

## TOUR DE FRANCE 2016 : 4 JEUNES CYCLISTES À LA LOUPE. QUI EST LA NOUVELLE STAR FRANÇAISE ?

Paris, le 30 juin 2016 – A deux jours du début du Tour de France, les questions se posent sur la nouvelle star du cyclisme français. Alors que Thomas Voeckler et Sylvain Chavanel ont longtemps tenu le haut de l’affiche, l’indice Repucom Celebrity DBI qui permet de détecter les tendances en analysant l’impact marketing des célébrités met en avant 4 coureurs de la nouvelle génération : Thibaut Pinot (FDJ), Romain Bardet (AG2R La Mondiale), Bryan Coquard (Direct Energie) et Nacer Bouhanni (Cofidis).



Le Score DBI qui est une note sur 100 qui agrège plusieurs critères (notoriété, sympathie, aspiration, intérêt, sponsoring, influence, trend-setter, confiance) et permet de calculer l’influence en termes de sponsoring. Sur la base des analyses de juin 2016 auprès des Français (échantillon de 500 répondants représentatifs de la population française), ces quatre coureurs bénéficient d’une notoriété relative : Pinot (40,32%), Bardet (29,94%), Coquard (24,55%), Bouhanni (22,95%). Mais on note que sur les critères d’image (hors notoriété - évalués parmi les Français connaissant les coureurs), ils sont à des niveaux comparables à Thomas Voeckler, la star du cyclisme français, mais aussi au-dessus des têtes d’affiche du Tour de France dont Alberto Contador et Christopher Froome.

### THIBAUT PINOT ÉCHAPPÉ, ROMAIN BARDET EN CHASSE-PATATE ET LES SPRINTERS DANS L’ASPIRATION

Parmi cette nouvelle génération, Thibaut Pinot est le cycliste français qui a le plus fort impact marketing (Score DBI : 49,32/100). Il se démarque principalement sur la notoriété par rapport à ses trois concurrents. En effet, 40% des Français déclarent le connaître. Sa 3ème place lors du Tour de France 2014 a marqué les esprits et sa victoire en 2015 sur l’étape de L’Alpe D’Huez a conforté sa position de grand espoir français.

Autre espoir pour le classement général, Romain Bardet reste un peu en retrait en termes de notoriété (29,94%) malgré une 6ème place lors du Tour 2014 et une victoire d'étape en 2015. Les sprinteurs Bryan Coquard (24,55%) et Nacer Bouhanni (22,95% - qui a annoncé mercredi son forfait pour la course) qui n'ont pas encore décroché de victoire sur la Grande Boucle sont encore peu identifiés par le grand public.

Sur les attributs d'image, ces 4 coureurs ont des notes très proches. Cependant, on note que Bryan Coquard, qui est également médaillé d'argent aux JO 2012 en cyclisme sur piste, est #1 sur tous les critères. Parmi les évaluations notables, il apparaît comme le plus sympathique (note 72,22/100) et celui qui inspire le plus confiance (note 64,36/100) parmi ceux qui le connaissent.

Jérôme Bouchat, Directeur adjoint Repucom France / Belgique explique : « *Le cyclisme est un sport très populaire et sa plus belle vitrine est sans aucun doute le Tour de France par son impact médiatique et économique mondial. Pour les marques présentes, c'est aussi une plateforme marketing puissante. Si celles-ci communiquent via les équipes et l'organisation du Tour, elles peuvent aussi le faire par l'intermédiaire des coureurs, surtout si ceux-ci suscitent la sympathie et la confiance du grand public. La nouvelle génération de cyclistes français bénéficie d'une image positive sur laquelle les marques, en choisissant les ambassadeurs qui s'intègrent à leurs valeurs, vont pouvoir capitaliser afin de toucher leurs consommateurs. Leur capacité à décrocher des victoires ou à enflammer des étapes lors de ce Tour 2016 permettra de développer encore leur potentiel marketing.* »

- FIN -

## A PROPOS DE REPUCOM

Fondée en 2004 à Sydney, Australie, Repucom s'est forgée une solide réputation dans le domaine du consulting et de l'intelligence économique en sports et loisirs, aidant ses clients à maximiser leurs succès commerciaux via son réseau de 1400 collaborateurs répartis dans 18 pays à travers le monde.

Les solutions de Repucom permettent aux entreprises de mieux connaître leur audience et de la toucher au travers de media, sponsoring, plateformes de communications et expérientielles... grâce à l'observation et l'écoute des fans depuis plus de 30 ans.

Sur 3 décennies Repucom a bâti l'une des sources de données les plus complètes, sûres et pertinentes dans le domaine du sport. Pour davantage d'informations, merci de consulter

[www.repucom.net](http://www.repucom.net).

## A PROPOS DE NIELSEN

Nielsen Holdings plc (NYSE : NLSN) est une société internationale de management de la performance qui fournit une compréhension complète de ce que les consommateurs Regardent et Achètent (Watch & Buy). La division Watch de Nielsen fournit aux media et annonceurs la mesure de l'audience à travers l'ensemble des écrans où du contenu – vidéo, audio, texte – est consommé. La division Buy fournit aux distributeurs et industriels de la grande consommation le seul suivi global des performances en magasin.

En intégrant l'information provenant de ses divisions Watch et Buy avec d'autres sources, Nielsen délivre à ses clients mesures et analyses de premier plan permettant d'améliorer leurs performances.

Nielsen, société du S&P 500, opère dans plus de 100 pays à travers le globe, représentant plus de 90% de la population mondiale. Pour davantage d'informations, merci de consulter [www.nielsen.com](http://www.nielsen.com).

## Vos contacts presse

**TOM SCOTT**

Global Director of Communications

- » Tel. : +44 (0) 203 220 0706
- » Mob. : +44 (0) 7824 991 579
- » Email : [tscott@repucom.net](mailto:tscott@repucom.net)

**DAMIEN ROGE**

Responsable Communication France

- » Tel.: +33 (0)1 73 09 03 65
- » Email: [droge@repucom.net](mailto:droge@repucom.net)

REPUCOM  
20 RUE JACQUES DULUD  
92 200 NEUILLY-SUR-SEINE  
[REPUCOM.NET/FR](http://REPUCOM.NET/FR)

