

Foot : Les supporters de Ligue 1 favorables au pass sanitaire pour retourner dans les stades mais perplexes face à l'arrivée d'Amazon comme diffuseur majeur du foot français (étude Gece et Episto)

Alors que l'EURO 2020 vient de s'achever, avec une finale qui s'est déroulée devant 60 000 spectateurs malgré la pandémie ([source](#)) et que débute la nouvelle saison de Ligue 1 en France, de nombreuses questions se posent concernant le rôle que les supporters des clubs de Ligue 1 vont tenir dans le monde post-covid.

- Ces maillons essentiels de la planète foot vont-ils continuer à fréquenter les stades ?
- Ont-ils regardé plus de matchs à la TV ou sur Internet pendant le Covid ?
- Comptent-ils regarder la Ligue 1 à la saison prochaine ?
- Quel regard portent-ils sur l'arrivée d'Amazon comme diffuseur principal des matchs de la Ligue 1 ?

L'[Institut de sondage Gece](#), en partenariat avec la startup [Episto](#), a réalisé une large étude pour apporter des réponses précises à ces questions.

Au total, ce sont 2566 supporters de Ligue 1 qui ont été recrutés et interrogés du 22 au 27 juin via des posts sponsorisés via les réseaux sociaux. Un focus a été réalisé sur 5 clubs : PSG, Lyon, Lille, Marseille et Rennes.

Et il y a des surprises ! Car si les supporters rêvent de revenir dans les stades, ils ne sont pas prêts à le faire dans n'importe quelles conditions.

Olivier Allouard, le Directeur de l'institut Gece, souligne :

Alors qu'on a beaucoup parlé de la mouvance "antivax", les supporters font entendre une autre voix : ils sont près de 6 sur 10 (57%) à réclamer l'obligation du vaccin ou du pass sanitaire.

Juillet
2021

episto gece

LE SUPPORTER DE CLUBS DE LIGUE 1 POST-COVID :

pratique du foot, retour au stade et opinion sur l'arrivée
d'Amazon



L'impact de la crise sanitaire

Sur le retour au stade

90% des supporters comptent retourner au stade (53% autant qu'avant la crise sanitaire et même 37% plus qu'avant).



Parmi ceux qui étaient abonnés les deux dernières années, **les 3/4 des supporters ont même prévu de renouveler leur abonnement** pour assister à la saison 2021-2022. À condition que les conditions sanitaires soient réunies, à savoir une **obligation vaccinale ou un pass sanitaire**. Cette mesure est réclamée par 57% des répondants et 65% des plus de 55 ans, loin devant les gestes barrières (gel hydroalcoolique, port du masque).

Sur les matchs à la TV/ sur internet

La soirée foot-pizza avec des amis a encore de beaux jours devant elle : 98% des supporters regardent les retransmissions de matchs, essentiellement via un abonnement à une chaîne de télévision (80%). A noter tout de même, 32% des supporters regardent exclusivement ou en partie les matchs de manière illégale via le Streaming.

Parmi eux, 44% ont regardé davantage les matchs à la TV/ sur Internet pendant la crise sanitaire et **23% vont continuer à le faire encore plus la saison prochaine.**

L'arrivée controversée d'Amazon

43% des répondants déclarent ne pas avoir confiance en Amazon en tant que diffuseur de la Ligue 1.

Seulement 38% des supporters prévoient de s'abonner à Amazon Prime pour regarder la ligue 1 et il s'agit plutôt d'un choix contraint : sur l'ensemble des supporters interrogés, **61% préféreraient regarder la Ligue 1 sur Canal +**, une chaîne considérée comme experte en matière de football.

« J'adore leurs commentaires et leur façon de gérer les matchs, avec le canal Football club le dimanche »

« Chaîne française, experte, une vraie maison de sport, Amazon est le contraire des valeurs de ce sport »

Ils sont aussi près d'1 sur 2 à regretter qu'Amazon rejoigne le pool des diffuseurs de la Ligue 1, car cela implique de payer un abonnement supplémentaire pour suivre les matchs.

« Un intérêt purement économique, une expérience avec Roland Garros que je n'ai pas aimé du tout en obligeant les personnes à payer un abonnement pour un événement qui avait toujours été gratuit et dictant leurs horaires etc »

« Parce que cela fait un nouvel abonnement, donc encore plus d'argent à sortir... aucun savoir-faire, cela risque d'être un nouveau cas comme Médiapro ou encore RMC... bref, Canal ou Bein cela aurait été une bien meilleure idée... »

« Nécessite un abonnement supplémentaire, ne possède pas de chaîne télé »

Amazon reste toutefois plus populaire auprès des jeunes, plus habitués à regarder le football en streaming, qui plébiscitent un tarif d'abonnement plus accessible et le large choix offert par la plateforme (films, séries, jeux...).

Des supporters majoritairement masculins

Plus de 8 supporters de Ligue 1 sur 10 sont des hommes.

En revanche, leurs profils sociodémographiques sont très variés, ce qui montre que le foot reste un réel support de mixité sociale et générationnelle : **tous les âges et toutes les catégories sociales sont représentés.**

De plus, contrairement aux idées reçues, ils ne se contentent pas de regarder les matchs des pros ! **Près de 7 sur 10 ont déjà joué au football en club.**

Ils sont aussi très **fidèles à leur club** : ils n'en soutiennent qu'un seul et ce depuis longtemps ; ils se rendent aussi souvent au stade (8 fois par an en moyenne) avec leurs amis pour voir leurs équipes favorites et ne ratent quasiment aucune retransmission de match.

À propos des fondateurs de Gece et d'Episto

Gece et Episto sont deux sociétés à taille humaine, composées d'équipes jeunes et dynamiques.

Gece



Olivier ALLOUARD, fondateur et actuel Directeur, a créé l'Institut de sondages Gece à Rennes en 2006, il y a plus de 15 ans. Avec une ambition : apporter des outils stratégiques d'aide à la décision et à l'information.

Sa marque de fabrique ? Rester volontairement une entreprise à taille humaine, basée en province, afin d'apporter un accompagnement réellement personnalisé à ses clients.

Gece accompagne ainsi les collectivités, entreprises et associations pour élaborer et analyser des enquêtes et des sondages auprès des habitants, des citoyens, des professionnels et des publics (notoriété, satisfaction, tests de communication, impact économique...).

Il mobilise ainsi son expertise en études quantitatives (questionnaire) et qualitatives (entretien, focus-group...), dans tous les secteurs d'activité et notamment dans les loisirs (culture, sport, tourisme...) pour obtenir des résultats fiables et concrets facilitant la prise de décisions stratégiques.

Episto



Jérémie Lefebvre (CEO) a co-fondé Episto avec un objectif : aider ses clients (instituts d'études, cabinets de conseil, et grandes marques et institutions publiques) à interroger les cibles qui les intéressent (y compris les cibles rares), partout dans le monde, en quelques jours seulement.

Episto est une solution technologique d'enquêtes, reposant sur les réseaux sociaux.

- identification, avec les clients, de la cible visée (y compris les cibles rares) et des quotas ;
- mise en place d'une stratégie optimale pour l'atteindre via les réseaux sociaux (Facebook, Instagram et Snapchat) et l'interroger de manière automatisée ;
- accompagnement des clients dans la création d'un questionnaire conversationnel engageant ;
- monitoring en temps réel sur l'avancement de l'enquête.

Pour en savoir plus

Découvrir la méthodologie utilisée : <https://www.relations-publiques.pro/wp-content/uploads/pros/20210713144441-p4-document-jbgb.pdf>

Gece



Dossier de presse : <https://www.relations-publiques.pro/wp-content/uploads/pros/20210713144441-p3-document-gbuz.pdf>

Site web : <https://www.gece.fr>

Facebook : <https://fr-fr.facebook.com/Cabinetgece/>

LinkedIn : <https://fr.linkedin.com/company/gece>

Episto



Site web : <https://www.episto.fr/>

Facebook : <https://www.facebook.com/Episto.fr/>

Linkedin: <https://fr.linkedin.com/company/episto>

Contact presse

Olivier Allouard

Email : olivier.allouard@gece.fr

Téléphone : 06 74 30 79 71