

ÉTUDE IFOP-WEEZEVENT POUR SPORSORA : DES SIGNES POSITIFS VERS UN RETOUR DES FRANÇAIS À LA PRATIQUE SPORTIVE ET AUX SPECTACLES SPORTIFS

Pour contribuer à la reprise du secteur du sport et de l'événementiel et envoyer des signaux positifs, SPORSORA, l'Organisation référente pour penser et influencer le développement de l'économie du sport révèle les chiffres clés d'un baromètre IFOP-Weezevent sur la reprise des activités liées au sport des Français, post-confinement.

Ces résultats illustrent à la fois la volonté des sondés de s'adonner de nouveau à la pratique du sport mais aussi leur réel manque à participer à des spectacles sportifs et leur appel à ce que les marques maintiennent leurs investissements, essentiels au soutien du secteur.

Zoom sur ces voyants positifs et sur les actions incitatives à privilégier.

Magali Tézenas du Montcel, Déléguée générale de SPORSORA souligne : « *Le sport, tant pratiqué que regardé, manque dans de très fortes proportions aux français (respectivement 93% et 76%). On note dans cette étude une envie certaine, sans crainte de retrouver le chemin des lieux de pratiques et des tribunes. Les français témoignent ainsi de leur attachement aux émotions, à la passion, au lien social et au bien être que le sport est capable de leur apporter. SPORSORA et les acteurs du secteur appelons de tous nos vœux à une reprise des activités sportives maîtrisées tant pour répondre à des enjeux économiques que sociétaux ainsi qu'au maintien des investissements des partenaires que 90% des spectateurs considèrent comme essentiels au soutien de ce secteur.* »

1 Les chiffres clés de la **PRATIQUE SPORTIVE** post-confinement

La pratique du sport a été un des rares motifs de sortie autorisé pendant le confinement et de nombreux français ont ainsi profité de cette situation pour s'initier à une activité physique et sportive (52% ont eu recours à un service numérique).

Aujourd'hui, **93 % se déclarent toujours « en manque »** et **seulement 6 % sont très inquiets** à l'idée de reprendre une activité sportive.

Il y a là plusieurs enjeux :

- économique pour le secteur du sport ; le mouvement sportif dans son ensemble doit désormais se montrer attractif afin de convertir ces nouveaux pratiquants qui ont goûté à la pratique en autonomie et fidéliser dans ses clubs ses clients/ membres/ licenciés.
- mais aussi de santé publique ; car la pratique sportive contribue largement à un meilleur état de santé de nos concitoyens et les rend ainsi mieux armés face aux aléas sanitaires.

Les Français sont prêts pour un retour rapide à la pratique sportive encadrée

MANQUE : 93% des sportifs amateurs ressentent un manque vis-à-vis de la pratique (vs 88% lors du 1er baromètre du 2 juin)

INQUIÉTUDE : seulement **6%** se déclarent très inquiets à l'idée de reprendre une activité de sport amateur & loisir (vs 7% lors du 1^{er} baromètre)

RETOUR : 74% pratiqueront à nouveau une activité dans un délai de quelques semaines après l'ouverture légale (vs 71% lors du 1er baromètre)

Les actions incitatives à privilégier pour la **PRATIQUE SPORTIVE**

STAFF & HYGIÈNE : 68% des sportifs amateurs considèrent qu'un personnel équipé de matériel sanitaire et formé aux notions d'hygiène incite à la reprise de l'activité

DISTANCIATION : 75% des sportifs amateurs jugent la distanciation physique comme une mesure incitative

GEL HYDRO-ALCOOLIQUE : 64% des sportifs amateurs estiment que la présence de gel hydro-alcoolique en quantité est une mesure incitative

2 Les chiffres clés du **SPORT SPECTACLE** post-confinement

Si certaines compétitions sportives occupent de nouveau le paysage médiatique et peuvent en partie satisfaire l'attente de certains fans, plus de 3/4 des français expriment toujours un réel manque. L'inquiétude à se rendre sur les lieux des événements est en baisse, et seulement 16% sont très inquiets.

Alors que la France s'apprête à accueillir de nombreux grands événements sportifs internationaux ces prochaines années (entre autres France 2023 et Paris 2024), il est essentiel de favoriser la reprise d'événements sportifs avec un double enjeu : économique mais aussi social tant le spectacle sportif procure des émotions, crée du lien social et partage les passions.

Pour 90% d'entre eux, les spectateurs ont par ailleurs bien compris que **le maintien des investissements des partenaires privés est essentiel au soutien de ce secteur.**

MANQUE : 76% des spectateurs d'événements sportifs ressentent un manque vis-à-vis de cette activité (en baisse de 7 points due à la reprise de certaines compétitions européennes)

INQUIÉTUDE : seulement **16%** des spectateurs d'événements sportifs se disent très inquiets à l'idée d'y participer à nouveau (vs 25% lors du 1^{er} baromètre)

BUDGET : 84% des spectateurs d'événements sportifs souhaitent maintenir ou augmenter leur budget alloué au divertissement (vs 82% lors du 1er baromètre)

SPONSORING : 90% des spectateurs estiment que les sponsors doivent poursuivre leur soutien au même niveau ou de manière plus importante

Les actions incitatives à privilégier pour le **SPORT SPECTACLE**

DISTANCIATION : 73% des spectateurs d'événements sportifs considèrent la distanciation physique comme une mesure incitative

PORT DU MASQUE : 64% des spectateurs d'événements sportifs considèrent le port du masque obligatoire pour le public comme une mesure incitative

GESTION FIL D'ATTENTE : 70% des spectateurs considèrent la gestion améliorée des files d'attente comme une mesure incitative

Retrouvez l'étude complète en cliquant [ICI](#)

MÉTHODOLOGIE ET CONTEXTE D'ÉTUDE

Sondage réalisé du 24 au 26 juin 2020 sur 1014 individus représentatifs. Enquête réalisée par Ifop et Weezevent, après la réouverture des cinémas, salles de spectacles et l'autorisation de pratiquer un sport collectif, avant la réouverture des stades et hippodromes dans la limite de 5 000 personnes.

À PROPOS DE SPORSORA

SPORSORA est l'Organisation référente pour penser et influencer le développement de l'économie du sport grâce à une convergence d'expertises, l'influence d'un collectif et un réseau engagé. Créée en 1994, SPORSORA regroupe plus de 220 membres (annonceurs, agences, détenteurs de droits, médias, instituts d'études et de formations...) et fédère un réseau de plus de 1 200 professionnels qui se rencontrent lors des nombreux événements organisés, échangent lors des workshops, des collèges et commissions, bénéficient de services et agissent dans l'intérêt général.