

Analyse des audiences des magazines TV sportifs

A partir de la mi-août, l'ensemble des magazines sportifs quotidiens et hebdomadaires diffusés en clair ont fait progressivement leur rentrée. SPORT INDEX s'est penché sur les audiences de rentrée de ces 11 programmes, ainsi que sur la composition du public des émissions de sport lors de la saison 2018/2019.

Audience mitigée pour la rentrée des différentes émissions sportives



Magazines multisports (*Tout le Sport*, *Stade 2*, *L'Equipe du Soir*, *L'Equipe d'Estelle*), de Rugby (*Canal Rugby Club*), d'automobile (*Auto Moto*, *Direct Auto*, *Turbo*) et de Foot (*Canal Football Club*, *Téléfoot*, *100% Foot*), tous ont fait leur rentrée début septembre. Si certains d'entre eux entament la saison 2019-2020 avec de meilleures performances que l'exercice précédent, d'autres ont commencé sur des bases plus fragiles.

Panorama des différents magazines sportifs étudiés par Sport INDEX



Concernant les magazines automobiles, les trois programmes traités ont tous connu une baisse de leur audience lors de cette rentrée : *Automoto* (531.000 téléspectateurs, 11% de part d'audience), diffusé le dimanche matin sur TF1, a perdu en moyenne 300.000 téléspectateurs sur ses six premières émissions par rapport à la moyenne de la saison passée. Le constat est le même pour *Turbo* (484.000 tisp ; 6,9% PdA), diffusé sur M6 une heure après *Automoto* (-180.000 téléspectateurs et 1,5 points d'audiences). Enfin, *Direct Auto*, retransmis sur C8 le samedi matin, a perdu 30% de son audience, pour passer de 121.000 téléspectateurs l'an passé à 83.000 pour ses émissions de rentrée.

De son côté, l'émission présentée par Hervé Mathoux, le *Canal Football Club*, diffusé sur la chaîne éponyme le dimanche soir, est également en baisse, puis qu'elle a perdu 150.000 téléspectateurs (avec notamment une très faible audience ce dimanche 08 septembre - 793.000 tisp), tout comme sa petite sœur, le *Canal Rugby Club* (-7%). Quant à *Téléfoot*, l'émission de foot la plus ancienne du PAF, son audience reste stable et culmine depuis la rentrée à 836.000 téléspectateurs pour 14% de PdA.

Au final, les émissions de France Télévisions et celles de La Chaîne l'Equipe sont les seules à être à la hausse par rapport à la saison dernière. *Tout Le Sport* (France 3) et *Stade 2* (diffusé depuis la rentrée sur France 3) ont respectivement gagné 130.000 et 600.000 téléspectateurs, tout comme les deux émissions *L'Equipe D'Estelle* et *L'Equipe du Soir* (272.000 et 214.000 tisp).



Source : NPA Conseil sur donnée Médiamétrie

**Audiences des deux émissions du soir de L'Equipe du Soir et des deux diffusions consécutives hebdomadaires de Direct Auto*

Des structures de public très diverses

SPORT INDEX s'est intéressé à la composition du public de ces magazines sportifs lors de leur diffusion sur l'ensemble de la saison 2018-2019. Si leur moyenne d'âge est au global de 50,1 ans, le delta est de 15 ans entre *Direct Auto* (45,7 ans) et *Tout le Sport* (60,7 ans).

Sur les quatre programmes présentant la moyenne d'âge la plus basse, trois d'entre eux sont des magazines sportifs automobiles : *Direct Auto* (45,7 ans), *Automoto* (46,1 ans) et *Turbo* (48 ans). Comme sur l'ensemble de ces programmes, France Télévisions attire pour *Tout Le Sport* et *Stade 2* un public sensiblement plus âgé. Les émissions en clair de Canal +, le *Canal Rugby Club* et le *Canal Football Club*, qui sont diffusées consécutivement le dimanche soir, présentent un écart assez significatif, puisque les amateurs de rugby ont en moyenne 53,5 ans, contre 46,6 ans pour ceux du foot.

Si l'on s'intéresse aux tranches d'âges, toutes les émissions sont dominées par les 35-49 ans, hormis celles de France Télévisions, où la tranche d'âge la plus représentée est celle des 50-59 ans.

S'agissant de la structure du public en fonction du sexe, les femmes représentent au minimum 1/3 du public dans 3 émissions sur les 11 étudiées : *100% Foot* (39%), *Stade 2* (41%), *Tout le Sport* (50%) est le seul à atteindre la parité. *A contrario*, les programmes avec la part de femme la plus basse sont *Direct Auto* (23%), *L'Equipe du Soir* (22%) et *L'Equipe d'Estelle* (21%).

