



# COMMUNIQUE DE PRESSE

Le 14 Janvier 2005

## Présentation de la première édition du « Baromètre Athlane - Sport Market de notoriété et d'image des Sportifs en France »

Réalisée en partenariat par ATHLANE, Société de Conseil et d'Etudes Marketing, spécialisée dans le sport et SPORTMARKET, Agence Conseil en Communication spécialisée en marketing sportif, l'étude apporte un éclairage novateur et inédit sur la notoriété et le degré de popularité des sportifs de haut niveau auprès des 15-34 ans.

### LE POURQUOI DE L'ETUDE :

En approfondissant et en décomposant la perception des sportifs, en étudiant leur attribution aux marques qui ont passé des accords publicitaires avec eux, l'étude donne un panorama complet de l'image des sportifs et propose aux annonceurs, aux fédérations et aux médias un véritable outil pour déterminer ou adapter leur stratégie de communication.

### LE CHOIX DE LA CIBLE :

Les 15-34 ans ont des taux de pratique et de suivi de l'actualité sportive relativement élevés.

Ils s'identifient davantage et ont une meilleure affinité avec les sportifs que les autres classes d'âge.

Ils sont également une cible privilégiée des marques.

### LA METHODOLOGIE

Ce baromètre est une étude en souscription ouverte à tous les acteurs du monde sportif.

La première vague a été mise en place quelques temps après de grands événements sportifs (Euro 2004, JO d'Athènes), susceptibles de modifier les hiérarchies établies.

Les données ont été recueillies par le biais de 350 enquêtes téléphoniques de 25 minutes, réalisées courant novembre 2004 auprès d'un échantillon représentatif de la population française des 15 à 34 ans (méthode des quotas). Le traitement des données a permis d'obtenir également des résultats par âge, sexe, CSP, région, diplôme, suivi et pratique du sport ainsi que bilans d'image par sportif et au global.

## **LES PRINCIPAUX RESULTATS :**

### **La notoriété des sportifs :**

Un univers très peuplé (360 sportifs différents cités au total au moins une fois en spontané), bien connu (25 sportifs ont plus 80 % de notoriété totale) et moins segmentant qu'auparavant (les filles connaissent les sportifs presque autant que les garçons).

Une présence écrasante de Zidane dans le Top 10 de la notoriété spontanée, au côté de sportifs majoritairement français, qui ont quasiment tous participé aux plus grands événements sportifs des dix dernières années.

- 1 – Zinedine Zidane (76%)
- 2 – Fabien Barthez (22%)
- 3 – Amélie Mauresmo (22%)
- 4 – Thierry Henry (21%)
- 5 – David Douillet (20%)
- 6 – Michael Schumacher (20%)
- 7 – Bixente Lizarazu (13%)
- 8 – Michael Jordan (13%)
- 9 – Tony Parker (12%)
- 10 – Yannick Noah (11%)

Un top 5 des Sportives en spontané concentré sur le tennis, l'athlétisme, et la natation avec une belle percée de Laure Manaudou :

- 1 - Amélie Mauresmo (22 %)
- 2 - Marie-Josée Pérec (7 %)
- 3 - Laure Manaudou (7%)
- 4 - Serena Williams (4%)
- 5 - Christine Arron (4%).

### **L'image des sportifs :**

Des sportifs généralement assez ou très appréciés.

Une image multi-dimensionnelle des sportifs qui dépasse les performances et les comportements sportifs, pour prendre en compte également le caractère individuel, l'esthétique, les aspects de la vie privée (lorsqu'elle est médiatisée.), la politique de gestion de l'image (surtout pour les footballeurs), le statut et le rôle au sein de leur sport.

Avec en conséquence, des sportifs à forte notoriété qui ne sont pas forcément les mieux notés en terme d'image...

En effet, le Top 5 d'appréciation globale est détenu par des sportifs Espoirs et/ou pratiquant des sports relativement moins médiatiques, dont les qualités de générosité, de simplicité, d'honnêteté et de décontraction ont su faire la différence, au détriment d'autres sportifs pour lesquels l'excès d'assurance ou d'agressivité, le trop grand affairisme et/ou le manque de discrétion ont pu être pénalisants.

Top 5 des sportifs les plus appréciés (score de -10 : pas du tout apprécié, à + 10 : très apprécié) :

1. Yannick Noah (8)
2. Laure Manaudou (7,7)
3. Michael Jordan (7)
4. Tony Parker (6,3)
5. Thierry Henry (5,7)

Laure Manaudou et Michael Jordan étant davantage appréciés par les hommes.

### **Les marques :**

160 marques distinctes citées en spontané au moins une fois.

Une très bonne identification des marques faisant de la publicité avec un sportif (quasiment aucune erreur d'attribution, c'est-à-dire citation d'une marque sans lien avec le monde du sport, d'une marque associée à une équipe ou à un événement sportif).

Une domination sans conteste des équipementiers sportifs sur un territoire qui leur est naturel. Les 2 leaders incontestés sont Adidas et Nike avec respectivement 76% et 73% de citation spontanée, largement devant Puma (32%) et Reebok (29%). Dans les secteurs hors équipementiers, 6 marques se détachent parmi lesquelles McDonald's (19 % de citation), Lu (12 %), Coca-Cola (10 %), Volvic (9 %), Danone (9 %) et L'Oréal (9 %).

Un bon niveau global d'attribution marque / sportif :

- Pour les 10 marques les plus citées, seules deux marques ont des taux d'absence totale d'attribution de sportifs supérieurs à 25 %
- Pour les interviewés qui citent des sportifs :
- Sur les 10 sportifs les plus fréquemment associés à des marques, tous ont un taux de citations exactes de marques supérieur à 60 % et 7 ont un taux supérieur à 70 %
- Sur les 10 marques les plus fréquemment citées, 8 ont un taux d'attributions exactes de sportifs supérieur à 70 %

Les marques ayant de bons scores dans ce domaine étant celles qui communiquent moins souvent, sur un nombre limité et stable de sportifs, comme McDonald's, Volvic et Afflelou, avec en point d'orgue, Volvic qui fait un score parfait de 100% de bonne attribution.

## LES PERSPECTIVES D'EVOLUTIONS DU BAROMETRE :

Le baromètre sera reconduit en novembre 2006, en adjoignant de nouveaux critères d'évaluation issus de l'analyse qualitative, en adaptant la liste des sportifs à l'actualité événementielle et médiatique.

Contact Athlane : Florence DERONCE - 01.44.88.16.49 - [fderonce@athlane.net](mailto:fderonce@athlane.net)

Contact SportMarket : François GUYOT - 01 41 38 49 40 - [fguyot@sportmarket.fr](mailto:fguyot@sportmarket.fr)

**A propos d'ATHLANE :** Créée en 2002, Athlane est une société de Conseil et d'Etudes Marketing, spécialisée dans le domaine des Sports et Loisirs.

Forte de son capital humain, de son expertise méthodologique et technique, Athlane met en oeuvre des solutions innovantes et opérationnelles, qualitatives et/ou quantitatives, parfaitement adaptées aux problématiques Marketing qui lui sont soumises.

Ses principaux clients sont ASO, Athlete's Foot, Club Méditerranée, Décathlon, Fifas, Française des Jeux, Gymnova, Helly Hansen, Mercury Marine Power...

**A propos de SPORT MARKET :** Agence Conseil en Communication spécialisée en Marketing sportif, fondée en 2001, SPORT MARKET développe son expertise auprès d'annonceurs pour leur communication dans le domaine du sport et tout particulièrement dans la valorisation commerciale des droits négociés.

Les différentes compétences de l'agence lui permettent d'intervenir de façon transversale sur l'ensemble des moyens de communication : communication publicitaire, marketing opérationnel, organisation d'événements, relations publiques dans le domaine du sport et de l'utilisation des nouvelles technologies (Internet, téléphonie mobile...).

Depuis sa création, des marques telles que Kodak, McDonald's, M6, Davitamon (groupe Omega Pharma) et La Mie Câline (réseau de boulangeries, pâtisseries) ont déjà fait appel aux compétences de l'agence.



APE : 741E / RCS Paris B 445 058 779  
23/25, rue Jean-Jacques Rousseau  
75001 PARIS / Tel : 01 44 88 16 49

[contact@athlane.net](mailto:contact@athlane.net) / [www.athlane.net](http://www.athlane.net)



RCS Nanterre B 442 330 617  
23 bis, rue Edouard Nieuport  
92150 Suresnes / Tel : 01 41 38 49 40

[infos@sportmarket.fr](mailto:infos@sportmarket.fr) / [www.sportmarket.fr](http://www.sportmarket.fr)