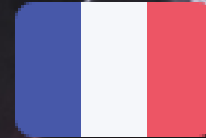


L'EURO DE FOOT 2021

**Quel intérêt et quelle perception de la part
des Français vis-à-vis de la compétition**



Contact Ipsos :
Damien Barnier
damien.barnier@ipsos.com

GAME CHANGERS



NOTE MÉTHODOLOGIQUE



Étude réalisée sur la période suivante



Date de lancement: 2021-06-11

Date de fin : 2021-06-12

Sondage réalisée online via l'Omnibus digital Ipsos



1000 Français interrogés
Population représentative
des 16-75 ans en France

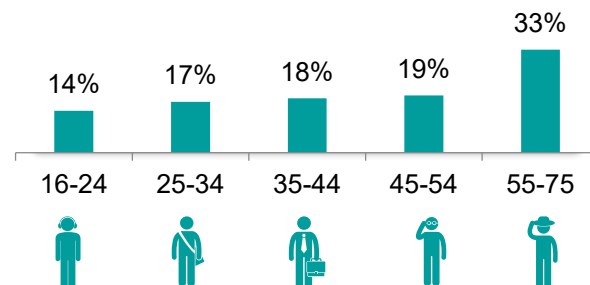


Terrains les 11 et 12 juin
Via l'i-omnibus, outil multi-
client d'Ipsos (Panel online)

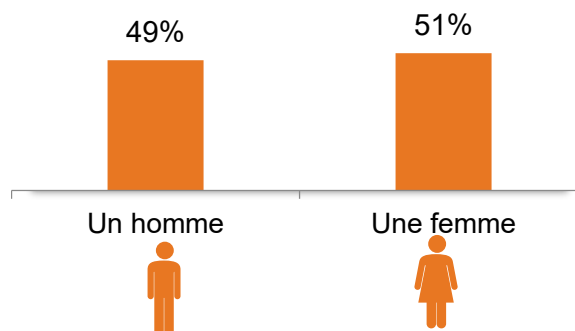


10 questions
Incluant la socio-démo

Tranches d'âge



Répartition homme-femme



3 grands thèmes abordés

- L'intérêt pour l'Euro de football de la part des Français
- Le pronostic sur les favoris pressentis pour cette compétition
- Les opinions vis-à-vis de l'Euro, notamment dans le cadre du contexte sanitaire

Des résultats exprimés sur base
Totale population, avec un focus sur
les fans de foot

EN SYNTHÈSE...

L'EURO DE FOOT VU PAR LES FRANÇAIS

Le lancement L'Euro profite d'un bel élan populaire !

1

L'EURO DE FOOT, DÉJÀ UN SUCCÈS ?

La majorité des Français (57%) envisage de suivre l'Euro 2021, a minima les matchs de l'Equipe de France. Cet intérêt pour l'Euro de foot est nettement plus marqué chez les « fans » de foot, 95% seront au rendez-vous pour cet Euro !

2

LES BLEUS, FAVORIS DE L'EURO

Le chauvinisme est de mise pour cet Euro : les deux tiers des Français (trois quarts des 'fans' de foot) placent l'équipe de France comme favorite de la compétition, loin devant les autres nations

3

L'AMBIANCE EST À LA FÊTE...

2 Français sur 3 (68%) jugent important le maintien de grandes compétitions sportives comme l'Euro, un avis amplifié chez les fans (84%). Et pour la majorité, le retour des supporters dans les stades générera la même ambiance que celle connue lors des Euros passés.

4

... RESTE LA CRAINTE DU COVID

Au sortir du confinement, les préoccupations demeurent dans l'opinion publique, pour plus des trois quarts des Français, la circulation des supporters d'un pays à l'autre pour assister aux matches de l'Euro de foot peut amener à une reprise de l'épidémie de COVID-19.

RÉSULTATS-CLÉS

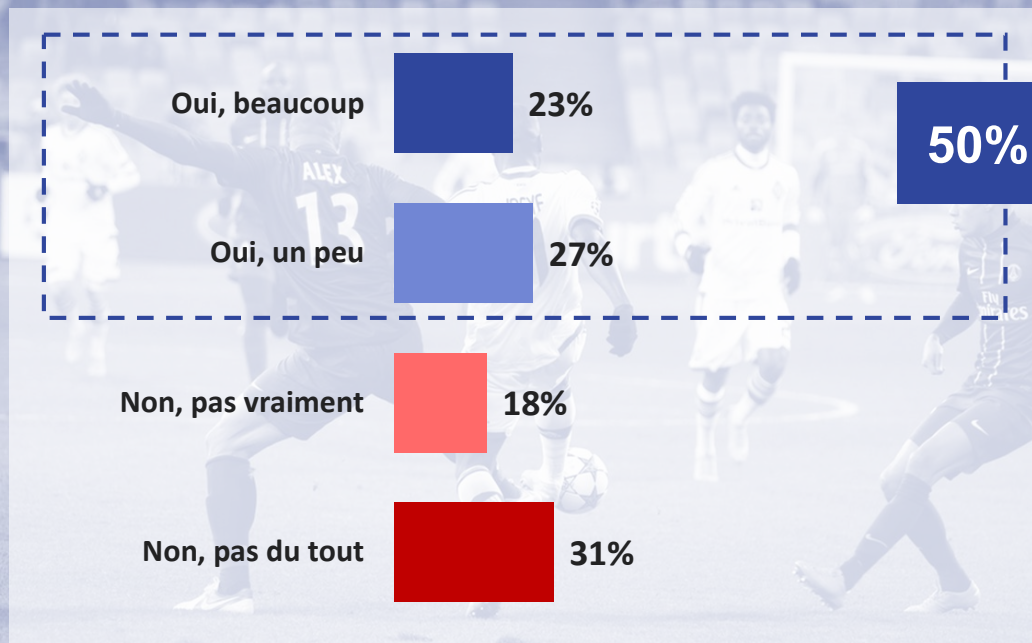
UN BEL ENGOUEMENT POUR L'EURO DE FOOTBALL

Intérêt pour le football

Est-ce que vous vous intéressez au football ?



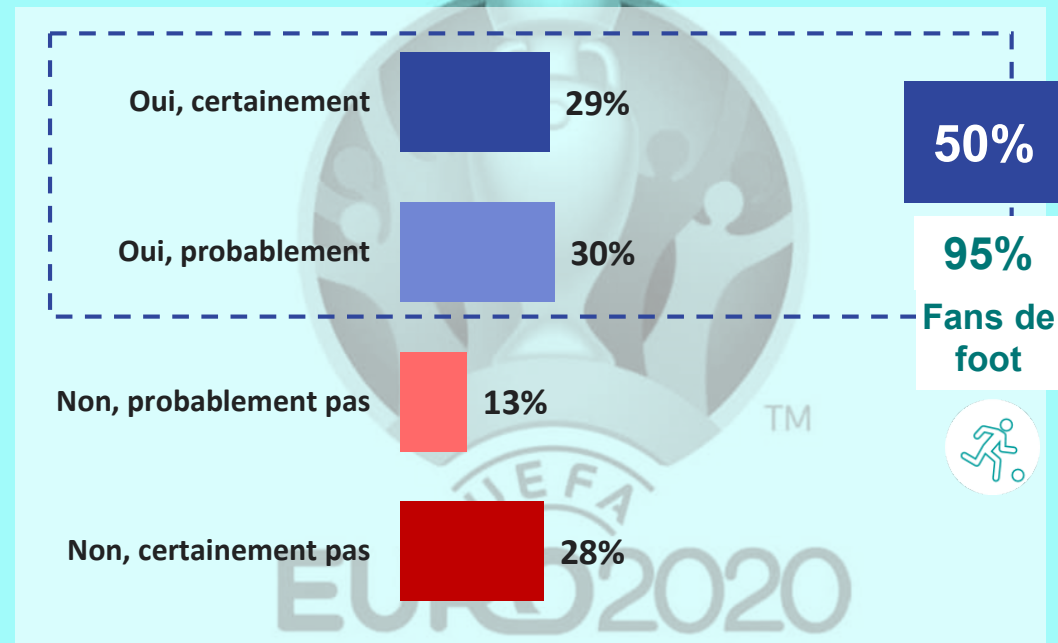
Base=1000 personnes (ensemble)



Intention de suivre les matchs de l'Euro 2020

L'Euro de football se déroule du 11 juin au 11 juillet 2021. Avez-vous l'intention de suivre les matchs, ne serait-ce que ceux de l'Equipe de France ?

Base=1000 personnes (ensemble)

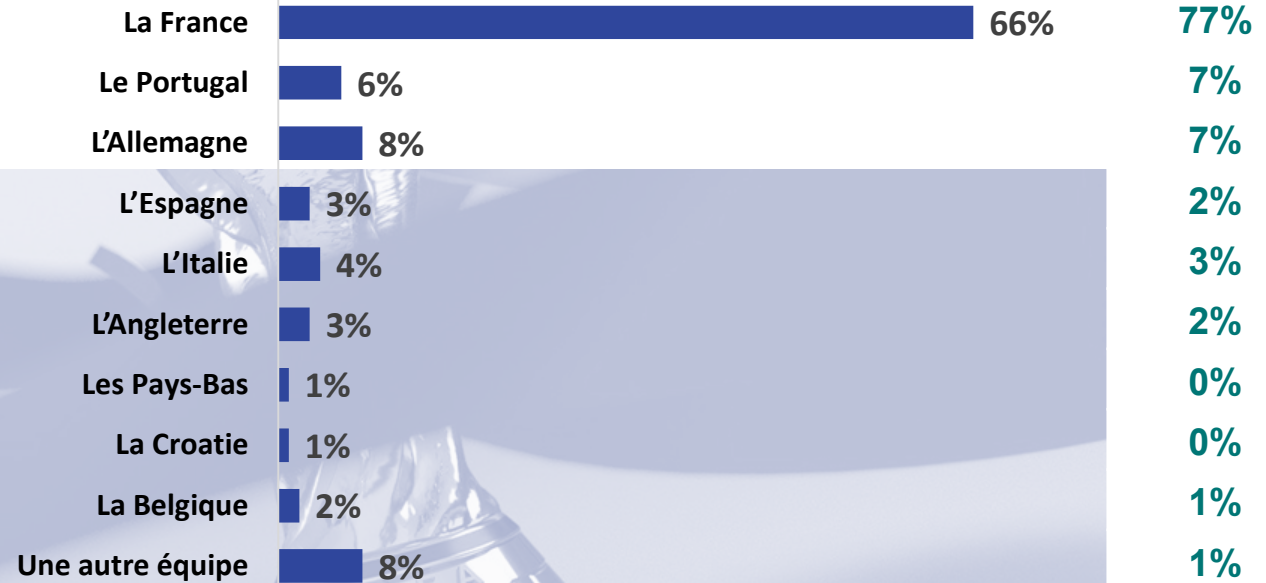
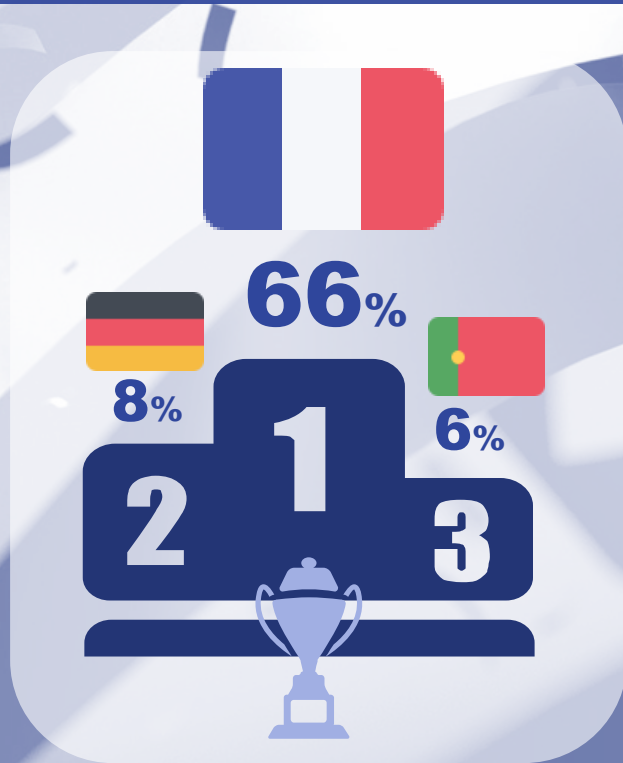


LA FRANCE PRESSENTIE POUR LA VICTOIRE FINALE

Pronostics vainqueur de l'Euro

Selon vous, quelle équipe est favorite pour gagner cet Euro de football 2021 ?

Base=1000 personnes (ensemble)



Fans de foot

77%
7%
7%
2%
3%
2%
0%
0%
1%
1%

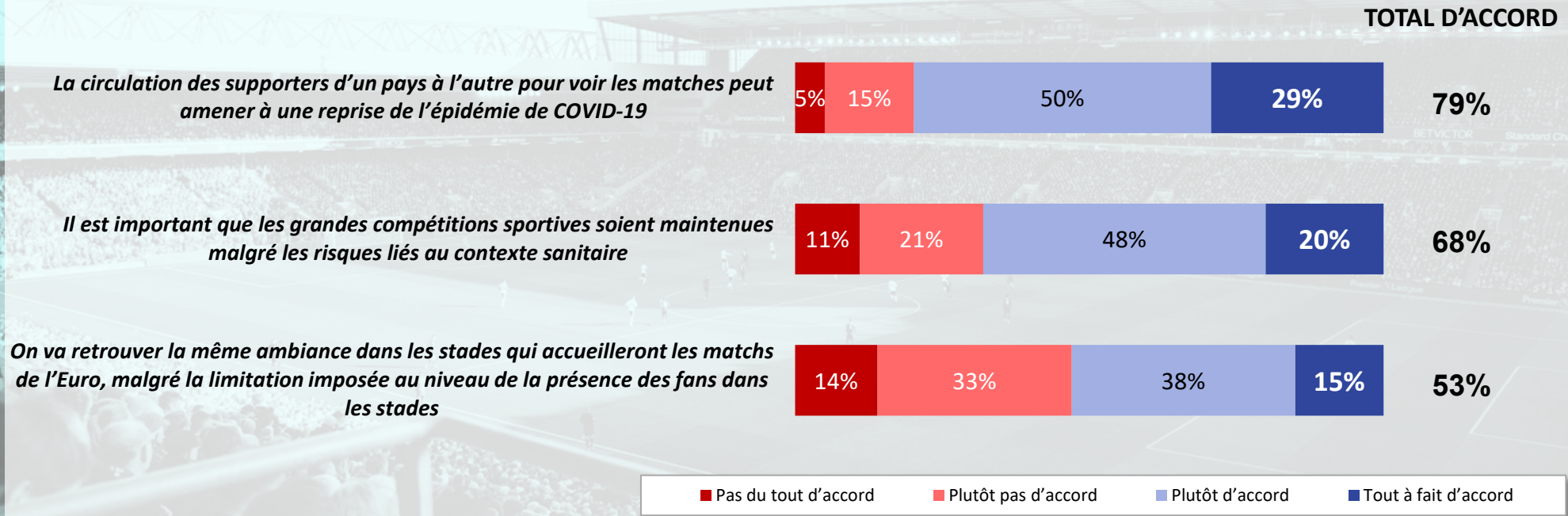


LA VISION DE L'EURO, ENTRE FÊTE POPULAIRE ET INCERTITUDE LIÉE À LA CRISE COVID...

Opinion

Êtes-vous d'accord avec les opinions suivantes :

Base=1000 personnes (ensemble)



EN CONCLUSION...

LA RECETTE GAGNANTE DE CET EURO



Les Bleus en favoris, l'ambiance festive, la crise sanitaire en fond...

1

L'EURO GÉNÈRE UN FORT INTÉRÊT, LES BLEUS Y SONT POUR BEAUCOUP

Même si les matches se déroulent en dehors de l'Hexagone, une majorité des Français a l'intention de suivre l'Euro de foot, ne serait-ce que les matches de l'Equipe de France. Et la joie serait totale si la France remporte cette compétition, c'est le pronostic des deux tiers des Français. Enfin, le fan de foot vit sa passion à 100% et place évidemment la France comme favori (dans 3 cas sur 4 !!)

2

L'EURO RÉAFFIRME SON RÔLE DE FÉDÉRATEUR DES PEUPLES

11 villes et un mois de compétition pour cet Euro 2021, cela promet une grande liesse populaire ! Les Français ne s'y trompent pas, les deux tiers insistant sur l'importance de la tenue de compétitions sportives comme l'Euro, en dépit du contexte sanitaire actuel. De même, on devrait retrouver l'ambiance dans les stades en dépit des limitations imposées au niveau de la présence des supporters dans les enceintes sportives.

3

LES BULLES SANITAIRES DOIVENT TENIR COÛTE QUE COÛTE

Ce sentiment largement partagé autour d'un événement festif se trouve nuancé quand on replace l'événement dans le cadre de la pandémie de COVID-19. Car du point de vue des Français, la circulation des supporters d'un pays à l'autre pour voir les matches de l'Euro de foot peut amener à une reprise de l'épidémie. Espérons que les équipes nationales sauront montrer l'exemple en la matière !

ABOUT IPSOS

Ipsos is the third largest market research company in the world, present in 90 markets and employing more than 16,000 people.

Our research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide true understanding and powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. Our 75 business solutions are based on primary data coming from our surveys, social media monitoring, and qualitative or observational techniques.

“Game Changers” – our tagline – summarizes our ambition to help our 5,000 clients to navigate more easily our deeply changing world.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg
IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

In our world of rapid change, the need for reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder.
Ultimately, success comes down to a simple truth:
You act better when you are sure.