMBIE	POULES	20:00	6 630 000	29,8
TF1	26/06/2018	NIGERIA - ARGENTINE	POULES	20:00	6 572 000	30
TF1	27/06/2018	SERBIE - BRESIL	POULES	20:00	6 446 000	29,8
TF1	21/06/2018	ARGENTINE - CROATIE	POULES	20:00	5 969 000	28,8
TF1	14/07/2018	BELGIQUE - ANGLETERRE	MATCH 3e PLACE	16:00	5 591 000	46
TF1	17/06/2018	ALLEMAGNE - MEXIQUE	POULES	17:00	5 005 000	38,8
TF1	16/06/2018	CROATIE - NIGERIA	POULES	21:00	4 054 000	22
TF1	14/06/2018	RUSSIE - ARABIE SAOUDITE	POULES	17:01	3 982 000	36,3

# PAS DE RECORD POUR LA FINALE...



**1 010 000** millions de téléspectateurs 4+

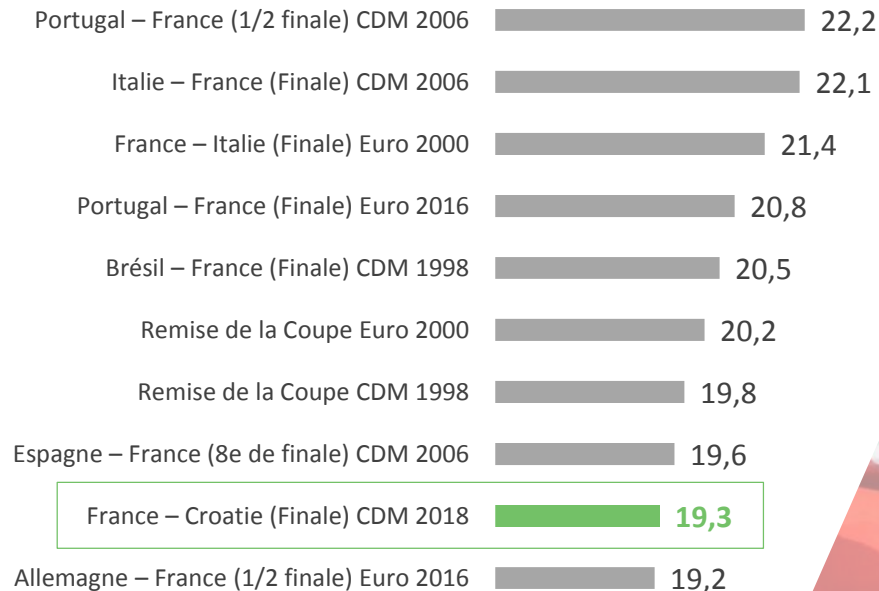
**1 300 000**  
millions de visites Live

**19,3** millions de téléspectateurs 4+

- ▶ Meilleure score d'audience TTV de l'année 2018
- ▶ Meilleure score d'audience TTV depuis la finale de l'Euro 2016

# ... QUI SE CLASSE 9<sup>e</sup> AUDIENCE TV HISTORIQUE

## TOP 10 DES AUDIENCES TTV / EN MILLIONS DE TÉLÉSPECTATEURS 4 ANS ET PLUS



Source : Médiamétrie - Audience Live - Niveau 2





# 36,5 MILLIONS D'INDIVIDUS 18+ RASSEMBLÉS DEVANT LA FINALE

Les audiences Médiamétrie sont minorées car elles ne prennent pas en compte les audiences à l'extérieur du domicile principal des panélistes et ne peuvent intégrer qu'un maximum de 8 personnes invitées au-delà des membres du foyer.

**Omnicom Media Group a mené un terrain\* afin de disposer d'une évaluation plus exhaustive des français ayant suivi la Finale France – Croatie.** Au regard des résultats :



**des français de plus de 18 ans**  
ont suivi l'évènement chez eux, en famille,  
dans un bar, dans une fan zone ou  
dans un autre endroit public

Par extrapolation, près de **36,5 millions d'individus 18+** étaient rassemblés devant la finale

Ce sont **6,6 millions d'individus 18+** qui se sont réunis dans **des bars, restaurants et fans zones** pour vivre ce moment en symbiose avec les français.

À noter que **seulement 23% des français n'avaient pas prévu de suivre la finale.**

*\* Omnicom Media Group a interrogé un échantillon de 1058 personnes représentatives de la population nationale française de 18 ans et plus. Ce terrain a été réalisé par omnibus du 13 juillet au 16 juillet. Nous avons ainsi pu extrapoler les résultats de cet omnibus en utilisant les derniers chiffres du recensement de la population France Métropolitaine 2018 publiés par l'INSEE. Ces chiffres sont partagés à titre d'information mais ne peuvent être utilisés à des fins de mediaplanning.*

# 163 MILLIONS DE TÉLÉSPECTATEURS DANS 20 PAYS ONT ASSISTÉ À LA FINALE FRANCE-CROATIE

Entre délinéarisation des contenus TV et essor des usages mobiles, seul des évènements sportifs majeurs comme la Coupe du Monde sont capables de rassembler encore à ce jour de si puissantes audiences.

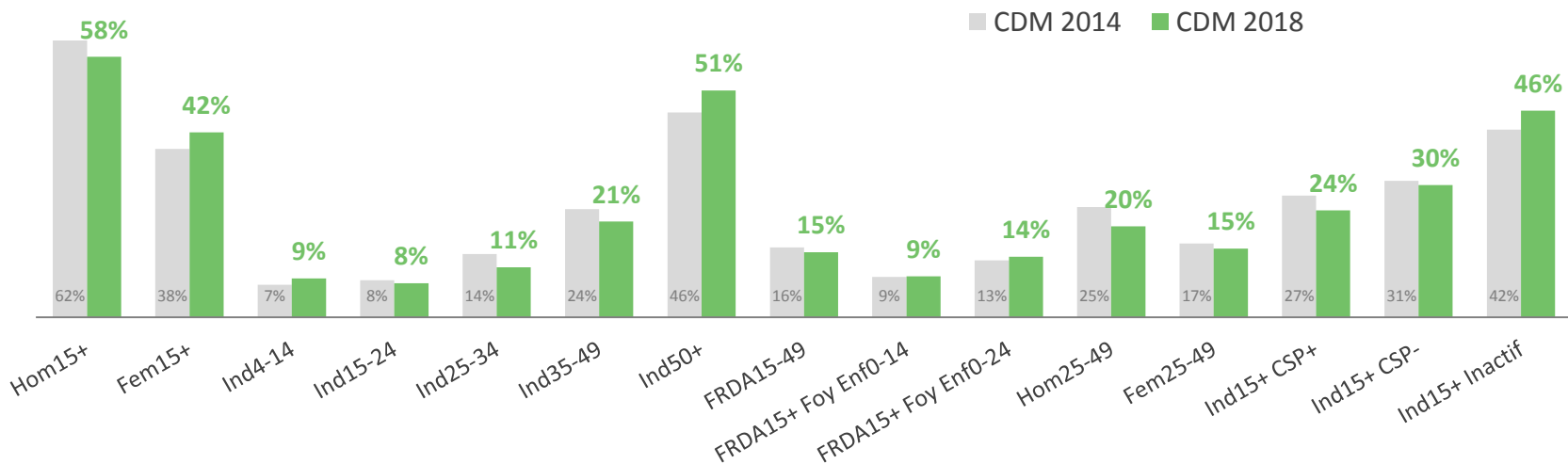
UNE FINALE SUIVIE PAR :



Pays	Chaîne	Nb de Téléspectateurs
France	TF1	19 341 000
Croatie	HTV2	1 552 000
Chine (National)	CCTV-5 + CCTV-1	56 000 000
Allemagne	ZDF	21 321 000
Italie	Canale 5	11 688 300
Royaume-Uni	BBC1 + ITV	11 388 000
Espagne	Tele 5	8 247 000
Pologne	TVP1	6 850 000
Turquie	TRT 1	3 269 000
Pays-Bas	NPO 1	3 088 000
Ukraine	Inter	3 026 000
Roumanie	TVR 1	2 690 000
Russie	Rossiya 1	2 569 000
Belgique (national)	EEN + La Une	2 189 700
Suède	SVT 1	1 932 000
Autriche	ORF 1	1 776 000
Grèce	ERT 1	1 718 000
Portugal	RTP 1	1 541 100
Hongrie	M4 sports	1 511 000
République Tchèque	CT Sport	1 009 000

# PROGRESSION DES FEMMES DANS LE PROFIL D'AUDIENCE DE LA COUPE DU MONDE

Avec un parcours sans faute de l'équipe de France, la compétition a fédéré un public beaucoup plus large qu'en 2014. Ainsi, les femmes gagnent 4 pts dans le profil d'audience du Mondial.



# DES PERFORMANCES AU-DELÀ DES MATCHS POUR TF1



**3,2M**

de téléspectateurs 4+ en moyenne sur l'ensemble des diffusions du Mag (22% de PDA)

**5,8M**

de téléspectateurs 4+ en moyenne sur l'ensemble des diffusions du Mag **après un match France** (37% de PDA)

**7,8M**

de téléspectateurs 4+ : meilleure performance du Mag après la victoire finale (40% de PDA)



**2,4M** de téléspectateurs 4+ pour la **Cérémonie d'ouverture** du Mondial (34% de PDA)

**8,0M** de téléspectateurs 4+ pour la **Cérémonie de clôture** du Mondial (51% de PDA)

**TELEFOOT**

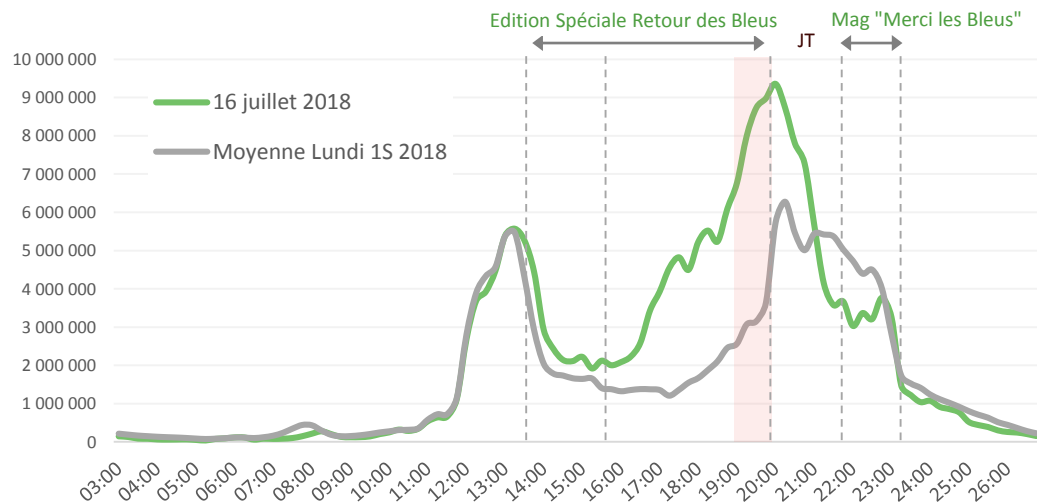
**1,2M** de téléspectateurs 4+ sur les 5 diffusions de Téléfoot pendant le Mondial (18% de PDA).

**+ 200 000 téléspectateurs** vs 1S 2018  
**+ 5 pts** de PDA vs 1S 2018

# LE RETOUR DES BLEUS TRÈS SUIVI

À l'occasion du retour des Bleus tout juste sacrés Champions du Monde, TF1 avait adapté sa programmation. Si la 1ère partie de l'édition spéciale n'a rassemblé que 2,2 millions de téléspectateurs 4+, la curiosité n'a fait que grimper jusqu'à l'arrivée de l'équipe de France. Ainsi, la 2e partie de l'édition spéciale (15h50 => 20h) a réuni 5 millions 4+ et plus précisément **8,7 millions de téléspectateurs (46% de PDA) lors de la descente des Bleus sur les Champs Elysées puis leur arrivée au Palais de l'Elysée.**

À noter que le JT de 20H a fédéré 8,4 millions d'individus 4+ (40% de PDA) vs 3,3 millions pour le journal de 20H de France 2 (16% de PDA).



Source : Médiamétrie - Audience Veille



# LA PART D'AUDIENCE DE TF1 DIRECTEMENT IMPACTÉE PAR LA COUPE DU MONDE

Ind4+					
	14 juin-15 juil 2017	Janv-Mai 2018	14 juin-15 juil 2018	Evol vs 2017	Evol vs JM 2018
<b>TF1</b>	<b>19,4</b>	<b>19,8</b>	<b>24,1</b>	4,7	4,3
France 2	14,1	13,2	13,0	-1,1	-0,2
France 3	9,0	9,6	8,7	-0,3	-0,9
M6	9,6	9,2	8,2	-1,4	-1,0
Chaînes TNT	32,1	30,5	29,0	-3,1	-1,5
Chaînes Cabsat	9,4	10,4	10,9	1,5	0,5

Hom25-49					
	14 juin-15 juil 2017	Janv-Mai 2018	14 juin-15 juil 2018	Evol vs 2017	Evol vs JM 2018
<b>TF1</b>	<b>16,6</b>	<b>16,2</b>	<b>25,4</b>	8,8	9,2
France 2	9,7	8,7	7,2	-2,5	-1,5
France 3	4,5	4,5	3,4	-1,1	-1,1
M6	11,2	11,3	9,1	-2,1	-2,2
Chaînes TNT	40,8	40,0	35,0	-5,8	-5,0
Chaînes Cabsat	12,0	13,9	15,9	3,9	2,0

FRDA15-49					
	14 juin-15 juil 2017	Janv-Mai 2018	14 juin-15 juil 2018	Evol vs 2017	Evol vs JM 2018
<b>TF1</b>	<b>21,0</b>	<b>22,3</b>	<b>24,2</b>	3,2	1,9
France 2	8,5	8,3	8,0	-0,5	-0,3
France 3	3,8	4,2	3,7	-0,1	-0,5
M6	16,3	14,8	14,0	-2,3	-0,8
Chaînes TNT	36,9	35,0	34,6	-2,3	-0,4
Chaînes Cabsat	9,7	11,3	11,5	1,8	0,2

**Le Mondial bénéficie directement à TF1** dont la part d'audience progresse sensiblement sur la période du 14 juin au 15 juillet.

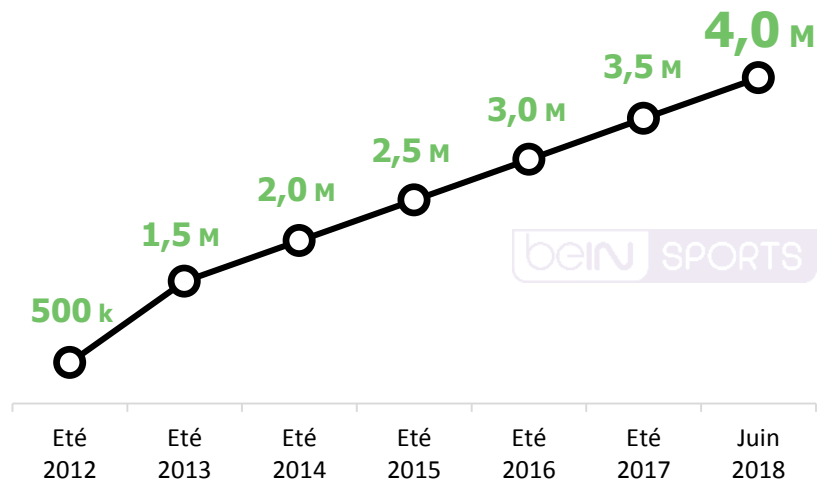
L'évolution est de **+4,3 pts sur les Individus 4 ans et plus** vs Janvier-Mai 2018. **Un plus-value d'autant plus marqué chez les Hommes 25-49 ans avec +9,2 pts.** L'impact reste positif mais plus modéré chez les Femmes RDA 15-49 ans avec +1,9 pt.

À l'inverse, **ce sont principalement M6, France 2 et la TNT qui subissent les effets de la Coupe du Monde.** Avec notamment -5 pts de PDA pour M6 sur la cible des Hommes 25-49 ans.

L'univers Cabsat semble profiter également du Mondial avec une progression observée sur l'ensemble des cibles étudiées. Une évolution qui doit sans doute être absorbée en partie par l'univers des chaînes beIN Sports.

# BEIN SPORTS PASSE LE CAP DES 4 MILLIONS D'ABONNÉS

Une progression linéaire depuis l'arrivée de beIN Sports au sein du paysage audiovisuel français en 2012.



Source : beIN Sports



OmnicomMediaGroup | annalect

# LES MEILLEURES AUDIENCES BEIN NE SONT PAS LES MATCHS DE LA FRANCE MAIS LES EXCLUSIVITÉS

	CHAÎNE	DATE	MATCH	PHASE	HEURE	AUDIENCE	Exlu
1	beIN SPORTS 1	01/07/2018	Espagne - Russie	8ème	16H00	1 468 000	EXCLU
2	beIN SPORTS 1	20/06/2018	Iran - Espagne	Poules	20H00	1 321 000	EXCLU
3	beIN SPORTS 1	19/06/2018	Russie - Egypte	Poules	20H00	1 256 000	EXCLU
4	beIN SPORTS 1	07/07/2018	Suède - Angleterre	Quarts	16H00	1 234 000	EXCLU
5	beIN SPORTS 1	02/07/2018	Brésil - Mexique	8ème	16H00	1 187 000	EXCLU
6	beIN SPORTS 1	22/06/2018	Serbie - Suisse	Poules	20H00	1 090 000	EXCLU
7	beIN SPORTS 1	10/07/2018	France - Belgique	Demi-finale	20H00	1 062 000	CO-DIFF TF1
8	beIN SPORTS 1	30/06/2018	France - Argentine	8ème	16H00	1 055 000	CO-DIFF TF1
9	beIN SPORTS 1	15/07/2018	France - Croatie	Finale	17H00	1 010 000	CO-DIFF TF1
10	beIN SPORTS 1	24/06/2018	Japon - Sénégal	Poules	17H00	983 000	EXCLU
11	beIN SPORTS 1	16/06/2018	Pérou - Danemark	Poules	18H00	981 000	EXCLU
12	beIN SPORTS 1	01/07/2018	Croatie - Danemark	8ème	20H00	980 000	CO-DIFF TF1
13	beIN SPORTS 1	02/07/2018	Belgique - Japon	8ème	20H00	975 000	CO-DIFF TF1
14	beIN SPORTS 1	16/06/2018	Argentine - Islande	Poules	15H00	932 000	EXCLU
15	beIN SPORTS 1	06/07/2018	France - Uruguay	Quarts	16H00	899 000	CO-DIFF TF1
16	beIN SPORTS 1	21/06/2018	France - Pérou	Poules	17H00	898 000	CO-DIFF TF1
17	beIN SPORTS 1	26/06/2018	Nigéria - Argentine	Poules	20H00	897 000	CO-DIFF TF1
18	beIN SPORTS 1	17/06/2018	Brésil - Suisse	Poules	20H00	879 000	CO-DIFF TF1
19	beIN SPORTS 1	20/06/2018	Uruguay - Arabie Saoudite	Poules	17H00	877 000	EXCLU
20	beIN SPORTS 1	30/06/2018	Uruguay - Portugal	8ème	20H00	870 000	CO-DIFF TF1
	...						
37	beIN SPORTS 1	26/06/2018	Danemark - France	Poules	16H00	780 000	CO-DIFF TF1
41	beIN SPORTS 1	16/06/2018	France - Australie	Poules	12H00	753 000	CO-DIFF TF1

Les matchs de la France n'étant pas exclusivement diffusés sur beIN Sports, ce sont surtout **les matchs des représentants français en Ligue des Champions qui réalisent les audiences historiques** de la chaîne :

## TOP 10 AUDIENCES BEIN / EN MILLIONS 4+





# DES PERFORMANCES EN HAUSSE POUR LA CHAÎNE L'ÉQUIPE

**+36%** de part d'audience 4+ durant le Mondial, soit **1,5% de PDA**



**Record d'audience pour l'Équipe de la mi-temps avec 960 000 téléspectateurs 4+ (5,8% de PDA) pendant la Finale France-Croatie.**



**Record d'audience pour l'Équipe du soir avec 710 000 téléspectateurs 4+ (5,5% de PDA) après la demi-finale France-Belgique.**



**Record d'audience pour l'Équipe d'Estelle avec 650 000 téléspectateurs 4+ (8,2% de PDA) après le match Espagne-Russie**

Source : L'Équipe

**QUIPE**

**L'ÉQUIPE  
DU SOIR**

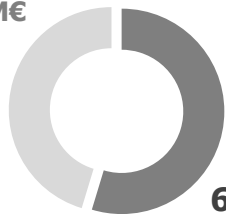
# PLUS DE 111 M€ BRUTS GÉNÉRÉS PAR TF1 SUR LES 28 MATCHS DU MONDIAL

**111 M€**



11,4 millions d'€ bruts  
sur la Finale

Phase finale  
50,3 M€



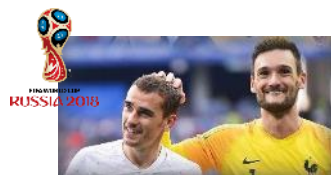
60,7 M€  
Poules

46,5 millions d'€ bruts  
sur les 7 matchs de la France



# DES INDICATEURS EN HAUSSE PAR RAPPORT À 2014

Grâce au parcours de l'équipe de France jusqu'en Finale, le scénario était idéal pour TF1 qui, à défaut de rentabiliser un tel investissement (droits TV estimés entre 60 et 70 M€ nets), peut se satisfaire d'avoir pu maximiser les retombées publicitaires du Mondial.



**111** M€

IP BRUTS

**3,97** M€

IP BRUTS / MATCH

**567** Min

DURÉE PUBLICITAIRE

**164**

ANNONCEURS

**1422**

SPOTS



**87** M€

EN 2014

**3,1** M€

EN 2014

**495** Min

EN 2014

**155**

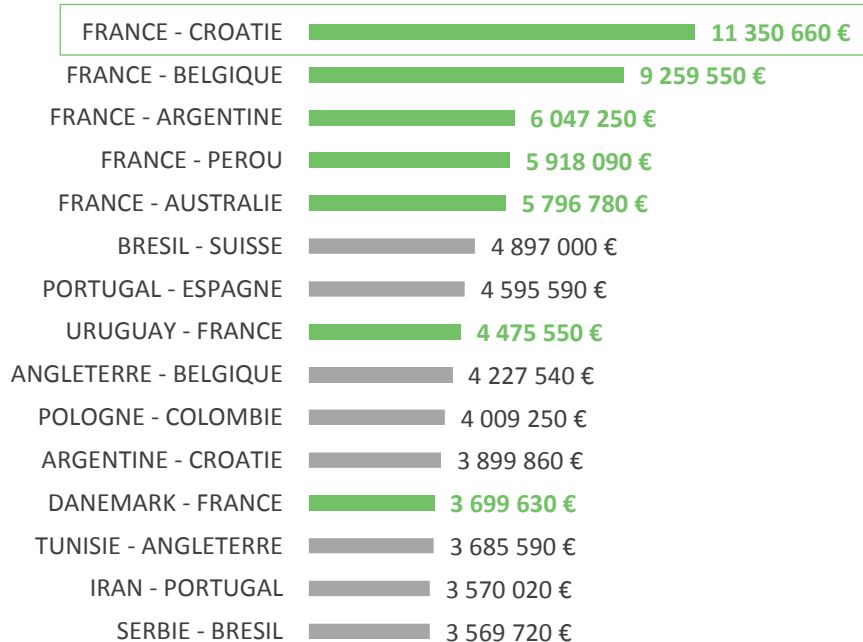
EN 2014

**1316**

EN 2014

# L'ÉQUIPE DE FRANCE ET LES GRANDES NATIONS DU FOOTBALL EN TÊTE DES INVESTISSEMENTS

## TOP 15 DES MATCHS / INVESTISSEMENTS BRUTS TF1



A soccer player, likely from the French national team, is shown in a celebratory mood, wearing a white and blue flag. He is being interviewed by a cameraman in a green vest with the number 64. The background shows a large stadium filled with spectators.

# DIGITAL LE PARCOURS DES BLEUS FAIT ÉCHO

# SUCCÈS POUR LA PLATEFORME MYTF1



**1,9<sub>M</sub>**  
de visites live  
pendant le **8<sup>e</sup> de finale**  
**France-Argentine**



**1,3<sub>M</sub>**  
de visites live  
pendant la **Finale**  
**France-Croatie**

Près de

**1**  
**MILLION**

**de loggés**  
(nouveaux comptes myTF1 créés)

# LA RENCONTRE PORTUGAL-ESPAGNE EST À CE JOUR LA VIDÉO LA PLUS VUE CONCERNANT LE MONDIAL



**PORTUGAL V SPAIN**  
**2018 FIFA WORLD CUP RUSSIA™**  
**MATCH 3**

DIFFUSÉ PAR FIFA TV

**59**  
**millions de vues**

SUR 1 MOIS

## TOP 5 / SEMAINE 1

Platform	Video	Views	Uploader
	Argentina vs Croatia - 2018 FIFA World Cup Russia™ - Match 23 by FIFA TV Uploaded 3 days ago	13.1M Views	<b>FIFA</b>
	Germany vs Sweden - 2018 FIFA World Cup Russia™ - Match 27 by FIFA TV Uploaded 3 days ago	10.7M Views	<b>FIFA</b>
	Portugal vs Morocco - 2018 FIFA World Cup Russia™ - Match 39 by FIFA TV Uploaded 4 days ago	9.4M Views	<b>FIFA</b>
	Colombia vs Japan - 2018 FIFA World Cup Russia™ - Match 36 by FIFA TV Uploaded 5 days ago	8.6M Views	<b>FIFA</b>
	Poland vs Senegal - 2018 FIFA World Cup Russia™ - Match 55 by FIFA TV Uploaded 5 days ago	8.4M Views	<b>FIFA</b>

## TOP 5 / SEMAINE 2

Platform	Video	Views	Uploader
	Korea Republic vs Germany - 2018 FIFA World Cup Russia™ - Match 43 by FIFA TV Uploaded 4 days ago	22.2M Views	<b>FIFA</b>
	Japan vs Argentina - 2018 FIFA World Cup Russia™ - Match 35 by FIFA TV Uploaded 5 days ago	16.6M Views	<b>FIFA</b>
	England vs Portugal - 2018 FIFA World Cup Russia™ - Match 49 by FIFA TV Uploaded 1 day ago	14.1M Views	<b>FIFA</b>
	France vs Argentina - 2018 FIFA World Cup Russia™ - Match 50 by FIFA TV Uploaded 1 day ago	12.2M Views	<b>FIFA</b>
	Uruguay vs Brazil - 2018 FIFA World Cup Russia™ - Match 41 by FIFA TV Uploaded 4 days ago	11.5M Views	<b>FIFA</b>

## TOP 5 / SEMAINE 3

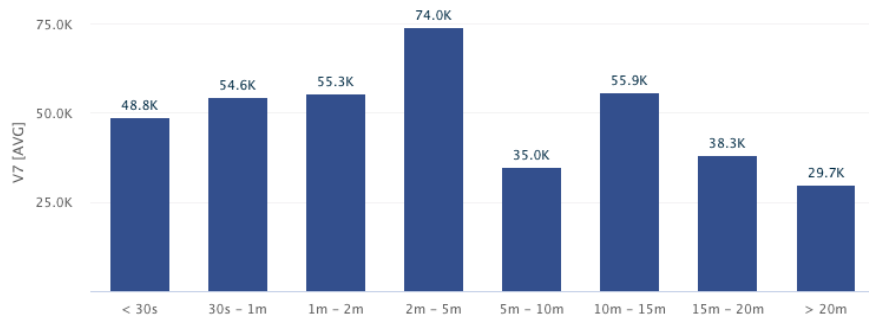
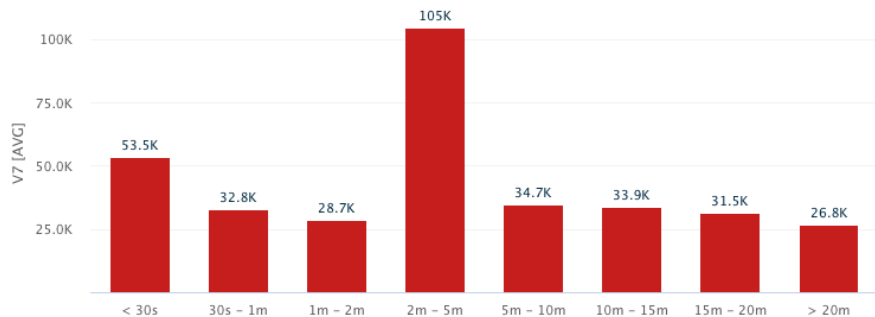
Platform	Video	Views	Uploader
	Brazil vs Mexico - 2018 FIFA World Cup Russia™ - Match 53 by FIFA TV Uploaded 6 days ago	17.3M Views	<b>FIFA</b>
	Belgium vs Japan - 2018 FIFA World Cup Russia™ - Match 54 by FIFA TV Uploaded 6 days ago	15.5M Views	<b>FIFA</b>
	Brazil vs Belgium - 2018 FIFA World Cup Russia™ - Match 58 by FIFA TV Uploaded 3 days ago	14.6M Views	<b>FIFA</b>
	Russia vs Croatia - 2018 FIFA World Cup Russia™ - Match 59 by FIFA TV Uploaded 6 days ago	11.7M Views	<b>FIFA</b>
	Colombia vs England - 2018 FIFA World Cup Russia™ - Match 56 by FIFA TV Uploaded 5 days ago	11.3M Views	<b>FIFA</b>

## TOP 5 / SEMAINE 4

Platform	Video	Views	Uploader
	Croatia vs England - 2018 FIFA World Cup Russia™ - Match 42 by FIFA TV Uploaded 6 days ago	15.3M Views	<b>FIFA</b>
	France vs Belgium - 2018 FIFA World Cup Russia™ - Match 61 by FIFA TV Uploaded 3 days ago	13.6M Views	<b>FIFA</b>
	France vs Croatia - 2018 FIFA World Cup™ FINAL - HIGHLIGHTS by FIFA TV Uploaded 16 hours ago	9.8M Views	<b>FIFA</b>
	1 billion people about to live our performance, this is just a little preview! by FIFA TV Uploaded 23 hours ago	8.6M Views	
	Belgium vs England - 2018 FIFA World Cup Russia™ - Play-off for third place by FIFA TV Uploaded 3 days ago	8.5M Views	<b>FIFA</b>

# LA DURÉE OPTIMALE D'UNE VIDÉO SUR LA THÉMATIQUE COUPE DU MONDE ESTIMÉE ENTRE 2 ET 5 MINUTES

Avec 105 000 vues en moyenne sur Youtube et 74 000 vues en moyenne sur Facebook, **les vidéos de 2 à 5 minutes affichent de meilleures performances et s'imposent comme le format idéal et optimal pour communiquer.** Dans le détail, on note que les vidéos Facebook de moins de 5 minutes performant plus que les vidéos de plus de 5 minutes.





# LA COUPE DU MONDE GÉNÈRE PLUS DE 71 MILLIONS DE MENTIONS SUR LE WEB\*

La **Finale opposant la France à la Croatie** est le point d'orgue du Mondial avec **plus de 5,2 millions de mentions**.

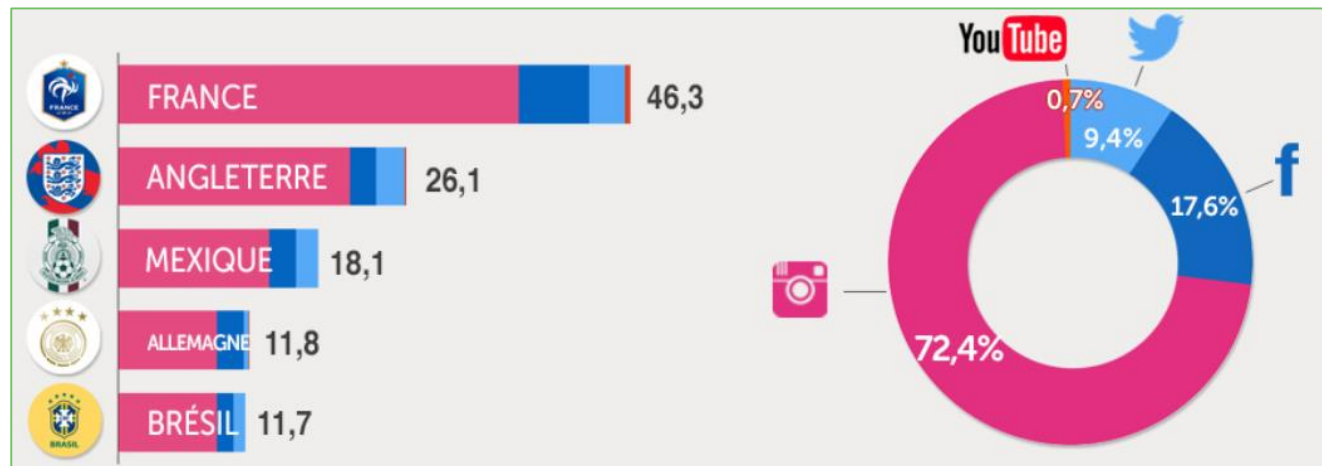


*\*réseaux sociaux, sites d'information, blogs et forums*

# L'ÉQUIPE DE FRANCE ÉGALEMENT CHAMPIONNE DES RÉSEAUX SOCIAUX

## RÉPARTITION DES ENGAGEMENTS PAR RÉSEAU SOCIAL

(SOMME DES LIKES, COMMENTAIRES, PARTAGES ET MENTIONS DE TOUS LES POSTS PUBLIÉS PAR LES ÉQUIPES)



**Instagram concentre 72% du total des engagements des équipes**

# LE TITRE DE CHAMPION DU MONDE OFFRE À LA FRANCE LES 2 POSTS LES PLUS ENGAGEANTS

PUBLICATIONS QUI ONT GÉNÉRÉ LE PLUS D'ENGAGEMENTS



equipedefrance • S'abonner

equipedefrance ILS L'ONT FAIT \*\*  
CHAMPIOOONS DU MONDE 🇫🇷🇫🇷🇫🇷  
#FiersdetreBleus  
-  
THEY DID IT! \*\*

561 k

au 15 juillet



equipedefrance • S'abonner

equipedefrance GOLDEN BOY 🇫🇷  
#FiersdetreBleus

510 k

au 15 juillet



# TWITTER : 115 MILLIARDS D'IMPRESSIONS DANS LE MONDE PENDANT LE MONDIAL

La Coupe du Monde aura été sujet aux conversations sur les réseaux sociaux, que ce soit pour commenter les résultats, les buts, les blessures, les décisions d'arbitrage, etc...

**La France et le Brésil sont les nations qui ont généré le plus de conversations sur Twitter :**

LES 5 MATCHS LES PLUS COMMENTÉS :



**#1**

**France-Croatie**  
(Finale)



**#2**

**Brésil-Belgique**  
(Quart de finale)



**#3**

**Brésil-Mexique**  
(Huitième de finale)



**#4**

**France-Argentine**  
(Huitième de finale)



**#5**

**Brésil-Costa Rica**  
(Poules)

# LE JOUEUR FRANÇAIS MBAPPÉ DÉCLENCHE LES CONVERSATIONS SUR TWITTER

## LES 5 MOMENTS LES PLUS COMMENTÉS (TWEETS/MINUTE)



- #1** **Kylian Mbappé** marque le 4e but de la France, la France mène 4-1 en Finale (15 Juillet)
- #2** Le but de **Philippe Coutinho** dans le temps additionnel, 1-0 contre le Costa Rica (22 juin)
- #3** La Corée du Sud bat l'Allemagne (27 juin)
- #4** Coup de sifflet final : La France bat la Croatie 4-2 en finale (15 juillet)
- #5** Coup de sifflet final : La Belgique gagne 2-1 contre le Brésil (6 juillet)

## LES 5 FOOTBALLEURS LES PLUS MENTIONNÉS



**#1 Neymar**  
(Brésil)



**#2 Messi**  
(Argentine)



**#3 Ronaldo**  
(Portugal)



**#4 Mbappé**  
(France)



**#5 Coutinho**  
(Brésil)

# KYLIAN MBAPPÉ : GRAND GAGNANT DES RÉSEAUX SOCIAUX

EVOLUTION DES ABONNÉS (DERNIER MOIS) DES JOUEURS DE L'ÉQUIPE DE FRANCE

facebook



Kylian Mbappé

+446 913 Fans ↑



Paul Labile...

+139 847 Fans ↑



Antoine...

+115 568 Fans ↑



N'Golo Kanté

+64 885 Fans ↑



Kylian Mbappé

+158 440 Followers ↑



Antoine...

+80 856 Followers ↑



Paul Pogba

+63 459 Followers ↑



N'Golo Kanté

+20 244 Followers ↑

twitter



Source : Social Baker – données au 16 juillet 2018

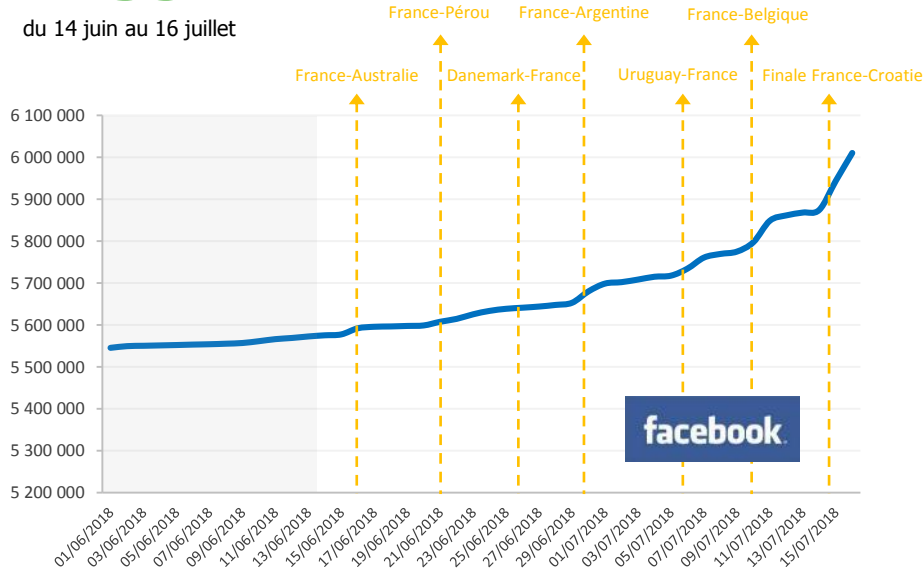
OmnicomMediaGroup | [annect](#)

# PROGRESSION DES ABONNÉS ÉQUIPE DE FRANCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



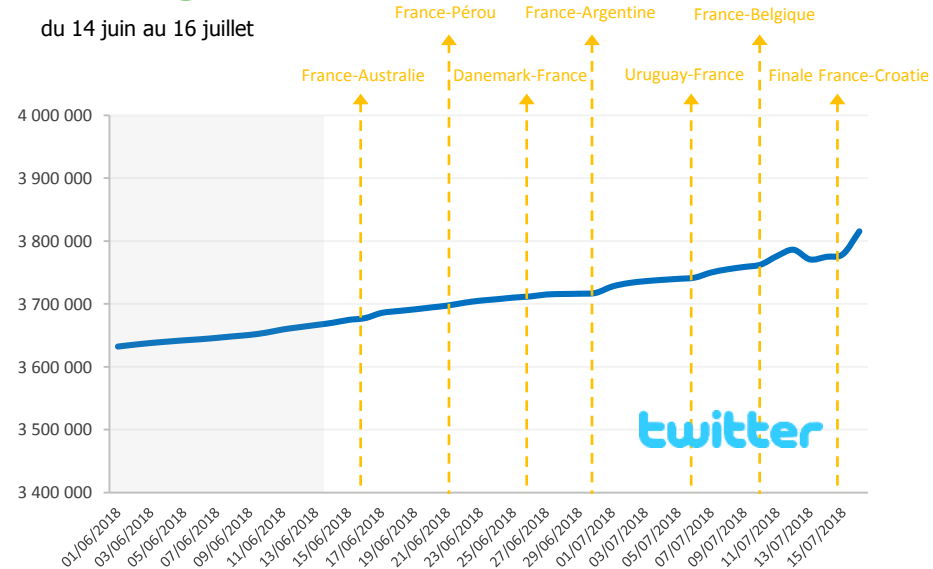
**+ 435 k**

du 14 juin au 16 juillet



**+ 146 k**

du 14 juin au 16 juillet



# BUDWEISER EST LE MARQUE LA PLUS MENTIONNÉE SUR TWITTER

#1



**Budweiser**

#2



**Adidas**

#3



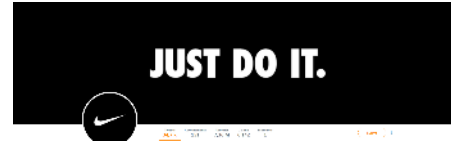
**Coca Cola**

#4



**Apple**

#5



**Nike**

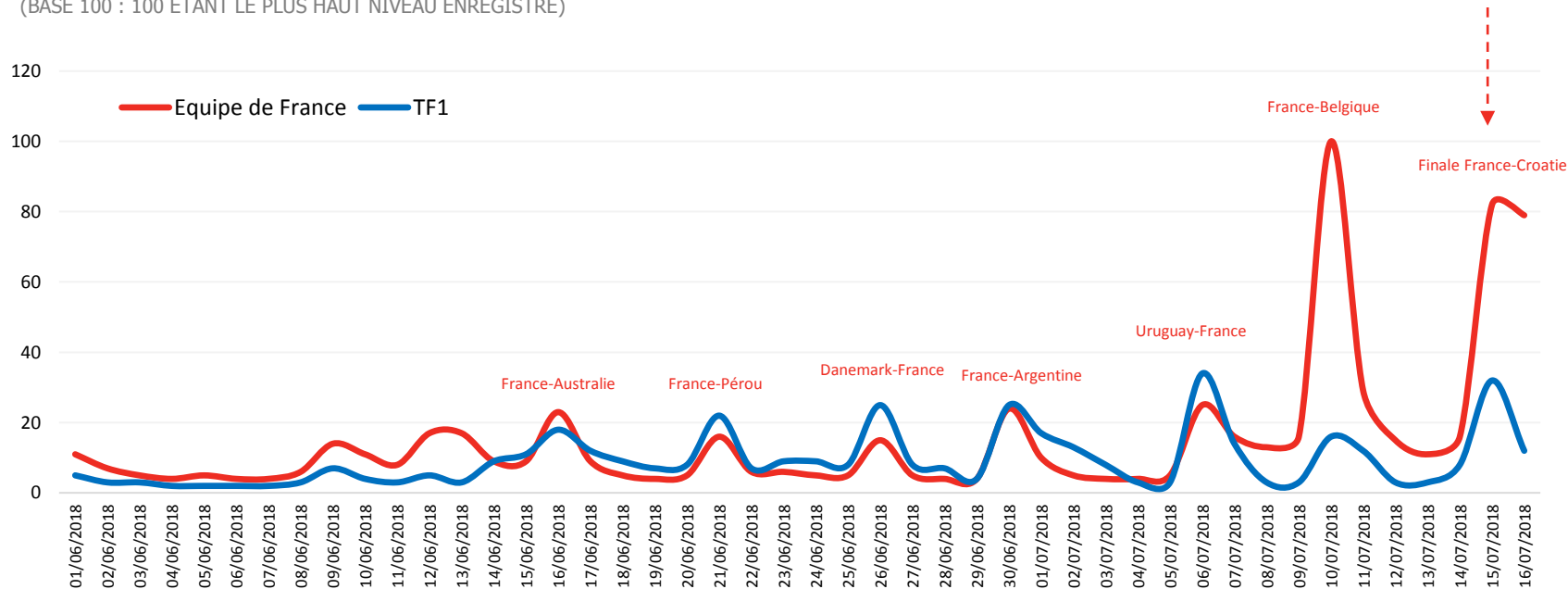


# CORRÉLATION ENTRE LES VISITES TF1 ET EQUIPE DE FRANCE

Le sacre des Bleus a été un moment **moins propice aux recherches mais plus au partage** : que ce soit sur les réseaux sociaux ou dans les lieux publics

## INDICE DE VISITES GOOGLE TRENDS

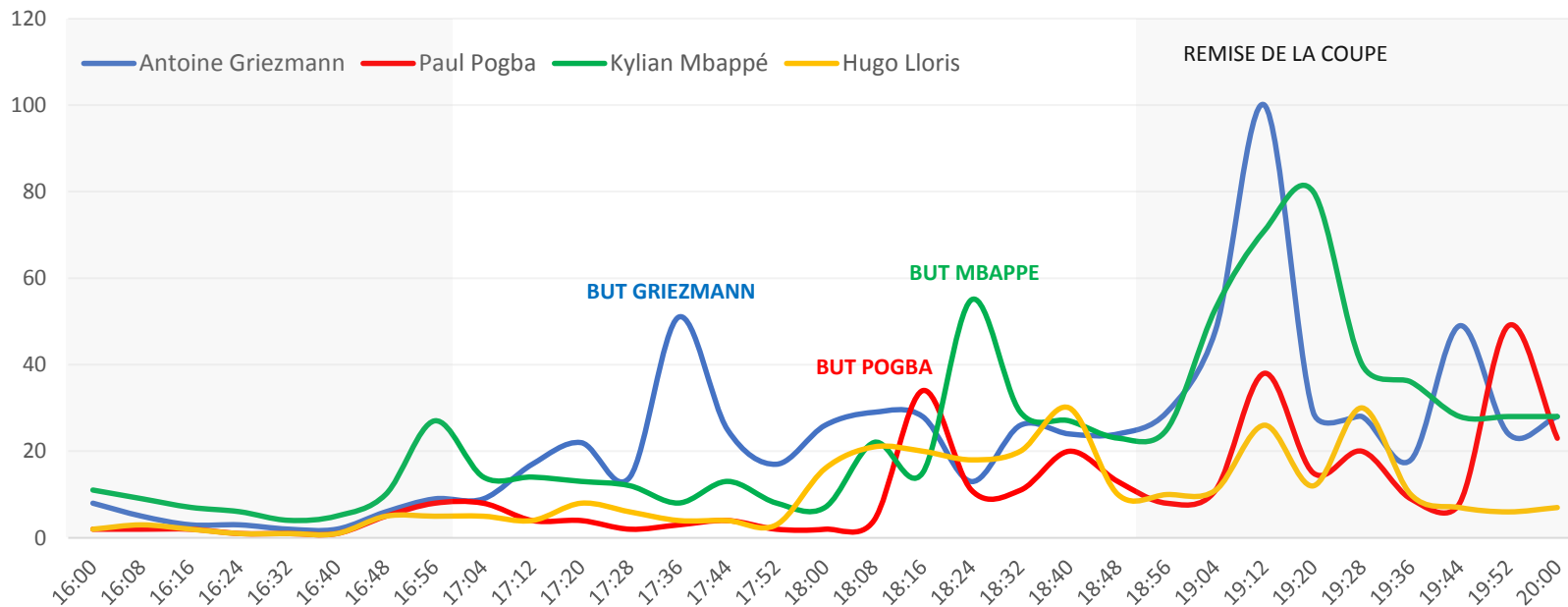
(BASE 100 : 100 ÉTANT LE PLUS HAUT NIVEAU ENREGISTRÉ)



# LES BUTS DES FRANÇAIS PENDANT LA FINALE IMPACTENT DIRECTEMENT LES RECHERCHES GOOGLE

## INDICE DE VISITES GOOGLE TRENDS

(BASE 100 : 100 ÉTANT LE PLUS HAUT NIVEAU ENREGISTRÉ)



# L'ÉQUIPE

1,60 € Lundi 16 juillet 2018 73<sup>e</sup> année N° 23 365 France métropolitaine

@lequipe

COUPE DU MONDE 2018 finale

## BONHEUR ÉTERNEL

**PRESSE & RADIO**  
**FOCUS L'ÉQUIPE,**  
**20 MINUTES ET RMC**



France 4-2 Croatie

# LES CHAMPIONS À LA UNE DE TOUS LES JOURNAUX LE 16 JUILLET 2018

En PQN



En PQR



En PGI &  
News



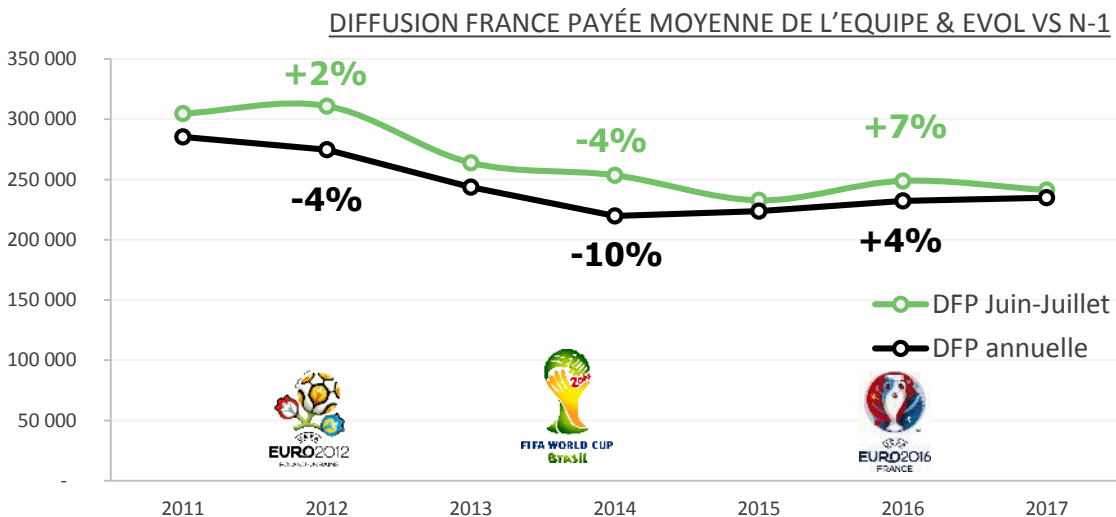
# L'ÉQUIPE : UNE DIFFUSION PRINT DYNAMISÉE

**1,6M** ex. tirés  
le lendemain de la victoire



**+20%** de ventes kiosques sur la  
2<sup>nd</sup>e semaine de compétition

Les Coupes du monde et Euro de football enrayent la  
baisse de diffusion du quotidien



## L'EQUIPE : PLÉBISCITE DU SITE MOBILE

Véritable plébiscite du site mobile qui affiche la plus forte hausse du trafic et qui est le **seul mode d'accès à progresser de semaine en semaine**. Une tendance qui s'explique par le parcours des Bleus qui permet à l'Equipe d'attirer un public croissant d'amateurs avides d'informations en temps réel. L'augmentation du trafic sur l'app comme sur le desktop ralentit après la phase de poule. L'application tablette affiche un trafic relativement flat.

ÉVOLUTION HEBDOMADAIRE DU NB DE VU QUOTIDIENS PAR DEVICE – BASE 100 = MOYENNE MAI 2018

### DESKTOP



### APP MOBILE



### SITE MOBILE



### APP TABLETTE



S1	S2	S3	S4	S5
118	124	122	115	107

S1	S2	S3	S4	S5
118	120	120	107	99

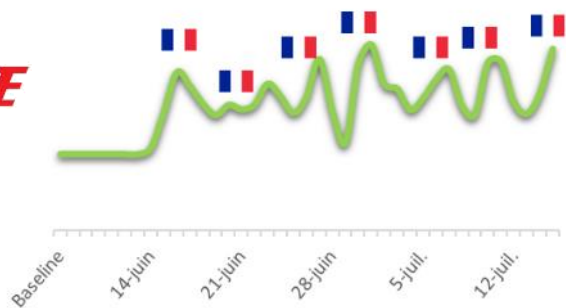
S1	S2	S3	S4	S5
166	169	185	184	191

S1	S2	S3	S4	S5
103	102	104	93	90

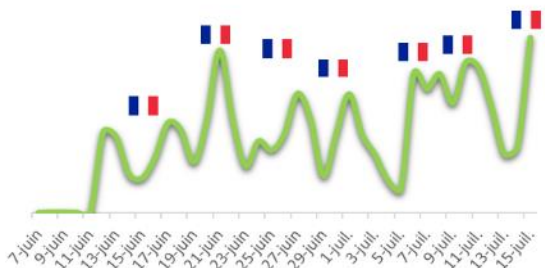
# UN TRAFIC QUI SUIT DE TRÈS PRÈS LE PARCOURS DES BLEUS SUR MOBILE

ÉVOLUTION DU NB DE VU QUOTIDIENS – SITE MOBILE

**L'ÉQUIPE**



**20**  
minutes



Source : AT Internet



# L'ÉQUIPE : BOOST DES INVESTISSEMENTS PRINT PLUS MARQUÉ EN DÉBUT DE TOURNOI



Moyenne par parution	Baseline	S1	S2	S3	S4	S5
% pub/éditorial	10,4%	17,43%	15,29%	13,60%	8,82%	12,10%
IP en K€	592,4	1 362	1 014	817,8	696,8	979,9
Nb d'annonceurs	8	15	10	11	9	11

Investissements moyens en hausse de **+58%** vs baseline



# BOOST DU TRAFIC SUR L'ENSEMBLE DES DEVICES POUR 20 MINUTES



ÉVOLUTION HEBDOMADAIRE DU NB DE VU QUOTIDIENS PAR DEVICE – **BASE 100 = MOYENNE DU 7/06 AU 13/06/18**  
UNIVERS DÉDIÉS COUPE DU MONDE



S1	S2	S3	S4	S5
353	562	561	511	620

S1	S2	S3	S4	S5
239	374	367	371	505

S1	S2	S3	S4	S5
561	533	607	490	597

Source : AT Internet – univers dédié Coupe du Monde 2018 / Evolution du nombre de visiteurs uniques moyen par device vs baseline  
 NB : la création d'un univers dédié favorise naturellement l'uplift des volumes de visiteurs uniques.

# RMC EN TÊTE DES RADIOS DIGITALES



Top marques de radio digitales les plus diffusées en France - **JUIN 2018**

Rang	25 premières Marques Radios Digitales en France	Ecoutes actives France juin 2018	Nbre de Radios
1	RMC	24 080 535	1
2	France Inter	17 217 770	1
3	NRJ	16 790 713	684
4	France Info	8 285 263	1
5	Skyrock	7 968 770	10
6	FIP	5 536 744	12
7	Nostalgie	5 303 877	55
8	Chérie FM	5 096 489	70
9	Rire et Chansons	4 195 166	30
10	France Culture	3 293 820	1
11	France Bleu	2 706 343	46
12	Radio Meuh	2 031 150	1
13	Radio Public Sante	1 598 937	8
14	Latina	1 526 565	8
15	Hotmixradio	1 356 914	20

# EN SYNTHÈSE

Pourtant loin d'être considérée comme prétendante au titre, l'équipe de France a su déjouer les pronostiques pour finalement décrocher un nouveau titre de Champion du Monde. Une aubaine pour les diffuseurs (TF1 & beIN Sports) et pour les marques qui auront pu bénéficier d'un territoire d'expression au sommet.

**MARQUES & RETOMBÉES ÉCONOMIQUES :** Une présence toujours très importante des sponsors. Et au delà des sponsors, **les marques surfent sur l'évènement et jouent la carte de la réactivité avec des créations, des logos remaniés** au fur et à mesure de l'avancée des Bleus dans la compétition.

Des retombées économiques classiques en Coupe du monde/Euro (Téléviseurs, paris sportifs, food...) **très immédiates et d'autres retombées à venir** (marché sportif dont maillots, tourisme....).

**TELEVISION :** Un **parcours des Bleus vecteur d'audience et de retombées publicitaires**. Néanmoins **un impact relativement limité** en raison d'une programmation des matchs de la France essentiellement en après-midi et souvent en semaine.

Pas de record d'audience mais une Finale France-Croatie qui a réuni tout de même 19,3 millions de téléspectateurs 15+ sur TF1, soit la **9<sup>e</sup> plus forte audience historique de la Télévision**.

À défaut d'obtenir un retour sur investissement, TF1 peut se satisfaire d'un parcours sans faute des Bleus qui a permis à la chaîne de générer **plus de 111 millions d'€ bruts autour des 28 matchs** retransmis.

**DIGITAL :** Un vainqueur inattendu, une génération douée et attrayante, il n'en fallait pas plus pour que la France déclenche un véritable effet de curiosité. **Engagement, tweets, abonnés, recherches : l'impact des Bleus ne s'est pas limité qu'au poste de télévision**.

**PRESSE & RADIO :** En Presse comme en Radio, **la Coupe du monde dynamise les audiences et particulièrement les audiences digitales**. La croissance est d'autant plus forte sur les devices mobiles.



# À VOTRE DISPOSITION

CORINNE ABITBOL  
DIRECTEUR GÉNÉRAL MARKETING SCIENCES

OLIVIER CHARPENTIER  
RESPONSABLE ÉTUDES AUDIOVISUELLES

ADÈLE CHOUPE  
CHARGÉE D'ÉTUDES

UNE PUBLICATION  
OmnicomMediaGroup |  
annalect