

# Consommation du sport : croissance des audiences en streaming Live

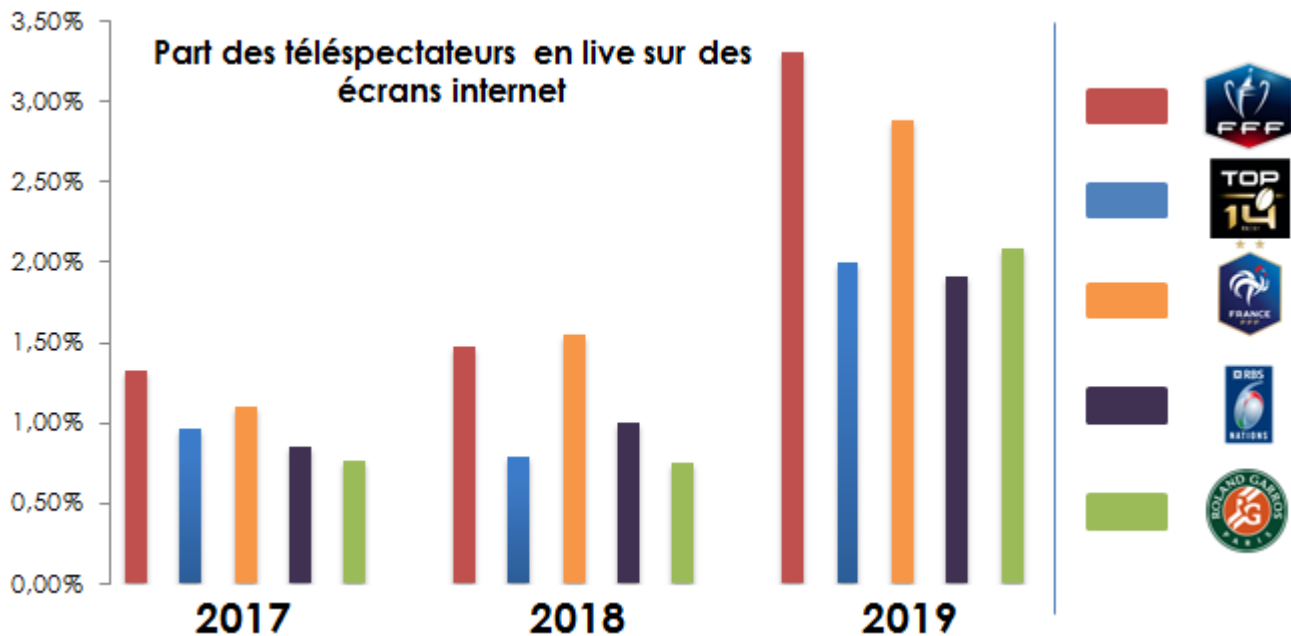
A l'ère du tout numérique, du développement des services OTT et des sites web des chaînes de télévision, le mode de consommation des contenus sportifs a considérablement évolué au cours de la décennie. De manière gratuite (**MyTF1, 6play, France TV-sport...**) ou par des abonnements payants (**BeIN Sports, RMC Sport, MyCanal, Eurosport Player**), les téléspectateurs ont désormais à leur disposition un large choix leur offrant la possibilité de regarder, en direct ou en replay, du contenu sportif via des supports numériques (ordinateurs, smartphones, tablettes et consoles).

Si la télévision traditionnelle reste le support principal de consommation des programmes sportifs **en direct**, la part des utilisateurs de ces services numériques augmente année après année, et ce de manière plus significative que pour la consommation d'autres catégories de programmes (cinéma, séries, divertissements, etc). SPORT INDEX s'est ainsi penché sur l'évolution de la consommation en Live via des écrans internet (smartphones, tablettes, ordinateurs) au cours des trois dernières années, de 5 événements sportifs majeurs : les matchs de l'Equipe de France de Football (**TF1, TMC et M6**) ; la Coupe de France de football (**France TV**) ; la Finale du Top 14 (**France TV**) ; le Tournoi des 6 nations (**France TV**) et Roland Garros (**France TV**). Depuis 2017, chacun de ces programmes connaît une augmentation, plus ou moins sensible, de l'utilisation des écrans internet, avec en tête la diffusion du football.

En effet, **la part du nombre de téléspectateurs qui regardaient les matchs des bleus en direct sur internet a nettement augmenté**, puisqu'elle était de 1,10% en 2017, avant de représenter 1,55% en 2018, puis 2,88% cette année. **Idem pour la Coupe de France : cette part représentait 1,32% en 2017, contre 3,31% cette année.** Par ailleurs, le nombre de téléspectateurs en Live via des écrans internet **a quasiment triplé pour ces deux compétitions entre 2017 et 2019** (passant de 37 000 en moyenne en 2017 à 90 000 pour la Coupe de France ; et de 56 000 à 151 000 pour les matchs de l'équipe de France).

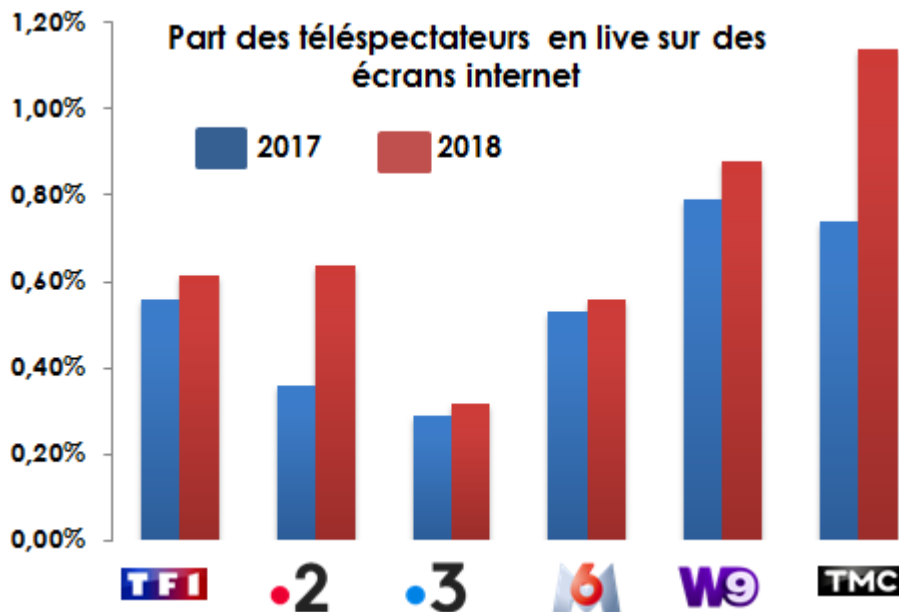
Pour le rugby, si le nombre de téléspectateurs en Live a stagné pour la finale du Top 14 (36 000 cette année contre 35 000 en 2017), **sa part sur le nombre total de téléspectateurs a augmenté puisqu'elle est passée de 0,96% à 2,00% en 3 ans.** Cette évolution est comparable à celle du Tournoi des 6 nations, qui a vu cette part augmenter de 0,85% à 1,91% sur les trois dernières années.

Enfin, s'agissant du tennis, **Roland Garros est la compétition qui a connu la plus forte progression de 2018 à 2019, passant de 0,75% à 2,08%**, et, à l'instar du football, a également vu le nombre de téléspectateurs en Live via des écrans internet tripler (11 000 en 2017, 33 000 cette année).



Source : NPA Conseil, sur données Médiamétrie (Audience 4 écrans)

A titre comparatif, la part du nombre de téléspectateurs en Live via des écrans internet sur l'ensemble des programmes des chaînes est moins élevée, et ne connaît pas la même augmentation que celle des contenus sportifs. **Sur les deux dernières saisons, seules TMC (0,74% en 2017-2018 contre 1,14% cette saison) et France 2 (passant de 0,36% à 0,63% d'une saison sur l'autre) ont connu une augmentation de la part des téléspectateurs en live via des écrans internet similaires à celle des contenus sportifs.** S'agissant des autres chaînes, cette part ne progresse que très peu d'une année sur l'autre (+0,05 point pour TF1 ; + 0,02 point pour France 3 ; +0,03 point pour M6).



Source : NPA Conseil, sur données Médiamétrie (Audience 4 écrans)