

# Le Tour de France dope les audiences

**Titulaire des droits de diffusion du *Tour de France* jusqu'en 2025, chaque été France Télévisions bouleverse sa grille pour mettre à l'honneur la grande boucle avec en moyenne 85 heures de direct par an. Le Tour de France ayant entamé sa 104<sup>ème</sup> édition samedi 1<sup>er</sup> juillet, NPA Conseil revient sur les audiences de la compétition.**

Autant regardé par les fans de cyclisme que par les amateurs de beaux paysages, *Le Tour de France* est l'occasion pour le village départ de bénéficier du formidable coup de projecteur que représente la course diffusée « à travers 190 pays par près de 3,5 milliards de téléspectateurs » selon les organisateurs. Cette année, France 2 a consacré près de 5 heures de direct samedi 1<sup>er</sup> juillet pour la 1<sup>ère</sup> étape, réalisant ainsi 23,3 % de PdA sur les individus âgés de 4 ans et plus, score légèrement en dessous de la moyenne des dix dernières années qui s'élève à 24,9%. A noter que les premières étapes se déroulant en France sont toutes au-dessus de la moyenne, à l'exception du *Tour de France 2011* dont le départ avait été donné au Passage du Gois (23,2% PdA 4+).



En France, la compétition diffusée conjointement sur France 2 et France 3, a réalisé en moyenne sur ces chaînes, de 2007 à 2016, 32,7% de PdA 4+. Le meilleur score revient à la 96<sup>ème</sup> édition de 2009 avec 36,6% de PdA 4+, et le moins bon à l'édition de 2012 avec 29,1% de PdA 4+. Pour les 4 premiers jours du *Tour 2017*, les audiences connaissent une baisse importante avec 20,4% de PdA sur les individus âgés de 4 ans et plus.

Par cibles, *Le Tour de France* est le plus performant auprès des 60 ans et plus, la compétition réalisant auprès d'eux 45,5% de PdA en moyenne. Pour l'édition en cours, la compétition ne réalise pour le moment que 27,7% de PdA sur cette cible.

