

Date : 29/11/11

Grâce au foot féminin Direct 8 reçoit le prix de "l'innovation média"



Direct 8 et le foot féminin: un beau mariage d'intérêt(s) © SIPA

Et grâce à Direct 8 le foot féminin passe à la télé.

Le foot féminin était à l'honneur hier. La chaîne Direct 8 a reçu le prix de "l'innovation média" lors de la 8ème édition des Trophées Sporsora du Marketing Sportif. "Après la reconnaissance des téléspectateurs qui permet à Direct 8 de détenir le record d'audience de la TNT avec 2 431 000 téléspectateurs en moyenne et une part d'audience de 17,4% à l'occasion de la demi-finale de la coupe du monde de football féminin, nous sommes très heureux et très honorés de recevoir le Trophée Sporsora de l'innovation média.", a commenté Thierry Cheleman, directeur des sports de la chaîne, dans un communiqué. Le succès du foot féminin n'avait, à priori, rien d'évident. Son arrivé sur les écrans de télévision non plus. En 2007, Yannik Bolloré, directeur général de Direct 8, souhaitait renforcer la grille de la chaîne en incluant des programmes sportifs. Problème: Direct 8 n'avait pas les moyens financiers se se lancer dans la bagarre des droits de retransmission des rencontres de l'équipe de France masculine. La chaîne s'était donc reportée sur un lot de consolation comprenant les matchs de l'équipe de France espoir et ceux de l'équipe féminine. Bonne pioche. Car dès 2010 et les matchs qualificatifs de la coupe du monde, les bleues sont à la hauteur et attirant entre 300.000 et 400.000 téléspectateurs. Les bonnes performances des filles durant la coupe du monde 2011 feront le reste. La demi-finale des bleues a été suivie par 2 431 000 téléspectateurs: la meilleure audience score jamais enregistrée par une chaîne de la TNT. Direct 8 doit donc beaucoup aux footballeuses françaises. Thierry Cheleman a d'ailleurs tenu à "remercier tout particulièrement l'Equipe de France Féminine et son sélectionneur Bruno Bini, pour la qualité du jeu développé et les performances qui s'en sont suivies, ainsi que l'exceptionnel état d'esprit qui anime cette équipe, et réciproquement." *Mais le foot féminin doit aussi beaucoup à Direct 8. Avant l'initiative de la chaîne, il était totalement absent des écrans de télévision. Désormais les filles ont une visibilité, et bientôt peut être plus. "Pour que les droits télé fassent l'objet d'un marché, il faut que les images soient produites, puis diffusées. Il y a deux ans, ce n'était pas le cas pour le football

Évaluation du site

Site du supplément télé de l'hebdomadaire Le Nouvel Observateur. Il met en ligne la grille des programmes pour la télévision et la radio. Chaque émission ou film proposé est suivi d'un article critique. Il diffuse également quelques actualités sur le monde des médias et les sorties culturelles.

Cible
Grand Public

Dynamisme* : 20

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

féminin. Direct 8 qui produit les matchs, a donc permis l'émergence du football féminin en clair à la télévision", affirmait en octobre au Figaro Fabrice Lorvo, spécialiste du marketing sportif chez **FTPA** ."Baptiste Thion