



O desporto lidera

Destaques do “Yearly Sport Key Facts 2010/2011”

“O desporto continua a ser um formidável gerador de audiência” sublinha **Jacques Braun**, Vice Presidente da Eurodata TV Worldwide no lançamento do **Yearly Sport Key Facts** – edição de 2011. “2011 foi um ano de oportunidades para eventos locais e pan-regionais: a Super Bowl, que venceu o primeiro prémio Internacional de Audiências de TV de desporto no Sportel Mónaco, é o exemplo perfeito”.

Esta temporada de 2010/11 assistiu a uma feminização, tanto dos eventos, como das audiências. O **Mundial Feminino da FIFA** foi um dos maiores vencedores do período em análise. Na Alemanha, o país anfitrião, mais de 17 milhões de fãs seguiram, na ZDF, a sua equipa na meia-final contra o Japão, alcançando um share de 59.2%, a maior quota de audiência deste ano. Na Nova Zelândia, a partida de abertura do **Mundial de Rugby** entre Tonga e os All Blacks, alcançou uma audiência de 1 milhão de espectadores na TV One, 56% dos quais mulheres. Por último, mas não em último, mais de 35 milhões de espectadores seguiram a vitória de **Li Na**'s na final feminina de **Roland Garros** no canal de desporto Chinês (CCTV-5).

Entre outros eventos vencedores estiveram os **Campeonatos Mundiais de Natação da FINA**, em Shangai, que registaram uma boa performance no Japão, com uma audiência máxima de 3.1 milhões de espectadores (21.1% de share) na TV Asahi.

Os **Campeonatos do Mundo de Atletismo da IAAF, em Daegu**, também tiraram partido da sua localização na Coreia do Sul para alcançar grandes audiências na Ásia, mas também pelo resto do mundo. Em França, a maior audiência do evento foi alcançada com a estafeta de 4x100m, em que a equipa francesa liderada por **Christophe Lemaitre** ganhou a medalha de prata, com 3.8 milhões de espectadores e um share de 24.4% na France 2.

O Yearly Sport Key Facts mostra que, caso a indústria do desporto tivesse alguma dúvida acerca da sua capacidade de gerar valor acrescentado, elas seriam dissipadas: mais de 70% dos canais FTA estudados alcançaram um maior share com programas de desporto em comparação com a sua performance média de todos os géneros combinados.

No Norte da Bélgica, a EEN, com 6% do seu tempo de emissão dedicado a programação desportiva, registou um share médio de 46.4%, versus uma média de share global de 31.3% ao longo do período. Outro exemplo ainda mais impressionante é o do canal Canadano CBC, que passa de 5% de share, de toda a sua programação entre Setembro de 2010 e 2011, para 29.9% quando emite desporto.

Os canais generalistas decidiram por vezes partilhar os seus direitos com canais cabo ou TDT mais pequenos de modo a ajudá-los a alcançar audiências mais vastas e conquistar novos potenciais espectadores. Foi o caso francês do grupo M6, que tomou a decisão estratégica de emitir a Liga Europa no seu canal TDT, W9. Em Espanha, o grupo TVE decidiu emitir eventos famosos como o **Tour de France** e o torneio de **Roland Garros**, que costumava emitir nos canais La1 ou La2, no seu canal temático, Teledeporte. Os resultados foram eficazes, uma vez que o share do canal foi quase 3 vezes mais alto em 2010 do que havia sido dois anos antes.

O relatório também fornece informação acerca da competição entre eventos locais e globais. Por um lado, estão os eventos globais como a Liga dos Campeões ou os torneios de ténis do **Grand Slam** que ainda dominam os rankings. Já os eventos locais continuam a atrair multidões nos seus países de origem. Na Austrália, entre Setembro de 2010 e Agosto de 2011, o Futebol Australiano representou 23% da oferta desportiva da TV, e os espectadores dedicaram-lhe 29% do seu tempo diário a assistir a emissões de desporto. De modo idêntico, o **Vasaloppet** na Suécia e a **Hakone Relay Marathon** no Japão mostram que os eventos locais ainda têm algo a dizer na luta por sucessos.

Uma nova tendência que se tem vindo a evidenciar neste ano, sem mega eventos, em particular na Ásia, é a atracção por eventos pan-regionais. A **Asian Cup** e a **AFF Suzuki Cup** quebraram recordes de audiência, com a final da **AFF Suzuki Cup** entre a Indonésia e a Malásia a alcançar a maior audiência do período, em ambos os países, com 12.9 milhões de espectadores na Indonésia e um excelente share de 70% na RCTI. De facto, 8 das 10 transmissões de desporto mais vistas entre Setembro de 2010 e Agosto de 2011 na Indonésia, eram parte da Suzuki Cup.

Actualização de última hora ...

Depois de todos estes excitantes factos-chave do Desporto 2010/2011, a nova época de desporto acabou de começar da melhor forma possível com o **Mundial de Rugby** quebrando novos recordes na Europa e no Pacífico. Em França, a final contra a Nova Zelândia alcançou a maior audiência de 2011 até à data em todos os alvos, com 15.4 milhões de espectadores e um share de 82.3% na TF1 (audiência de véspera). *"O Mundial de Rugby disputado na Nova Zelândia registou a maior audiência em França com 15.4 milhões de fãs franceses a assistir à final este Domingo, na TF1, pelas 10 horas, apesar da diferença horária e a previsível vitória dos All Blacks"*, disse **Louis Mauran**, Responsável pelos Serviços de Desporto na Eurodata TV Worldwide.

O desporto tem também a possibilidade de reforçar o seu impacto através da internet, ao oferecer aos fãs do desporto um maior leque de possibilidades. A televisão, contudo, continua a estar no centro de todos os debates. Dado que a TV ligada à rede, as redes sociais e a internet irão ajudar a aumentar as audiências de desporto Este facto deve assegurar recordes de audiência, em 2012, ao **Europeu de Futebol** e, acima de tudo, aos **Jogos Olímpicos de Londres**.

Por último, e segundo **Phil Savage**, editor na Sportbusiness International: *"A programação desportiva tem todos os elementos de escapismo clássico: celebridades, drama, conflitos, combate e lealdades tribais e os espectadores ligam-se ao desporto como nunca antes"*.

O **"Yearly Sport Key Facts"** é o novíssimo relatório publicado pela Eurodata TV Worldwide, cobrindo Setembro de 2010 a Agosto de 2011. Comenta os sucessos de competições internacionais como a UEFA Champions League, IAAF Athletics World Championships mas também as maiores competições nacionais. Com gráficos e mapas das competições, foi desenhado para investigar uma variedade de assuntos desportivos: que competições são as mais seguidas? Que desportos os espectadores preferem ver comparando com o resto da oferta televisiva? Todas estas questões são respondidas no **Yearly Sport Key Facts**.

Fonte: Eurodata TV Worldwide / AGF - GfK Fernsehforschung / BBM Canada / CIM / CSM Media Research / Kantar Media / Médiamétrie / Nielsen TV Audience Measurement / Video Research Ltd / Yearly Sport Key Facts – Principais Parceiros – Todos os direitos reservados

Acerca Eurodata TV Worldwide

Criada pela Médiamétrie, a Eurodata TV Worldwide distribui informação de audiência e programas, baseada em parcerias com empresas especializadas na medição de audiências de televisão espalhadas pelo mundo. Actualmente, a base de dados da Eurodata TV Worldwide possui mais de 2000 canais de 80 países e contém informação exhaustiva e detalhada de programas como: descrição, produtora, distribuidor internacional e níveis de audiência segmentados por alvo. Todos os dados têm origem directa nos institutos autorizados baseados em cada país. Estes dados fornecem uma gama de serviços que ajudam no processo de decisão dos profissionais do meio audio-visual como produtores, distribuidores, canais de televisão, patrocinadores, etc

Acerca Médiamétrie

A Médiamétrie é uma empresa inter-profissional francesa que mede as audiências dos meios audio-visual e interactivo. A Médiamétrie tem como objectivo assegurar a medição da audiência e o desempenho dos meios audio-visual e interactivo, e ainda de ter o maior nível de qualidade ao ser a única referência profissional para todos os intervenientes no mercado com o consenso geral.

A Médiamétrie foi criada em 1985, e desenvolve as suas actividades em Televisão, Rádio, Cinema, Internet e “New Media” em França e no exterior.

Contactos para Imprensa:

Laure Osmanian Molinero -Tel. : + 33 01 47 58 97 55

E-mail : losmanian@mediametrie.fr

Nelly Dubner -Tel. : +33 01 47 58 97 26

E-mail : ndubner@mediametrie.fr

Informação Comercial :

Louis Mauran -Tel.: + 33 01 47 58 36 56

E-mail: lmauran@eurodatatv.com

www.eurodatatv.com

François Gendrot -Tel.: + 33 01 47 58 94 33

E-mail: fgendrot@eurodatatv.com

www.eurodatatv.com