

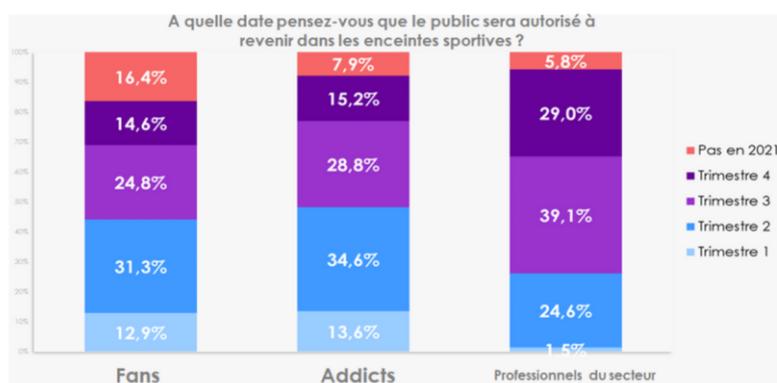
## Les Français sont favorables à un retour dans les enceintes sportives dans la limite de 50% de leur capacité

Paris, le 11 février 2021. L'Observatoire du Sport Business présente les résultats de son enquête à 360° : **Grand public, fans, pro et l'après COVID**. Cette étude est le fruit d'un questionnaire administré à 3 populations distinctes pour mesurer les écarts éventuels de perception à propos de l'impact de la COVID-19 quant à un retour des spectateurs dans les enceintes sportives.

Depuis bientôt un an et hormis de très rares exception, le sport professionnel français a dû apprendre à vivre quasiment sans public. Quand pourra-t-on retourner dans un stade ou une arena ? Est-ce que le public reviendra aussi nombreux qu'avant la COVID-19 ? A quelle condition le public souhaitera revenir ? Comment le rassurer ? C'est pour répondre principalement à ces questions que l'Observatoire du Sport Business a lancé une enquête en collaboration avec **YouGov** pour le Grand Public et **Vertigo Research** pour les fans et les professionnels du sport.

Un temps espéré pour le 7 janvier puis le 20 janvier, le Premier Ministre a repoussé « sine die » l'autorisation d'un retour du public dans les enceintes sportives. Les résultats obtenus n'ont donc pas été impactés par un changement de position du gouvernement. Il est intéressant de constater que les Français sont globalement optimistes (**69% pour le Grand Public**) et pensent avoir le droit de retrouver dans une enceinte sportive au plus tard cet été. 48,2% des « addicts » (allant plus de 20 fois par an dans un stade ou une arena) espèrent même y retourner avant la fin des championnats. Notons que sur ce point, les professionnels du sport sont les plus prudents (34,8%) imaginant au mieux une autorisation pour le début de la saison prochaine voire début 2022.

### AUTORISATION DE RETOUR AUX STADES

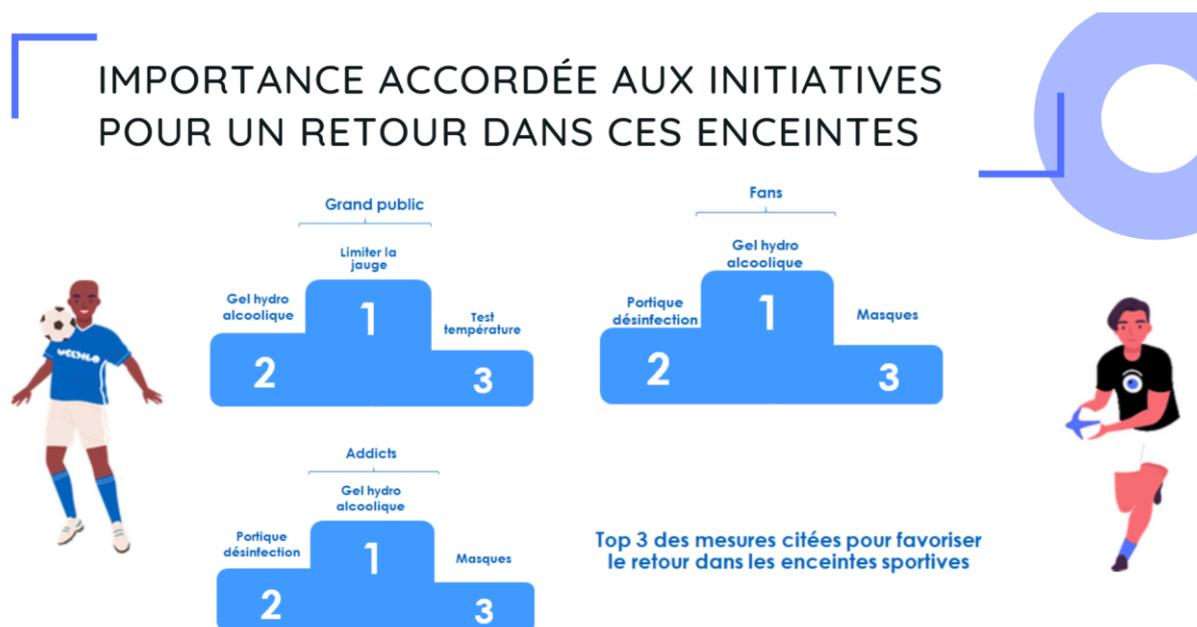


Si le Grand Public est pessimiste (ou sans avis) quant à un retour dans le stade, les fans restent optimistes (69%) pour un retour au plus tard cet été.

A 68,1%, les professionnels tablent plutôt sur un retour au mieux pour le début de la saison prochaine.

En revanche, quelle que soit la population étudiée, il apparaît que la fréquentation prévisionnelle des enceintes sportives est à la baisse. La variation la plus étonnante est peut-être celle concernant les « addicts ». Ils ne seraient plus que **46,1%** à retourner dans une enceinte sportive plus de 20 fois par an. Les professionnels semblent avoir conscience (**58%**) de cette tendance.

Afin de rendre possible ce retour dans les stades et salles de sport, nous avons interrogé les différents panels sur l'importance qu'ils accordaient aux différentes dispositions imaginées. Sur ce point, le gel hydro-alcoolisé est la mesure la plus plébiscitée à l'exception du Grand Public qui est plutôt favorable à la limitation de la capacité d'accueil. Quant aux professionnels, ils se disent plus favorables à des solutions de limitation et de gestion des capacités qui sont moins onéreuses à mettre en place pour les clubs, hormis la perte de revenus billetterie. Des mesures sanitaires issues de ce qui peut se passer pour les voyages (i.e. portique, test négatif, passeport sanitaire) ne convainquent aucun des panels.



Puisque l'hypothèse énoncée par les autorités publiques depuis la fin 2020 n'est plus un nombre de spectateurs mais une jauge liée à la capacité de l'enceinte sportive, nous avons interrogé les différents panels sur la juste limite acceptable à leurs yeux. La **capacité à 50%** semble être le point d'équilibre pour l'ensemble des populations questionnées (**entre 52% et 89,9%**). Il est à noter que les fans et les « addicts » sont ceux qui se déclarent prêts à retourner au stade le plus même « sans limite » de capacité (jusqu'à **60,2%** pour les enceintes non-couvertes) alors que les professionnels restent les prudents sur ce point (**17,4%** pour les enceintes couvertes).

*« Globalement, les Français ne se savent pas vraiment quand ils pourront retourner dans les stades, mais un peu plus d'un sur cinq estiment que cela sera possible en 2021. On observe que les plus passionnés sont aussi plus optimistes quant à cette date butoir. La limitation de la capacité des stades apparaît comme la solution à privilégier pour les Français, avec la distribution de gel hydroalcoolique. »*

**Alex Buttefey, Research Executive chez YouGov**

*« Avec le baromètre Sport Tracker, nous analysons la consommation pluri-médias du sport. Avec cette enquête, nous avons pu interroger les fans et les « ultra-fans ». Au regard de leurs réponses, on peut*

*noter à la fois un sens de la responsabilité face au COVID et une ferme envie de retourner, sous condition, dans les enceintes sportives. »*

**Sylvain Bethenod, CEO Vertigo**

*« Avec cette enquête 360°, nous souhaitons mesurer les éventuelles différences entre les offreurs et les demandeurs en matière de sport-spectacle. Conscient à la fois de l'enjeu sanitaire et de la nécessité pour les clubs de retrouver leur public, les professionnels du sport sont à la recherche de solutions équilibrées, pragmatiques et légères en termes de mise en œuvre. »*

**Aurélié Lienhart – Membre de l'Observatoire du Sport Business**

Plus de détail en cliquant [ici](#)

## **Méthodologie**

Enquête « Grand Public » menée auprès de 1000 personnes représentatives de la population française (18+). Sondage effectué en ligne, du 20 au 21 janvier 2021, sur le panel propriétaire de YouGov. Données pondérées pour être représentatives des adultes français.

Enquête « fans » menée auprès de 769 fans de sport âgés de 13 ans et plus interrogés en ligne via la mise en place de questionnaires sur différents sites de supporters et les réseaux de l'Observatoire du Sport Business. Terrain d'enquête réalisé par Vertigo Research du 25 janvier au 2 février 2021.

Enquête « professionnels du sport » menée auprès de 70 professionnels du sport (clubs, ligues, fédérations, médias, annonceurs, distributeurs) interrogés en ligne via la mise en place de questionnaires sur les réseaux de l'Observatoire du Sport Business. Terrain d'enquête par Vertigo Research du 25 janvier au 1 février 2021.

## A propos de

**L'Observatoire du Sport Business** a pour vocation de décrypter et d'analyser l'actualité de l'économie du sport, en s'appuyant sur un réseau d'experts reconnus dans le domaine et de datas produites au sein de l'Observatoire ou collectées auprès de partenaires de confiance.

Au travers de ses publications et des réseaux sociaux mais aussi dans le cadre de ses interventions auprès d'acteurs de l'écosystème du sport, l'Observatoire propose un cadre de réflexion et un éclairage dans un secteur en constante évolution.

[L'Observatoire du Sport Business : Présentation | LinkedIn](#)

Contact presse

Aurélie Lienhart | 06 63 76 07 04 | [aurelie.lienhart@yahoo.fr](mailto:aurelie.lienhart@yahoo.fr)

**Vertigo Research** est spécialiste des études marketing dédiées au marché des loisirs. La société est constituée d'experts scientifiques et sectoriels. Elle développe des études de référence dans le domaine du cinéma, des loisirs numériques et du sport. Vertigo est notamment devenu le leader des études marketing Cinéma en France. L'entreprise intervient aussi en Belgique, aux USA et au Royaume Uni.

Sylvain Bethenod | 04 37 23 78 04 | [sbethenod@vertigoresearch.fr](mailto:sbethenod@vertigoresearch.fr)

**YouGov** est un institut d'études international, présent dans plus de 55 pays, offrant des solutions globales et innovantes. Fondé à Londres en 2000, YouGov dispose d'un des plus grands panels propriétaires au monde : plus de 11 millions de panélistes – dont 460 000 en France.

YouGov offre à ses clients des insights collectés en temps réel et continu, accessibles notamment via une plateforme en ligne simple et intuitive : Crunch. Une équipe dédiée est également présente depuis le design du questionnaire jusqu'aux livrables.

Toutes les data YouGov sont connectées entre elles permettant ainsi une approche holistique et une granularité d'analyse unique sur le marché. Plus de 90 000 variables sont en effet disponibles pour démultiplier les enseignements des études clients.

Pour plus d'informations, consultez notre site internet : <https://fr.yougov.com/>

Contacts presse :

Salomé Marcadé | PR Executive | 01 88 33 75 43 | [salome.marcade@yougov.com](mailto:salome.marcade@yougov.com)

Guillemette Petit | Head of Marketing Southern Europe | 01 86 95 79 91 |

[guillemette.petit@yougov.com](mailto:guillemette.petit@yougov.com)