



Coupe du Monde de Rugby France 2023:

1 Français sur 2 aura recours aux réseaux sociaux pour partager et échanger avec les autres supporters

Odoxa dévoile les résultats d'un sondage exclusif pour Meta, Fournisseur Officiel des réseaux sociaux et des technologies immersives de la Coupe du Monde de Rugby 2023

Paris, le 29 août 2023 - A l'approche de la Coupe du Monde de Rugby France 2023, Odoxa, institut de sondage français, dévoile une enquête en collaboration avec Meta France, afin d'analyser les sentiments et les attentes des Français à l'égard de cet événement majeur. Les résultats révèlent une forte adhésion au rugby en tant que sport fédérateur et une opportunité perçue par 2/3 des Français de se rapprocher les uns des autres à travers le sport et les nouvelles technologies.

Un sport fédérateur et convivial

Selon le sondage, 84% des Français ont une image positive du rugby, en le percevant comme un sport qui met en avant les valeurs du collectif (88%) et favorise la convivialité (80%). "Le rugby est un puissant vecteur de communauté, véhiculant des valeurs de cohésion et de respect, en ligne avec nos valeurs et notre mission chez Meta", commente Laurent Solly, Vice-Président Europe du Sud chez Meta. "Ces résultats confirment la place spéciale qu'occupe ce sport dans le cœur des Français."

Une attente marquée pour la Coupe du monde

La perspective de la Coupe du monde de rugby suscite un enthousiasme considérable, avec 58% des Français prévoyant de suivre l'événement. Cette adhésion dépasse les niveaux observés en France lors d'événements sportifs majeurs, tels que la précédente Coupe du monde de rugby au Japon en 2019 ou la récente Coupe du monde de football au Qatar en fin 2022.

Au-delà de l'engouement généralisé, le regard se tourne plus spécifiquement vers le XV de France. A tel point que 46% des Français et 60% des amateurs de rugby pronostiquent un premier titre mondial à l'automne.

Un catalyseur d'unité et de liens sociaux

Le sondage met en évidence la perception des Français quant à l'impact positif des grands événements sportifs, telle que la Coupe du monde de rugby, sur les liens sociaux. Près de



64% des participants estiment que ces compétitions créent des occasions de "vivre-ensemble". "Le sport a le pouvoir unique d'unir les individus et de transcender les barrières, en générant un sentiment d'appartenance collective", souligne Laurent Solly.

Le rôle primordial des réseaux sociaux

L'étude souligne également le rôle central des réseaux sociaux dans l'expérience de la Coupe du monde. Près de la moitié des Français (48 %), et même 80% des 15-24 ans qui suivront la Coupe du monde, prévoient d'utiliser les plateformes sociales pour partager et échanger autour de la compétition. Ils évoqueront avant tout les résultats (61%) mais parleront aussi du contenu des matchs (38%) et réagiront sur les images et les propos des acteurs de la compétition (29%).

Facebook sera le premier réseau social utilisé en France pendant la compétition (61%), suivi par Instagram (34%). Chez les jeunes de 15 à 24 ans, Instagram prend la première place (49%). Les Français échangeront aussi sur YouTube (29%) WhatsApp (24%) et Messenger (19%). Viennent ensuite X (ex-Twitter 17%), Tiktok (14%) ou encore Snapchat (13%). Telegram (5%), Twitch (4%), Discord (4%) et Reddit (2%) ferment le podium.

Un appétit grandissant pour les technologies immersives

Enfin, les résultats de l'enquête révèlent également l'intérêt croissant des supporters pour les technologies immersives. Près de 60% des Français suivant la Coupe du monde se disent enthousiastes à l'idée d'assister virtuellement aux matchs, avec 73% ouverts à l'intégration de la réalité virtuelle dans leur expérience. Cette tendance reflète un appétit grandissant pour ces technologies et leur capacité à enrichir l'expérience sportive.

Méthodologie

Enquête réalisée en ligne par Odoxa du 14 au 22 juin 2023 auprès d'un échantillon de 2092 Français, représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus.