

ENQUÊTE IPSOS SUR LA COUPE DU MONDE 2026

Édition Côte d'Ivoire

Juin 2026



Sommaire

01

Anticipation et
intention de
visionnage

02

Comportement de
visionnage

03

Les conséquences sur
le comportement au-
delà de l'écran



06

Sources
d'information et
implication

05

Pronostics de
match

04

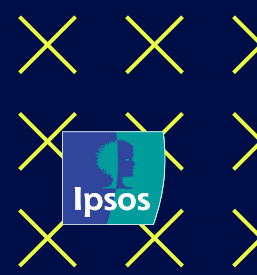
Attentes à l'égard
de l'équipe
nationale

07

Sponsoring de la
coupe du monde

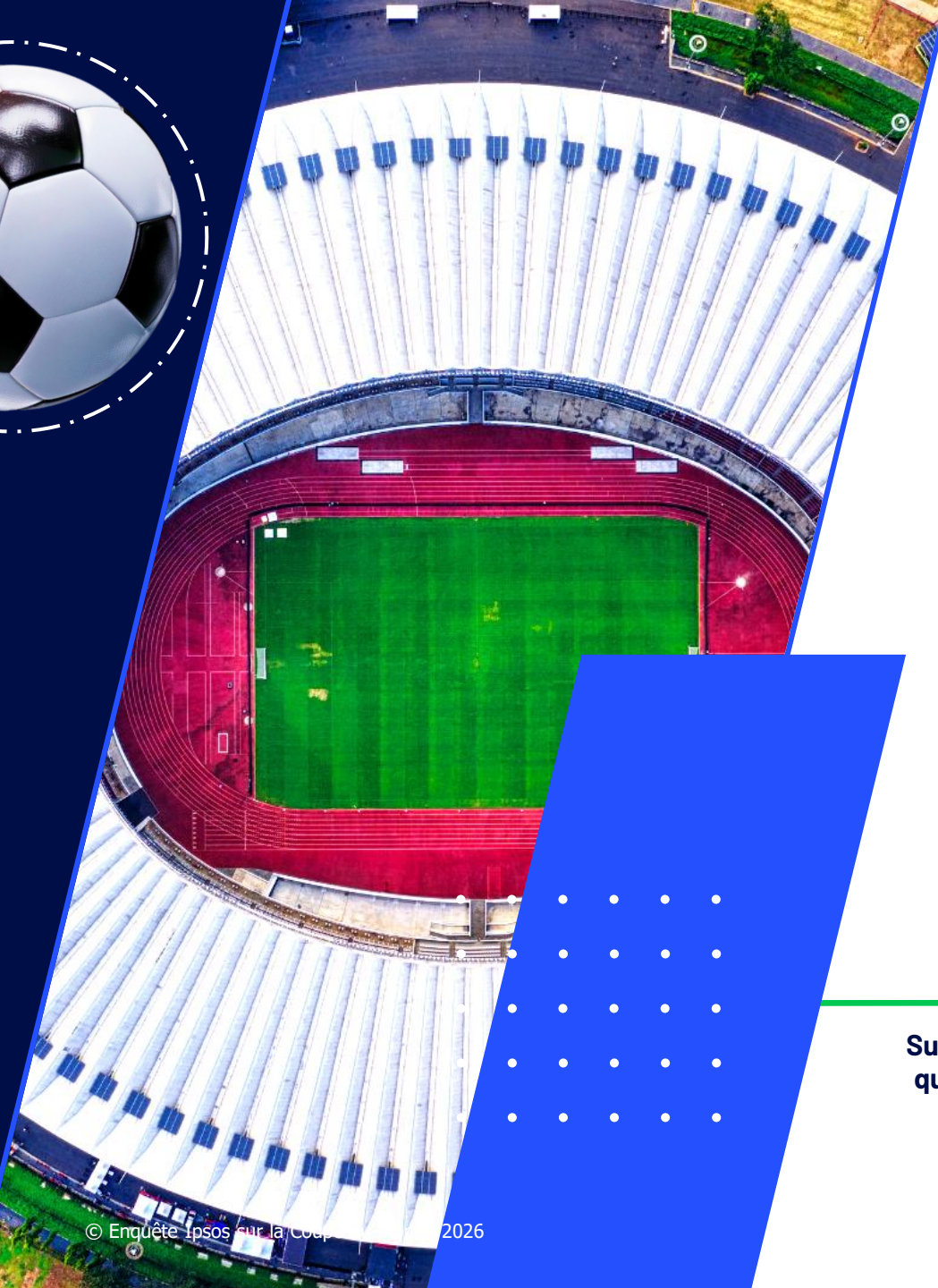
08

Les profils de la
coupe du monde



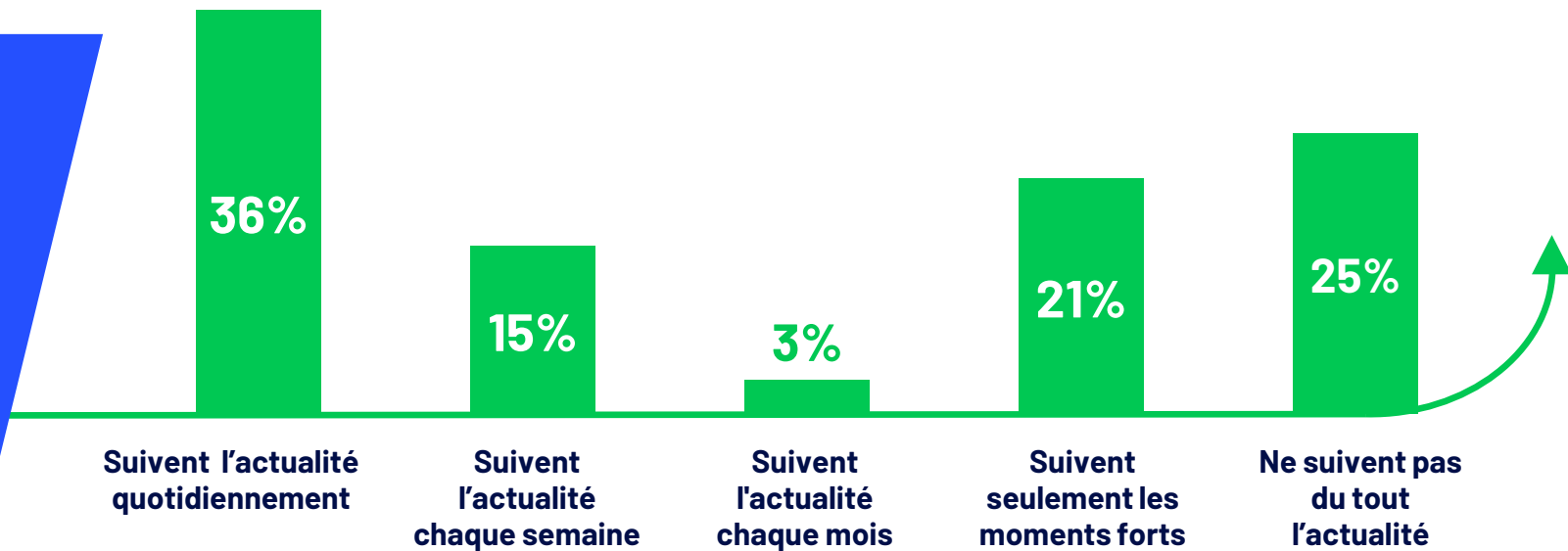


ANTICIPATION ET INTENTION DE VISIONNAGE



La moitié suit l'actualité de la Coupe du Monde au moins une fois par semaine, tandis qu'une personne sur cinq ne s'y intéresse pas du tout

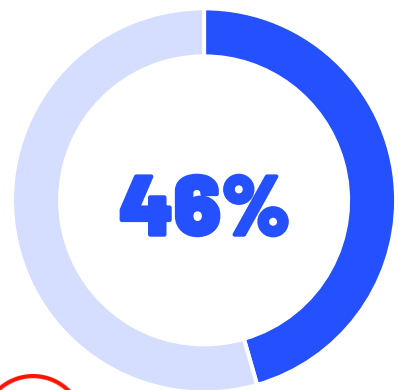
Fréquence de suivi des actualités de la Coupe du Monde jusqu'à présent



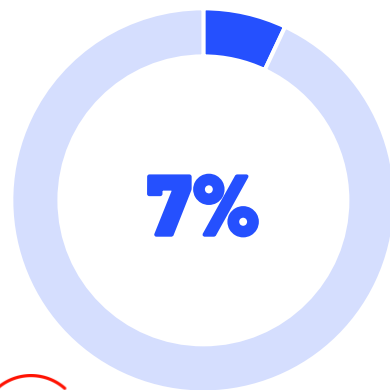


Plus de la moitié des répondants ont connaissance du format à 48 équipes et la majorité concernée exprime un sentiment extrêmement positif à l'égard de ce changement de formule

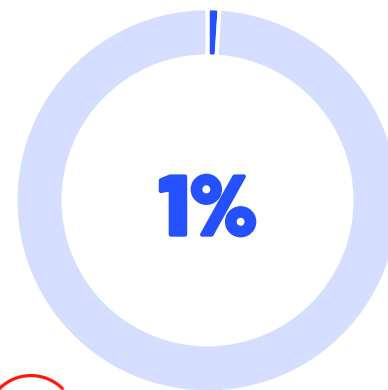
Conscience et sentiment envers le format à 48 équipes



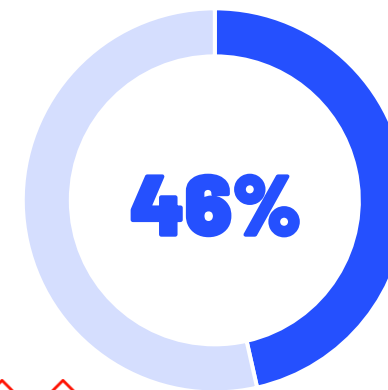
Sont conscients et enthousiastes à propos d'une plus grande inclusivité



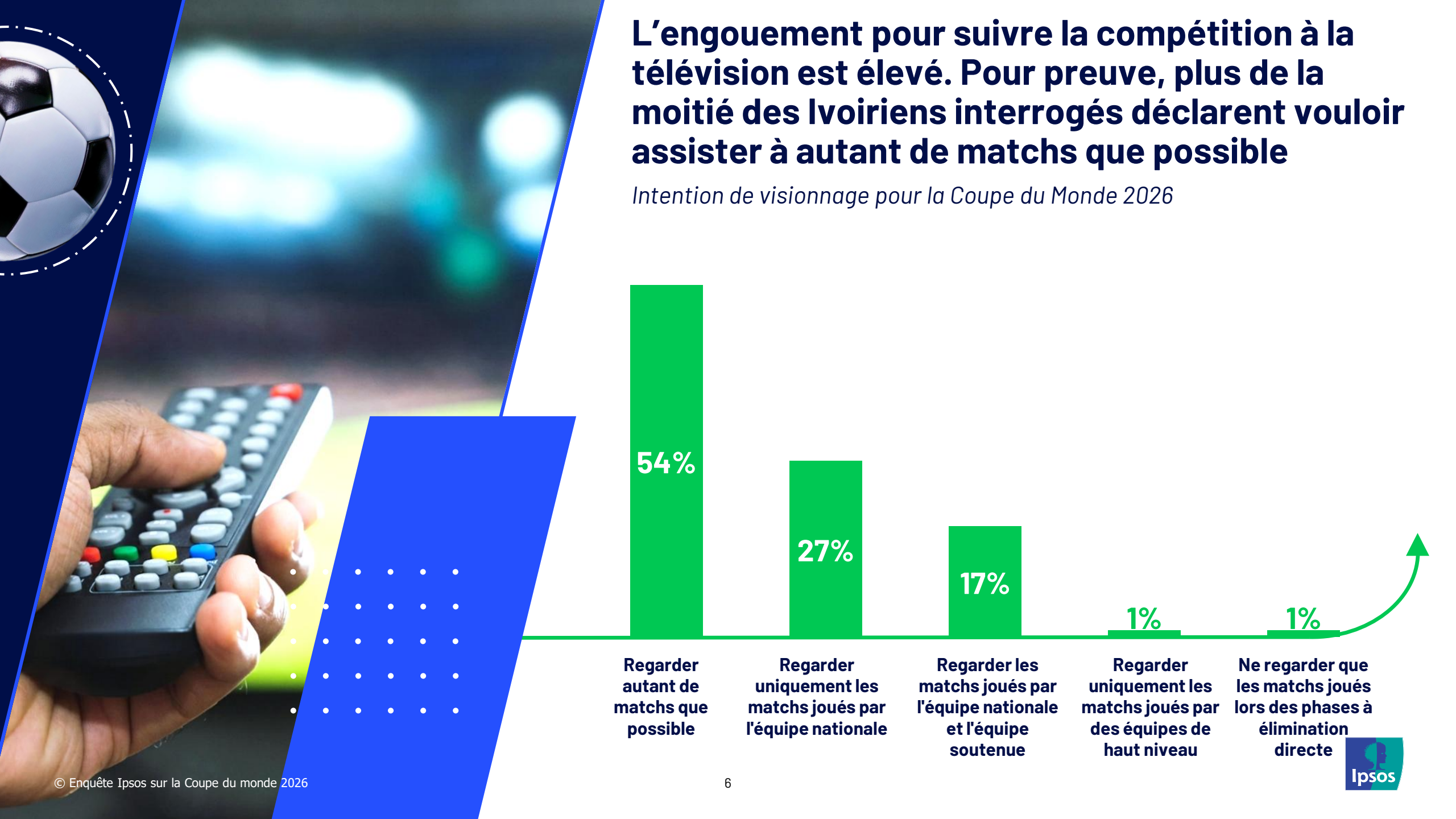
Sont conscients et neutres face au changement



Sont conscients et neutres concernant le changement et préfèrent le format à 32 équipes

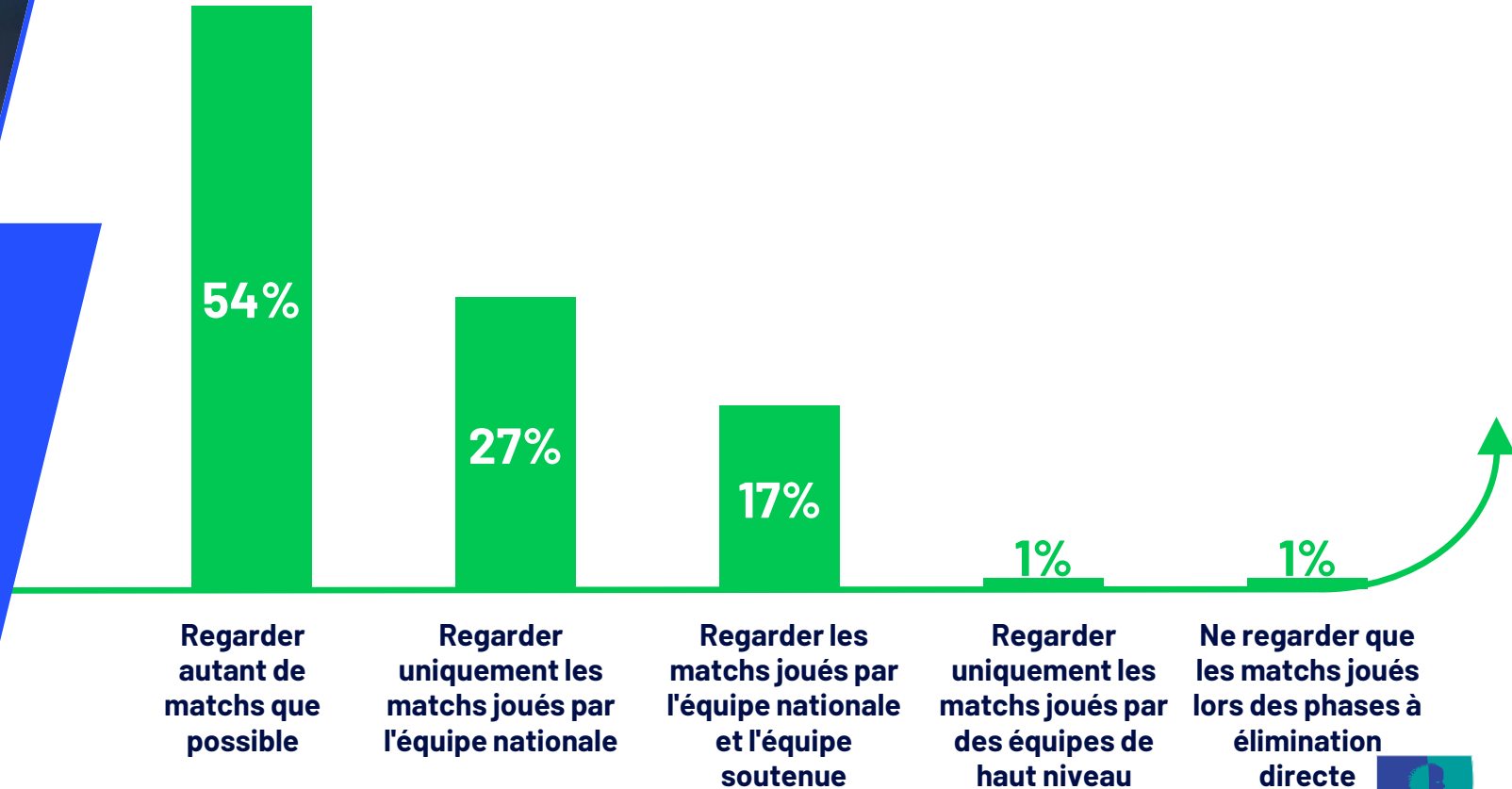


Ne sont pas au courant de ce changement



L'engouement pour suivre la compétition à la télévision est élevé. Pour preuve, plus de la moitié des Ivoiriens interrogés déclarent vouloir assister à autant de matchs que possible

Intention de visionnage pour la Coupe du Monde 2026





COMPORTEMENT DE VISIONNAGE



9 personnes sur 10 prévoient de regarder la cérémonie d'ouverture de la Coupe du Monde

90%

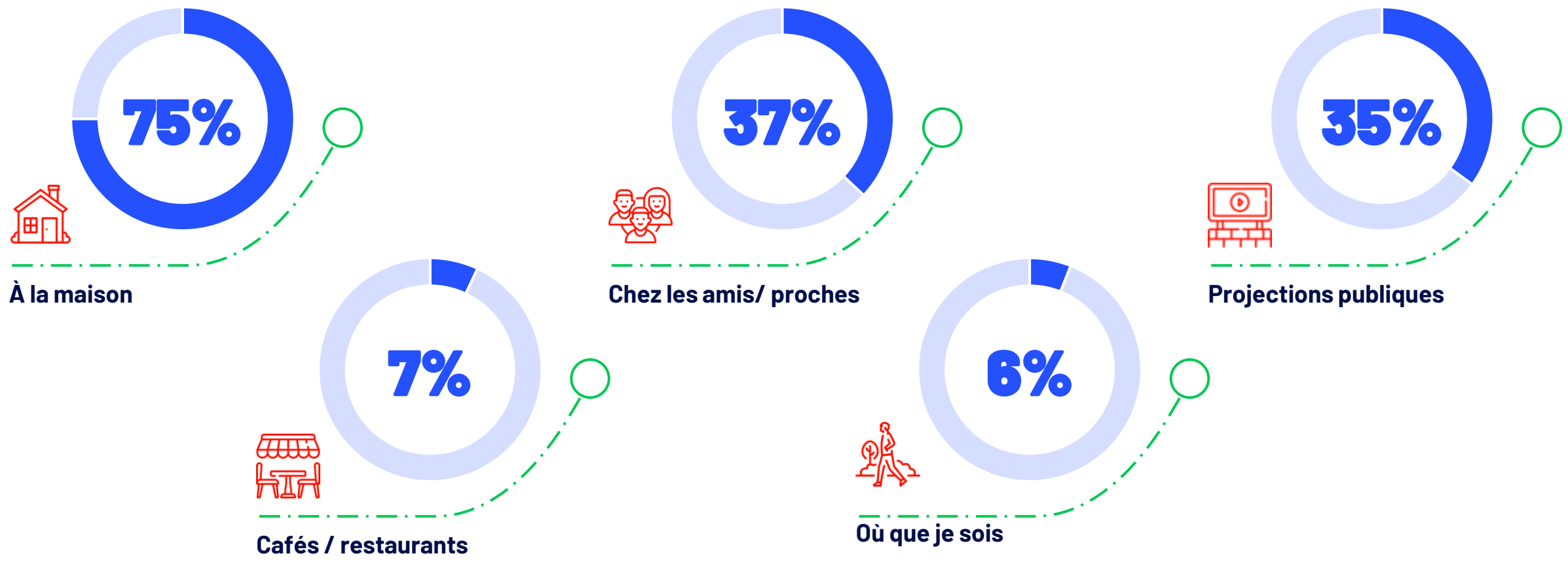
Regarderont la cérémonie d'ouverture





Les domiciles s'imposent comme le principal lieu de visionnage, suivis par les maisons des amis et des proches; Un tiers cependant envisage d'assister aux projections publiques

Lieux de visionnage prévus



Les grands écrans et les abonnements payants constituent la configuration de visionnage préférée de la grande majorité

Configuration et préférences d'affichage

Je regarderai sur des chaînes payantes ou via des abonnements

93%



7%

Je vais regarder sur des plateformes gratuites

Je vais regarder sur grand écran

95%



5%

Je vais le regarder sur un petit écran



Presque tous prévoient de regarder les matchs en direct, et beaucoup sont prêts à adapter leur emploi du temps en conséquence



97%

Regarderont principalement les matchs en direct par rapport au différé



67%

Resteront éveillés tard ou se lèveront tôt pour regarder les matchs en raison du décalage horaire





Environ un quart est prêt à manquer le travail, l'école ou des événements sociaux pour regarder les matchs



21%

Manqueront des événements sociaux importants pour regarder les matchs



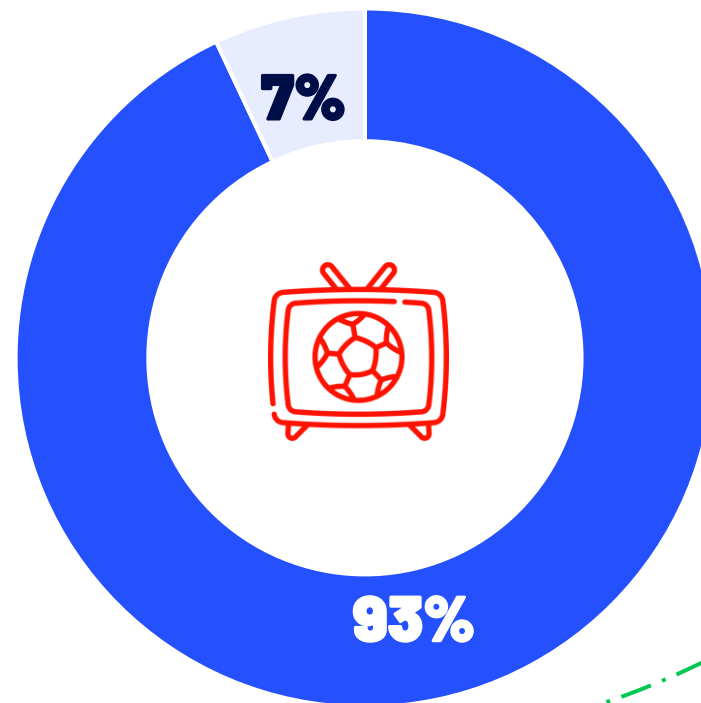
25%

Manqueront le travail ou l'école/ l'université pour regarder les matchs



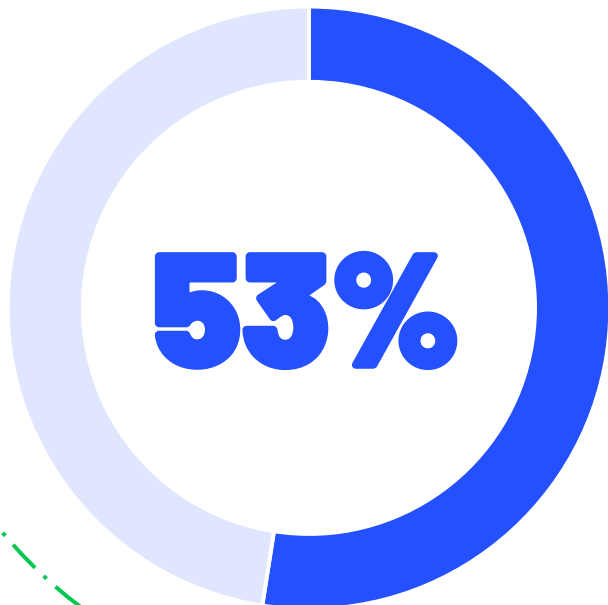


La Coupe du Monde est autant un événement social que sportif, la quasi-totalité des sondés prévoyant de la regarder à plusieurs



- Je vais regarder les matchs avec d'autres personnes
- Je vais regarder les matchs tout seul

Regarder ensemble va bien au-delà du jour du match, avec une personne sur deux qui prévoit d'organiser ou de participer à des soirées de visionnage



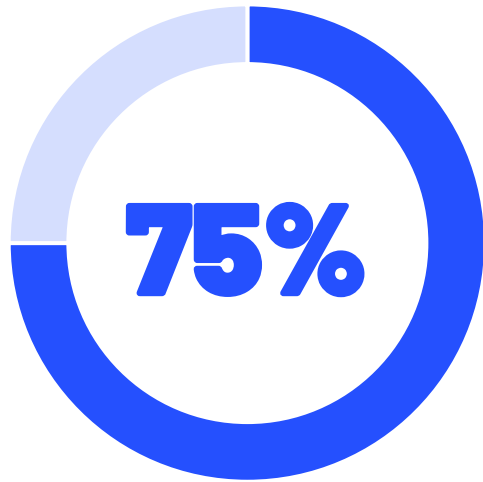
Organisera ou participera à des soirées pour suivre la Coupe du Monde



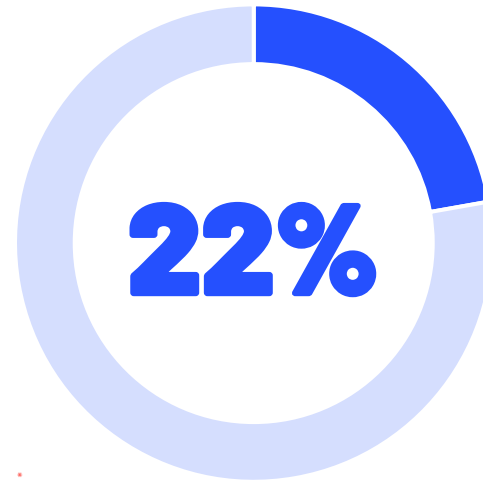


Trois personnes sur quatre préfèrent suivre les matchs de son équipe préférée en compagnie de supporters de l'équipe adverse

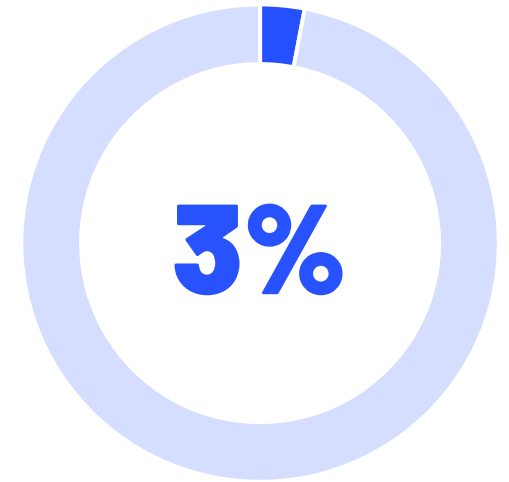
Trouver des compagnons pour regarder les grands matchs de son équipe préférée



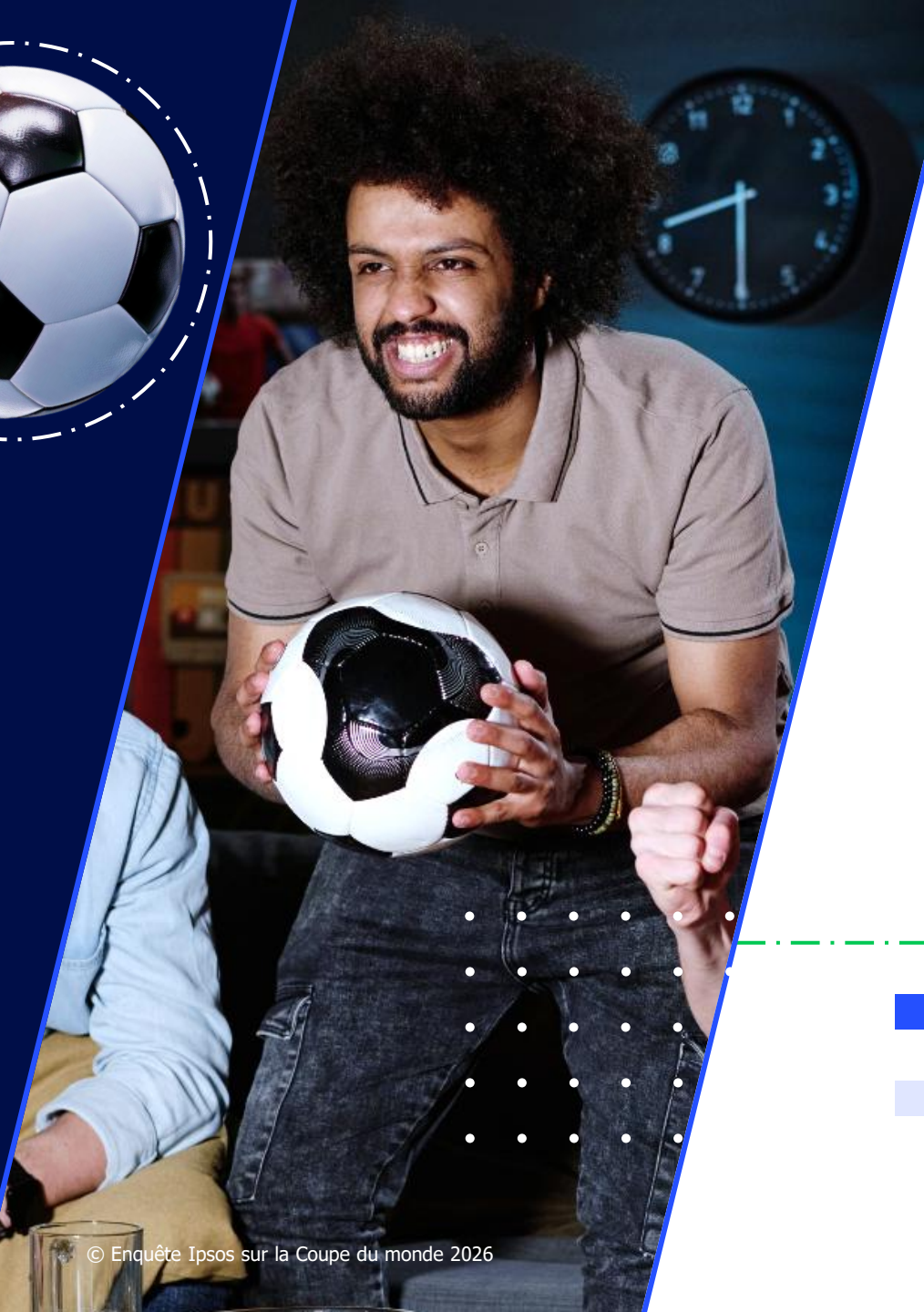
Prévoient de regarder les grands matchs de son équipe préférée avec des supporters de l'équipe adverse, car c'est plus fun



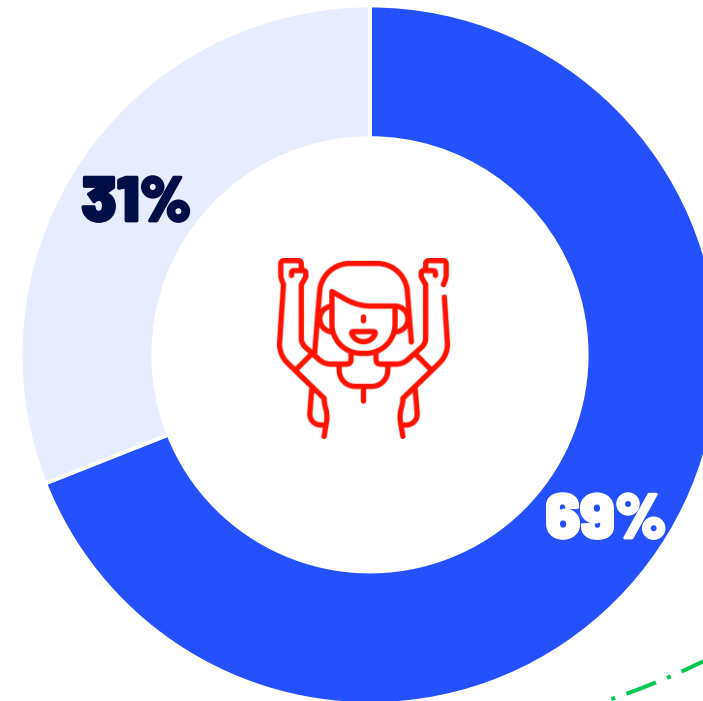
Prévoient de regarder les grands matchs de son équipe préférée uniquement en compagnie de supporters de la même équipe



Prévoient de regarder les grands matchs de son équipe préférée tout seul



Plus des 2/3 des répondants déclarent savoir gérer la défaite, bien que cela s'avère difficile pour les autres



- **Font preuve d'esprit sportif et acceptent la défaite**
- **N'arrivent pas à accepter la défaite et cela leur gâche la bonne humeur**

La plupart des téléspectateurs prévoient d'être pleinement immergés, tant sur le plan émotionnel qu'en ligne

Consulter les taux d'engagement

Entièrement concentré

69%



31%

Tout en faisant plusieurs choses à la fois

Interaction en ligne/sur les réseaux sociaux tout en regardant

57%



43%

Déconnecté, je me contente de regarder

Des fans passionnés et très attachés à leur équipe

65%



35%

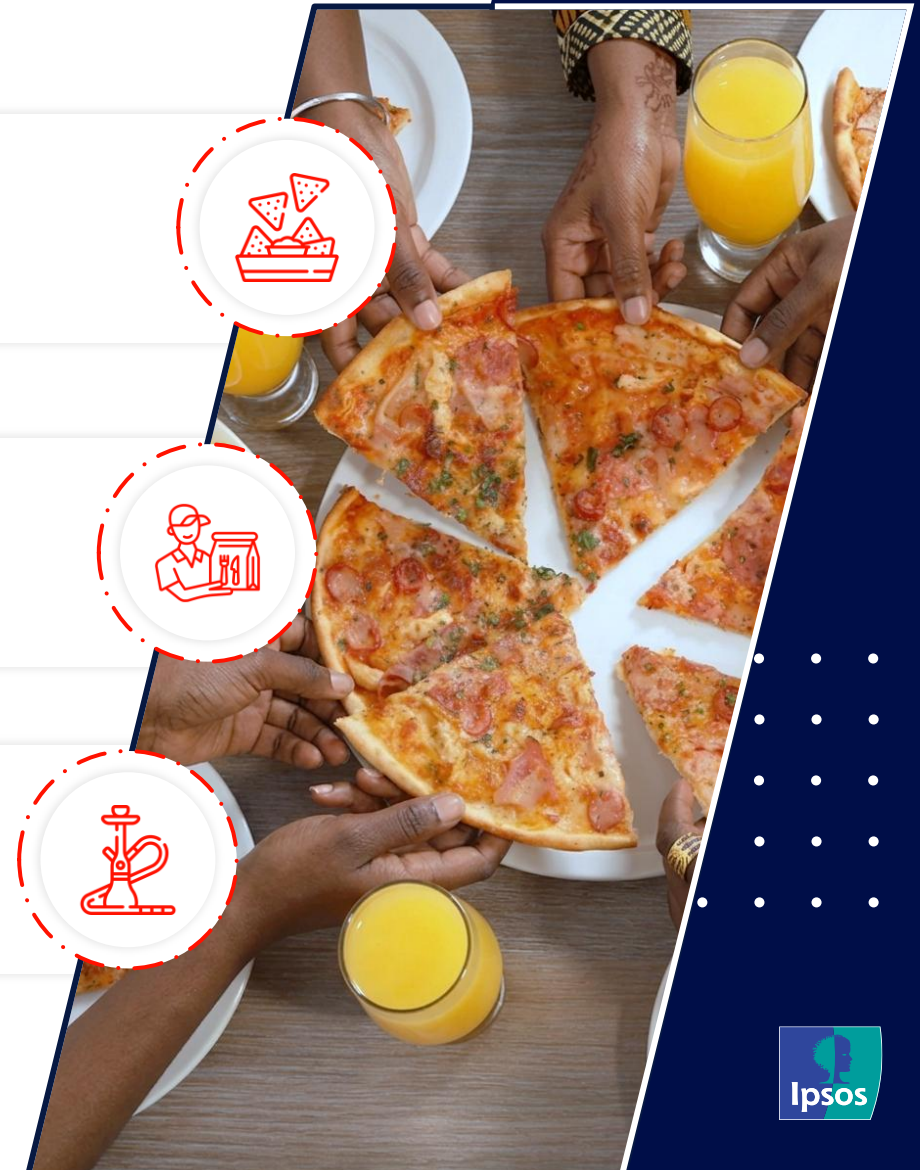
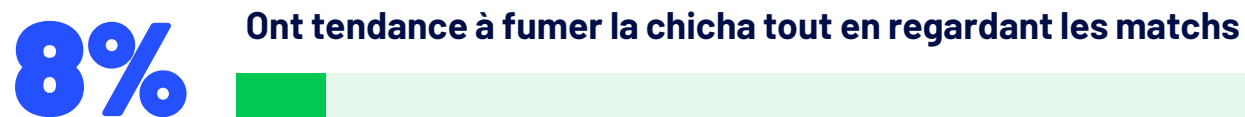
Ce sont des téléspectateurs occasionnels et décontractés



▶ ○ ○ ○

La moitié des répondants envisage de se restaurer pendant les matchs, dont certains déclarant prévoir de commander plus souvent à manger que d'ordinaire

Habitudes de consommation prévues pendant le visionnage

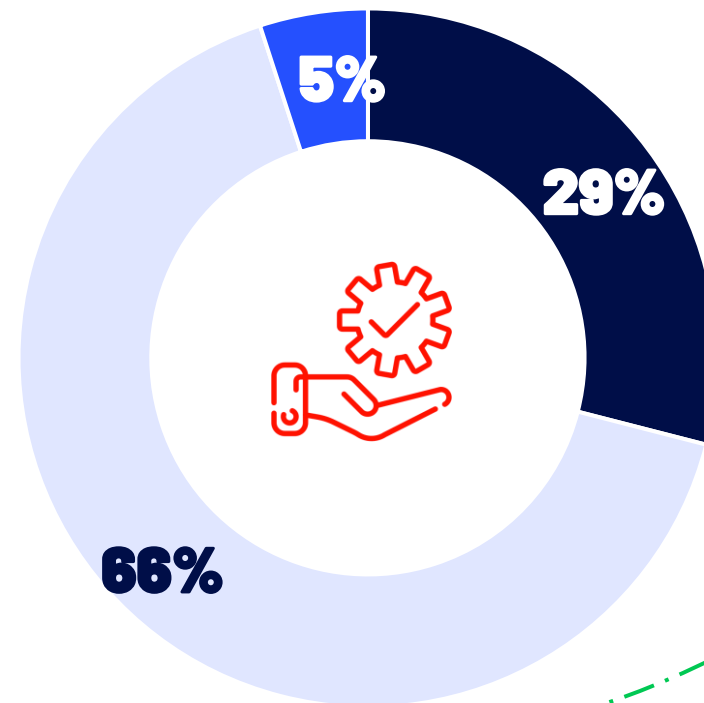




IMPACT COMPORTEMENTAL AU-DELÀ DE L'ÉCRAN



La plupart des sondés n'anticipe aucun changement de productivité, tandis que beaucoup s'attendent à un élan positif



- S'attendent à ce que leur productivité augmente
- Ne s'attendent pas à du changement
- S'attendent à une baisse de leur productivité

L'enthousiasme pour le tournoi stimule les dépenses, la socialisation et les achats de produits dérivés

Évolution des dépenses et du style de vie pendant la Coupe du Monde

54%

Risquent de dépenser plus d'argent que d'habitude



62%

Sortiront probablement plus souvent pour regarder les matchs



91%

Sont susceptibles d'acheter des produits liés à la Coupe du Monde



▶ ○ ○ ○

Malgré un vif enthousiasme, relativement peu de répondants envisagent d'assister aux matchs en personne

8%

Prévoient de se déplacer pour assister aux matchs en personne

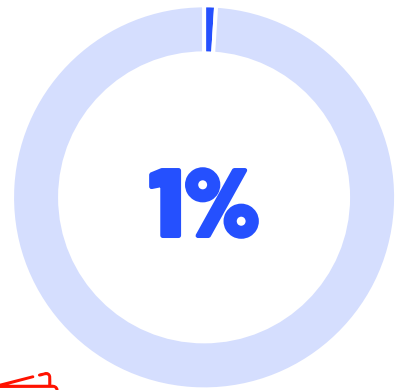




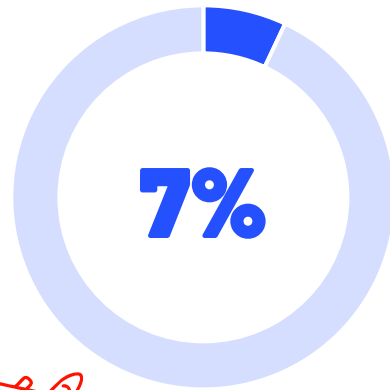
▶ ○ ○ ○

Si la majorité ne prévoit pas de voyager, 1 personne sur 10 pourrait reconsidérer sa décision selon l'évolution de sa situation

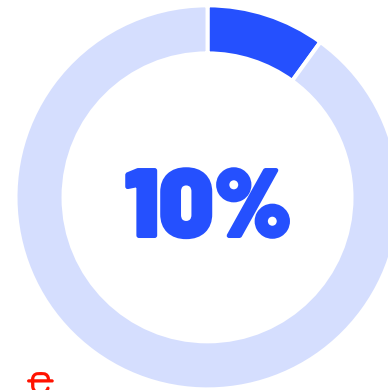
Intention de voyager dans les pays hôtes



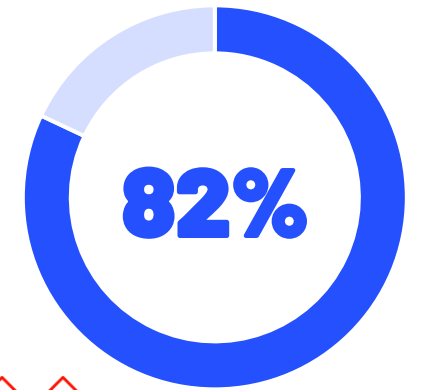
J'ai déjà réservé les billets et organisé le voyage



Prévoient de partir en voyage, mais n'ont pas encore réservé



Je n'ai pas prévu de voyage pour l'instant, mais j'envisagerais de le faire selon les circonstances



Ne prévoient pas d'y assister en personne



4

ATTENTES À L'ÉGARD DE L'ÉQUIPE NATIONALE

Les supporters affichent une grande confiance envers les joueurs, l'entraîneur et leur fédération nationale

Perception du public quant aux capacités de l'équipe nationale

95%

Trouvent que les joueurs de l'équipe nationale sont au niveau



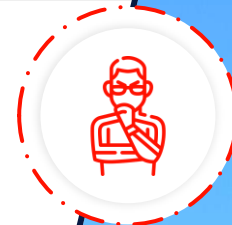
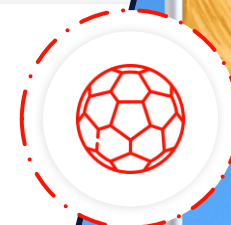
74%

Trouvent que la fédération nationale de football est compétente



91%

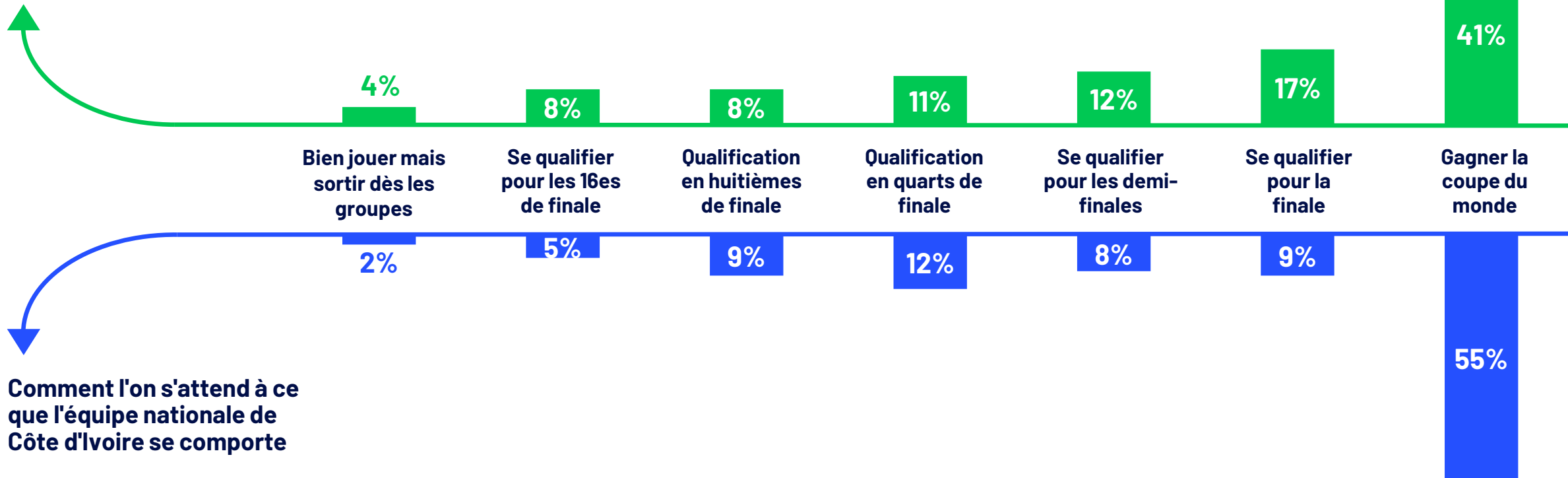
Trouvent que l'entraîneur de l'équipe nationale est capable





L'équipe nationale de Côte d'Ivoire à la Coupe du Monde : Ce que le public considère comme un succès vs. les attentes de l'équipe

Ce qui est considéré comme un succès pour l'équipe nationale de Côte d'Ivoire



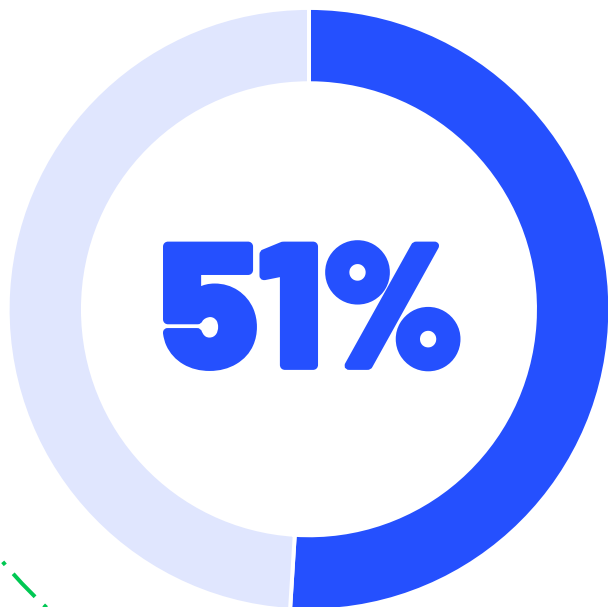
Comment l'on s'attend à ce que l'équipe nationale de Côte d'Ivoire se comporte



PRONOSTICS DES MATCHS

▶ ○ ○ ○

La moitié des supporters participeront à des concours de pronostics de matchs avec leur entourage

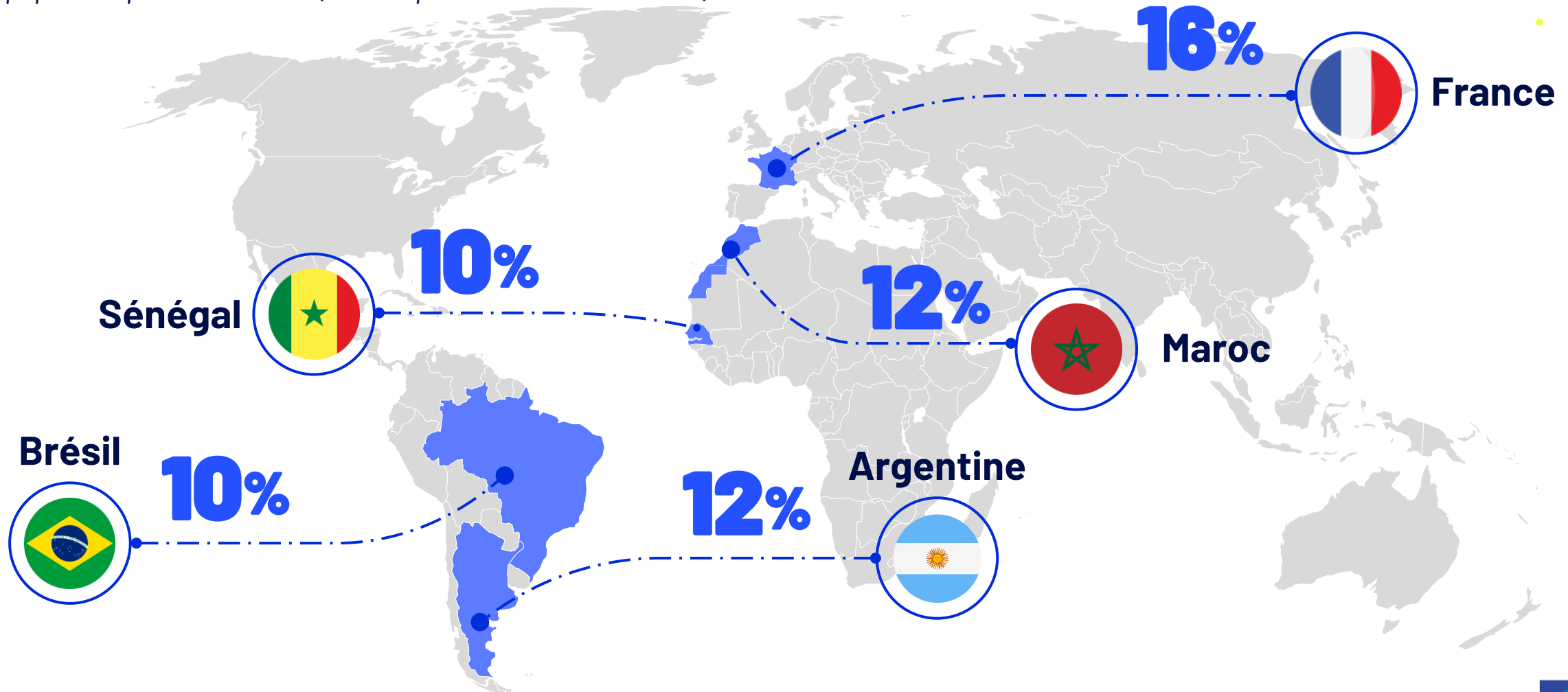


Participeront à des jeux de pronostics sportifs entre famille, amis et collègues



Outre la Côte d'Ivoire, la France est l'équipe la plus soutenue

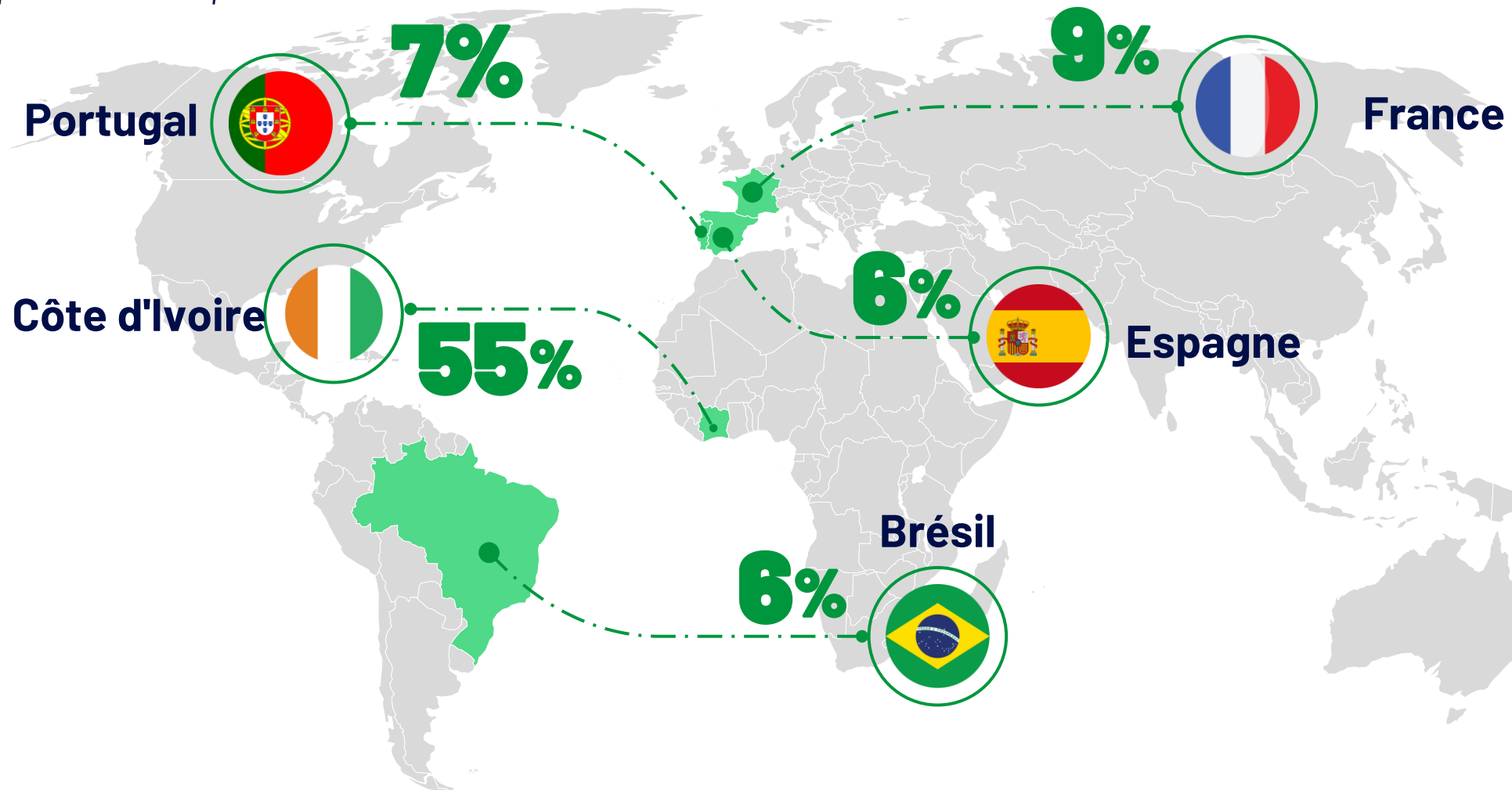
Équipes les plus soutenues (à l'exception de la Côte d'Ivoire)



▶ ○ ○ ○

Les supporters soutiennent fortement leur équipe, et plus de la moitié s'attendent à voir la Côte d'Ivoire remporter le trophée

Vainqueur prévu de la Coupe du Monde



▶ ○ ○ ○

Ousmane Dembélé arrive en tête des pronostics pour le Ballon d'Or

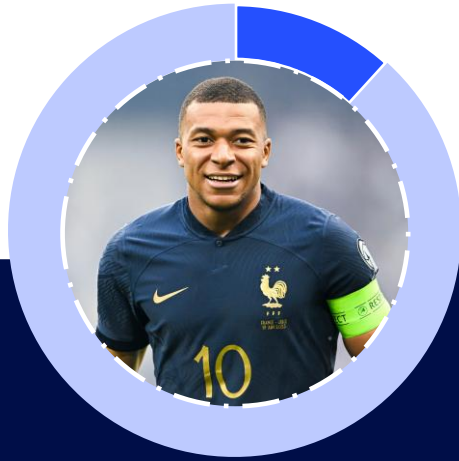
Favoris pour le Ballon d'Or

17%



**Ousmane
Dembélé**

10%



**Kylian
Mbappé**

10%



**Cristiano
Ronaldo**

10%



**Lamine
Yamal**

8%



**Lionel
Messi**



SOURCES D'INFORMATION ET IMPLICATION

Les supporters restent très engagés dans le tournoi, plus de la moitié prévoyant de consulter les résultats quotidiennement

Fréquence prévue de la vérification des notes

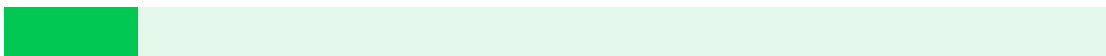
55%

Consulter les résultats tous les jours



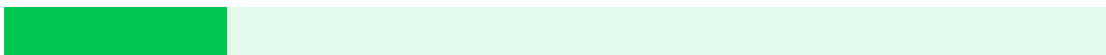
12%

Consulter les résultats chaque semaine



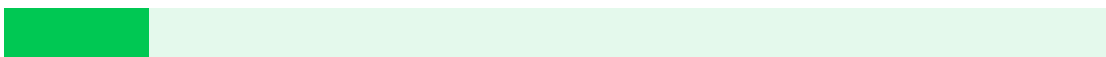
20%

Afficher les scores des matchs importants uniquement



13%

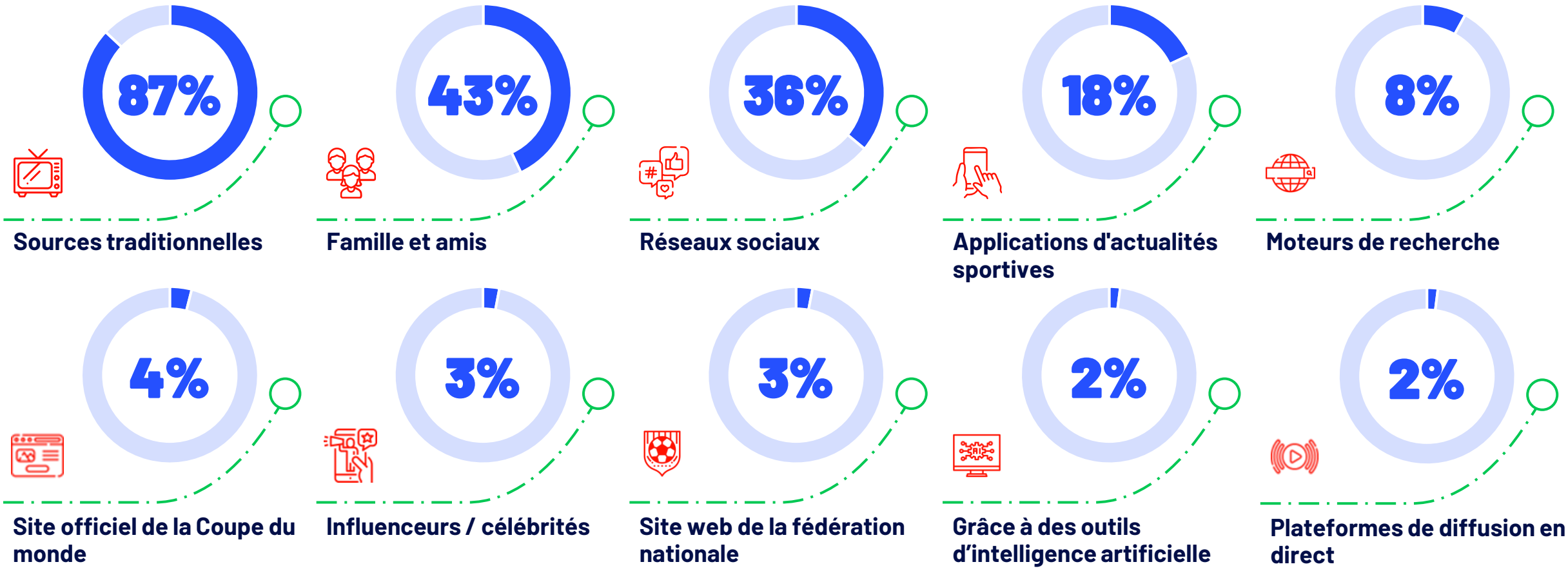
Ne vérifierai pas du tout les résultats



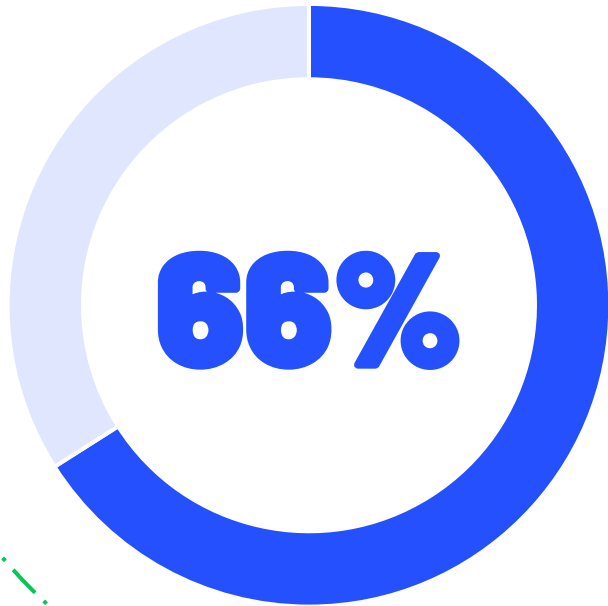


Les médias traditionnels demeurent la principale source d'information des supporters, devant les médias sociaux et numériques

Sources que les personnes prévoient d'utiliser pour obtenir des résultats et des informations



Bien qu'ils favorisent les sources traditionnelles, la majorité des supporters pense être plus active sur les réseaux sociaux pour la Coupe du Monde



Sont susceptibles de s'engager davantage sur les réseaux sociaux autour du contenu de la Coupe du Monde





7

SPONSORING DE LA COUPE DU MONDE

Notoriété des sponsors de la Coupe du Monde

% de notoriété : chaque marque sponsorise la Coupe du Monde 2026 - Top 8 des marques



Coca-Cola

81%



66%

VISA

41%

BANK OF AMERICA 

33%

QATAR 
AIRWAYS القطرية

32%



30%



23%



19%





Marques les plus associées à la Coupe du Monde de la FIFA, indépendamment du sponsoring

% Chaque marque est associée à la Coupe du Monde 2026 - Top 8 des marques



Coca-Cola

39%



30%



20%



14%



12%



HEINEKEN

10%



orange™

8%

1XBET

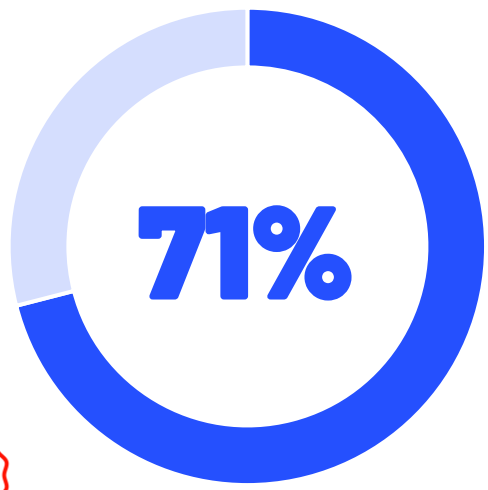
5%



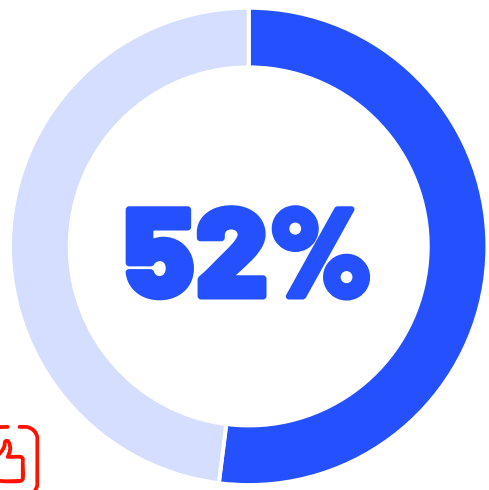


Le parrainage de la Coupe du Monde améliore l'image de marque et stimule directement les ventes ainsi que l'engagement numérique

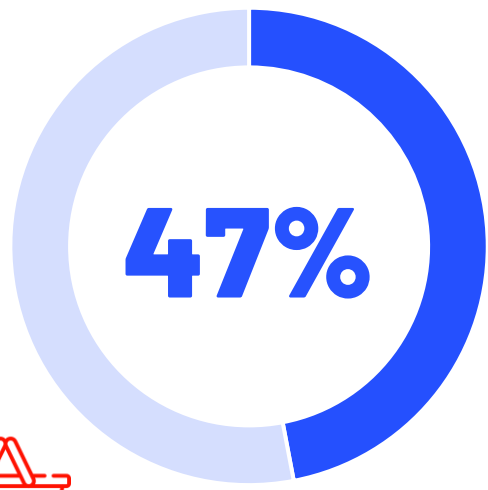
Perceptions des marques sponsors de la Coupe du Monde



J'ai l'impression que les marques qui sponsorisent la Coupe du Monde sont plus haut de gamme et de meilleure qualité



Plus enclins à interagir avec des marques sponsorisant des événements majeurs comme la Coupe du Monde



Plus enclins à acheter des marques sponsorisant de grands événements comme la Coupe du Monde



LES PERSONNES DE LA COUPE DU MONDE

Les différents profils de supporters de la Coupe du Monde : chacun avec des attitudes et des comportements bien distincts vis-à-vis du tournoi

29%

Le fanatique
inconditionnel



24%

L'observateur
occasionnel



17%

Le spectateur
social



15%

Le supporter
opportuniste



15%

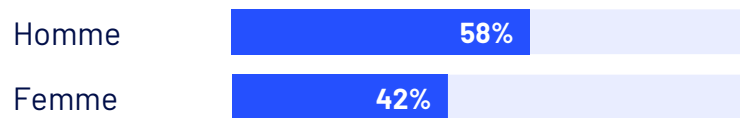
Le tacticien



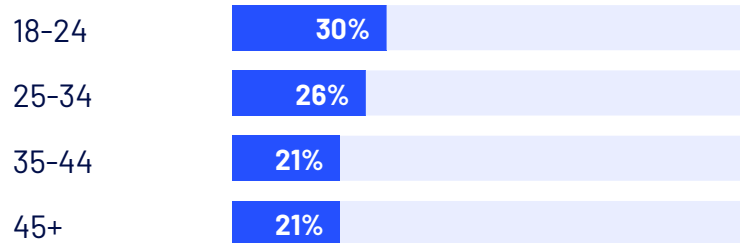
Qui est le fanatique inconditionnel? (29%)

Une personne dont les émotions et les préoccupations quotidiennes sont étroitement liées à la Coupe du Monde, et dont l'expérience globale du tournoi dépend des performances de son équipe favorite.

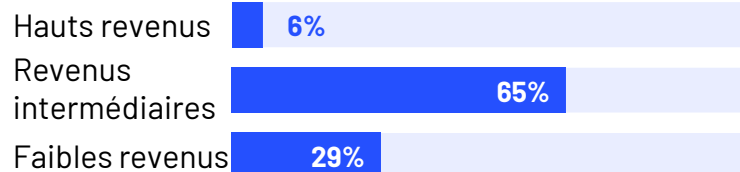
Par genre



Par tranche d'âge



Par tranche de revenus



47%

Dont l'humeur dépend des résultats de leur équipe favorite pendant la Coupe du Monde

23%

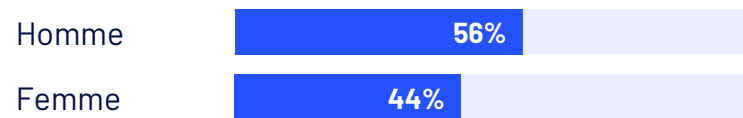
Tout passe au second plan face au football pendant la Coupe du Monde



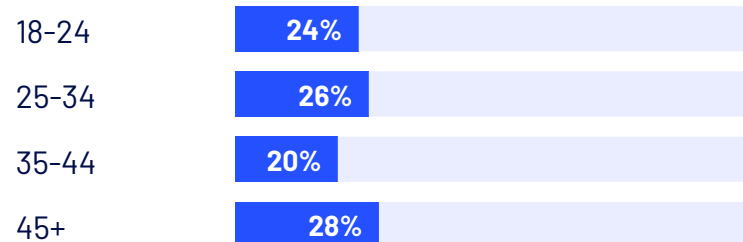
Qui est l'observateur occasionnel ? (24%)

Une personne qui suit la Coupe du Monde principalement pour se divertir de temps en temps, s'intéressant aux résultats sans pour autant ressentir le besoin de suivre les matchs de près.

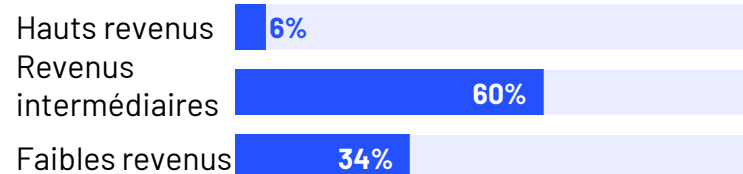
Par genre



Par tranche d'âge



Par tranche de revenus



28%

Se contentent de connaître le score final sans avoir regardé le match

26%

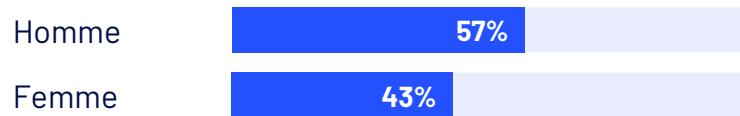
Ne regardent la Coupe du Monde que quand il n'a rien d'autre à faire ou quand d'autres la regardent



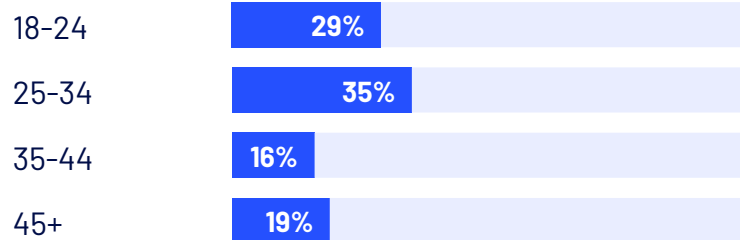
Qui est le spectateur social? (17%)

Une personne qui voit la Coupe du Monde surtout comme un événement social, axé sur le partage et la communauté plutôt que sur les matchs

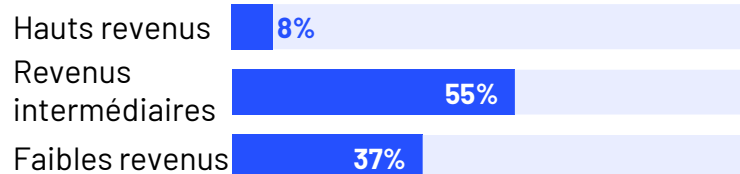
Par genre



Par tranche d'âge



Par tranche de revenus



49%

Pensent que l'ambiance sociale de la Coupe du Monde est plus importante que les matchs eux-mêmes

68%

Profitent de la Coupe du Monde, surtout parce qu'elle rassemble les gens



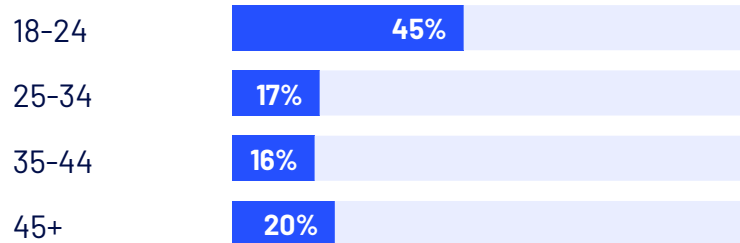
Qui est le supporter opportuniste ? (15%)

Une personne qui est attirée par les équipes performantes et populaires pendant la Coupe du Monde, et qui a souvent tendance à soutenir celles qui suscitent l'enthousiasme, la dynamique et l'intérêt général.

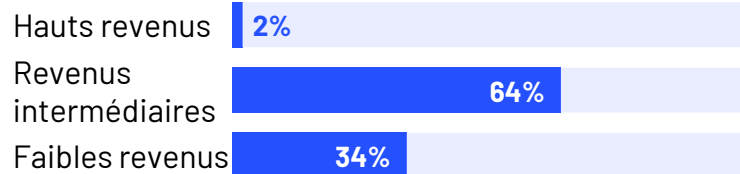
Par genre



Par tranche d'âge



Par tranche de revenus



53%

Aiment soutenir des équipes populaires ou en vogue, même si ce ne sont pas leurs équipes préférées habituelles

45%

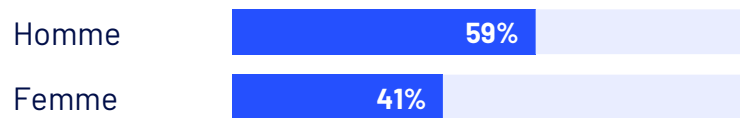
Ont tendance à soutenir les équipes qui réalisent de bonnes performances ou qui gagnent pendant le tournoi



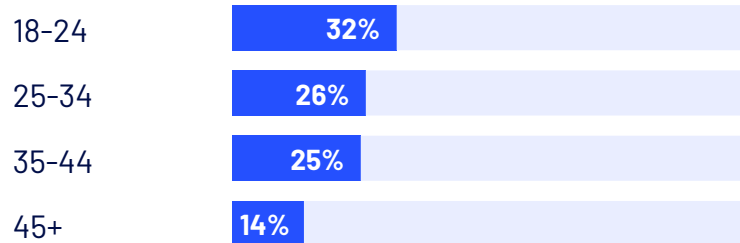
Qui est le tacticien? (15%)

Une personne qui aborde la Coupe du Monde en s'intéressant aux aspects techniques et stratégiques du football, en suivant les tactiques, les indicateurs de performance et les analyses d'experts.

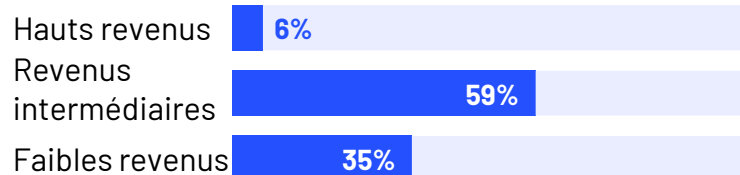
Par genre



Par tranche d'âge



Par tranche de revenus

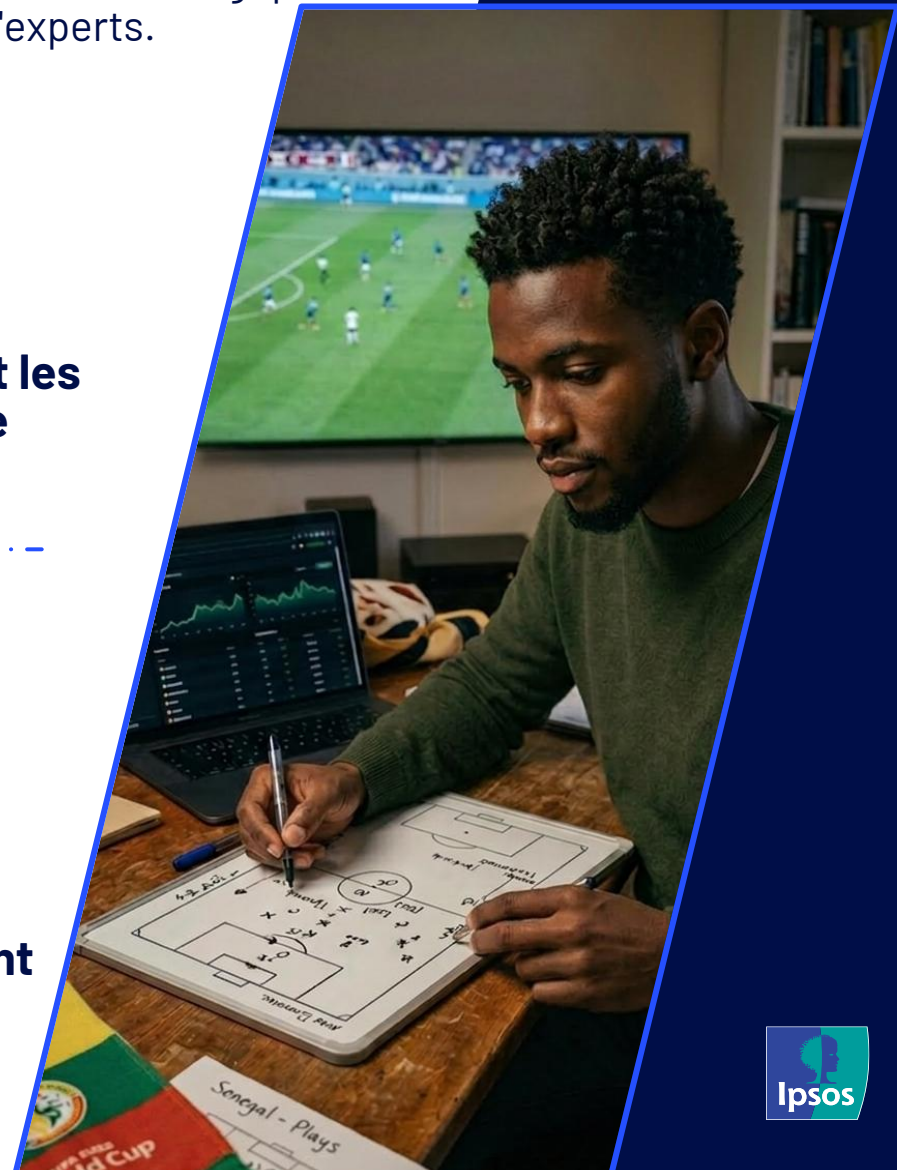


100%

Suivent l'actualité du football et les avis des experts tout au long de l'année

59%

Prennent plaisir à analyser les tactiques, les formations et les statistiques des joueurs pendant les matchs



Méthodologie

Taille de l'échantillon



536 personnes interrogées

Critères d'échantillonnage



Grand public : échantillon représentatif de la population, en termes de genre, d'âge (18 ans et plus) et de CSP

Méthodologie



Collecte en face à face, à domicile ou par interception

Couverture géographique



Abidjan

X X X
X X X
X X X
X X X
X X X
X X X
X X



POUR PLUS D'INFORMATIONS

Karim Konaté

Directeur

Ipsos au Côte d'Ivoire

karim.konate@ipsos.com

