

ETUDE SUR LA PERCEPTION ET L'UTILITÉ SOCIALE DU FOOTBALL EN FRANCE

Mai 2024

MÉTHODOLOGIE



ÉCHANTILLON

- Population générale : **2000** répondants **représentatif de la population** âgée de 16 ans et plus
- Praticants réguliers de football (pratiquant le football au moins une fois par mois) : **485** répondants
- Parents & grands-parents ayant un enfant de -16 ans pratiquant le football en club: **405** répondants



REPRÉSENTATIVITÉ

- La représentativité de l'échantillon « Population générale » a été assurée selon la **méthode des quotas** / données INSEE
- Quotas utilisés : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, région et catégorie de commune
- Les résultats sont redressés sur ces variables



MÉTHODE DE RECUEIL & CALENDRIER

- Les répondants ont été interrogés **par Internet** (questionnaire auto-administré) via le panel online d'Ipsos
- Terrain réalisé du **22 avril au 3 mai 2024**



1

Le football, vecteur de lien social en France

Qualificatifs associés au football en général

Q4 : Pour chacun des qualificatifs suivants, dites s'il s'applique ou non au football en général :

Base : Tous (Ensemble : 2000 / Praticants de foot réguliers : 485 / Parents ou grands-parents d'un enfant jouant au football en club : 405)



Ensemble

%TOTAL
OUI

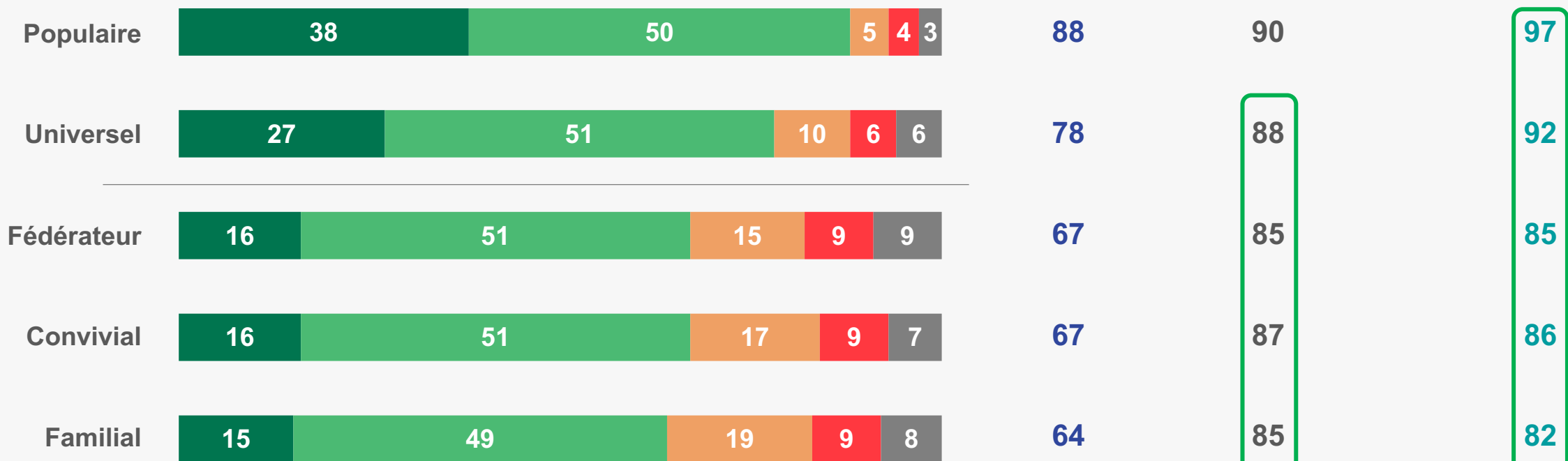


Praticants de foot
réguliers



Parents/grands-parents
d'enfant jouant au foot

Oui, tout à fait Oui, plutôt Non, plutôt pas Non, pas du tout Je ne sais pas



Perception du football en général

Q7 : Voici différentes affirmations que l'on peut entendre au sujet du football en général. Pour chacune d'entre elles, dites si vous êtes d'accord ou non. Le football est un sport qui...

Base : Tous (Ensemble : 2000 / Praticants de foot réguliers : 485 / Parents ou grands-parents d'un enfant jouant au football en club : 405)



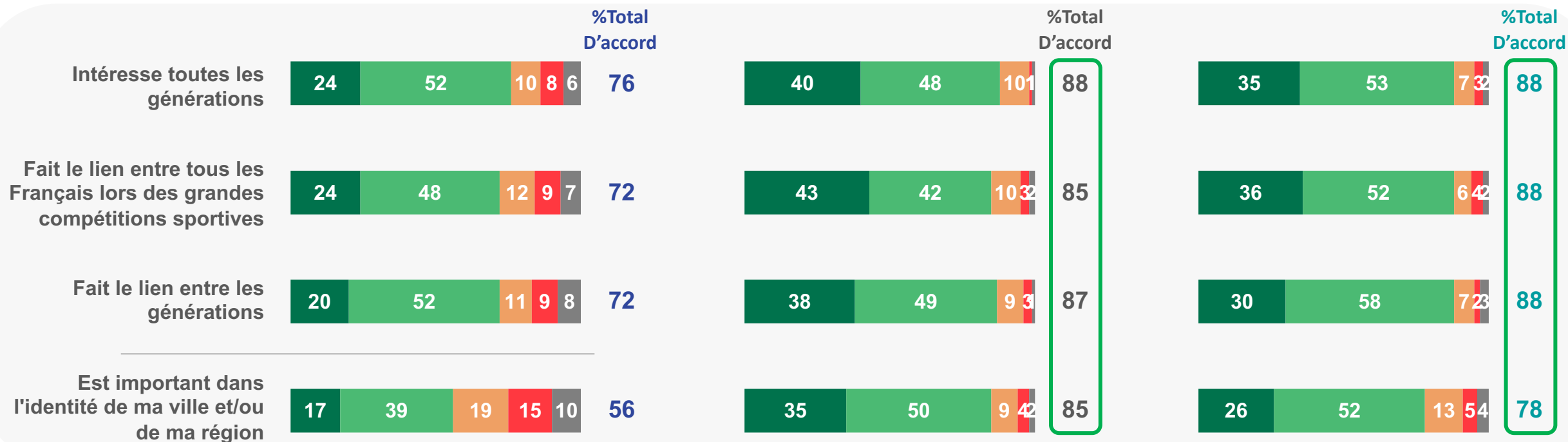
Ensemble



Praticants de foot
réguliers



Parents/grands-parents
d'enfant jouant au foot



Tout à fait d'accord Plutôt d'accord Plutôt pas d'accord Pas du tout d'accord Je ne sais pas



CRÉDIT AGRICOLE



Ipsos

Perception de la pratique du football amateur

Q8 : Voici différentes affirmations que l'on peut entendre au sujet de la pratique du football amateur. Pour chacune d'entre elles, dites si vous êtes d'accord ou non. La pratique du football amateur...

Base : Tous (Ensemble : 2000 / Praticants de foot réguliers : 485 / Parents ou grands-parents d'un enfant jouant au football en club : 405)



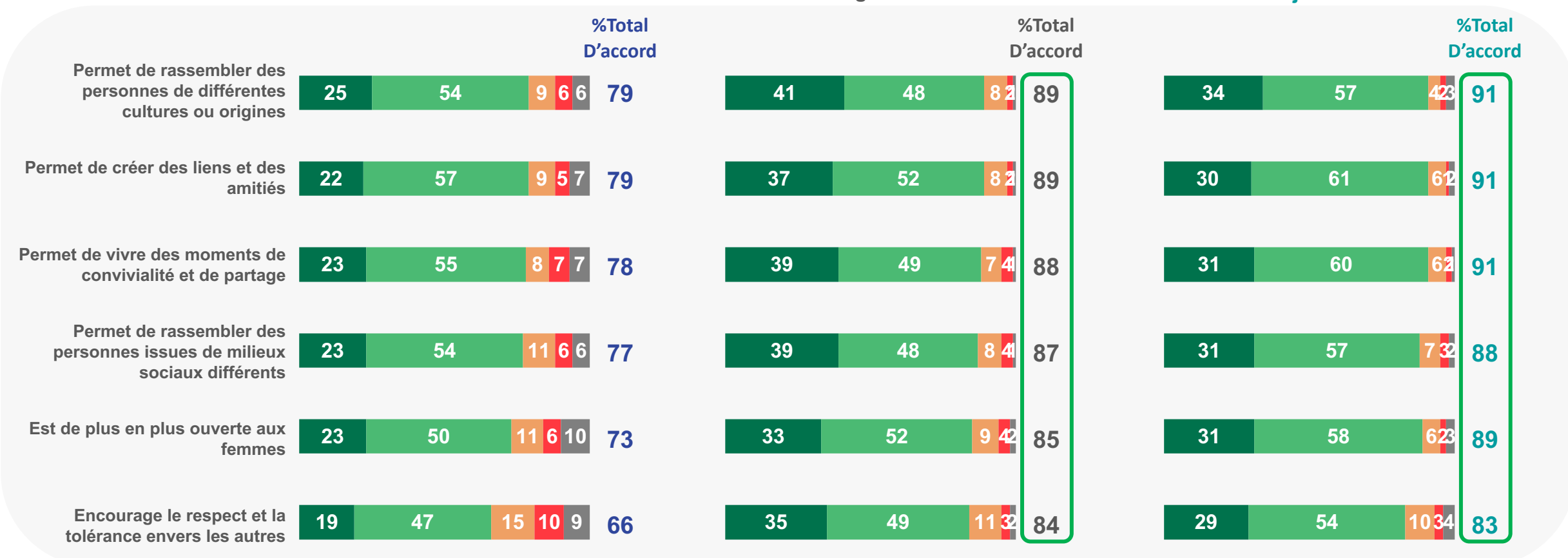
Ensemble



Praticants de foot
réguliers



Parents/grands-parents
d'enfant jouant au foot



Tout à fait d'accord

Plutôt d'accord

Plutôt pas d'accord

Pas du tout d'accord

Je ne sais pas



CRÉDIT AGRICOLE



Ipsos

Vertus éducatives de la pratique du football

Q2 : Diriez-vous que la pratique du football permet aux enfants :

Base : Tous (Ensemble : 2000 / Praticants de foot réguliers : 485 / Parents ou grands-parents d'un enfant jouant au football en club : 405)

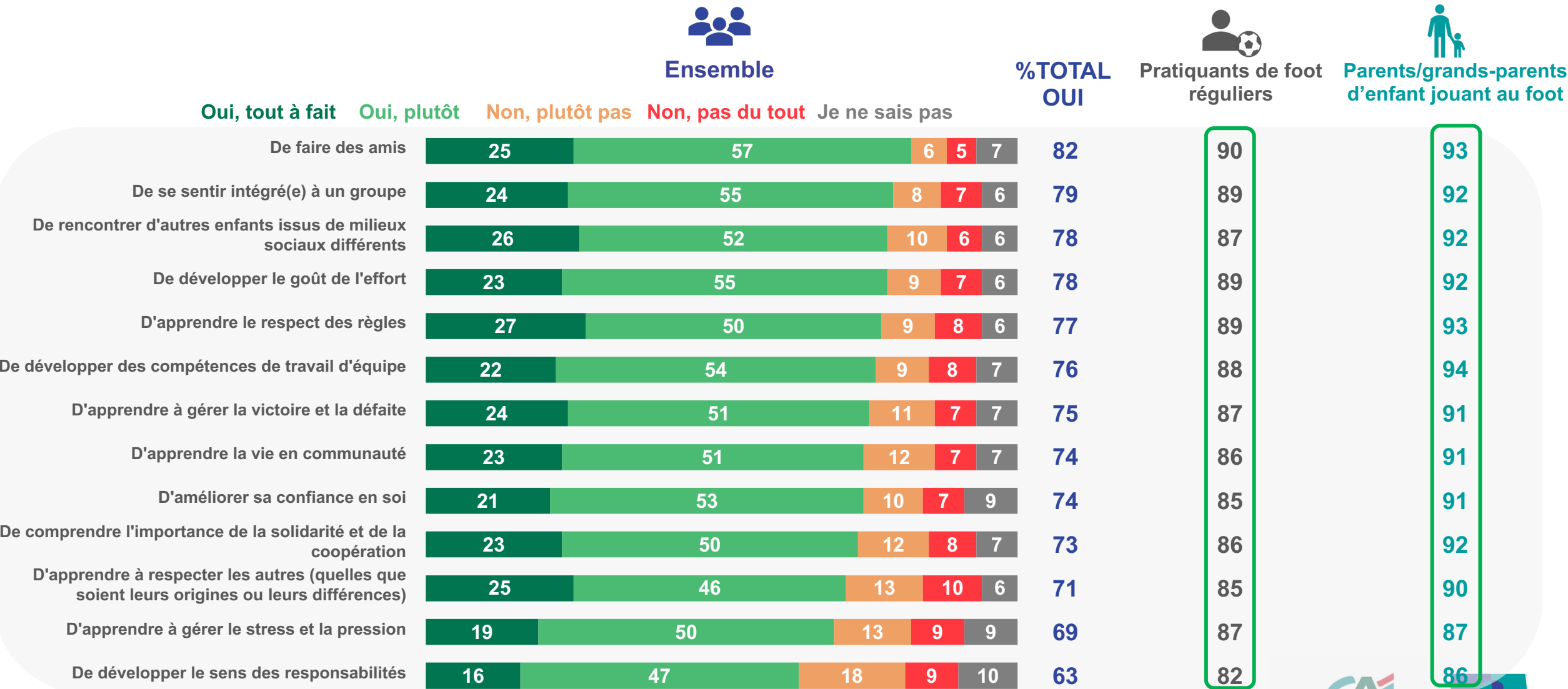
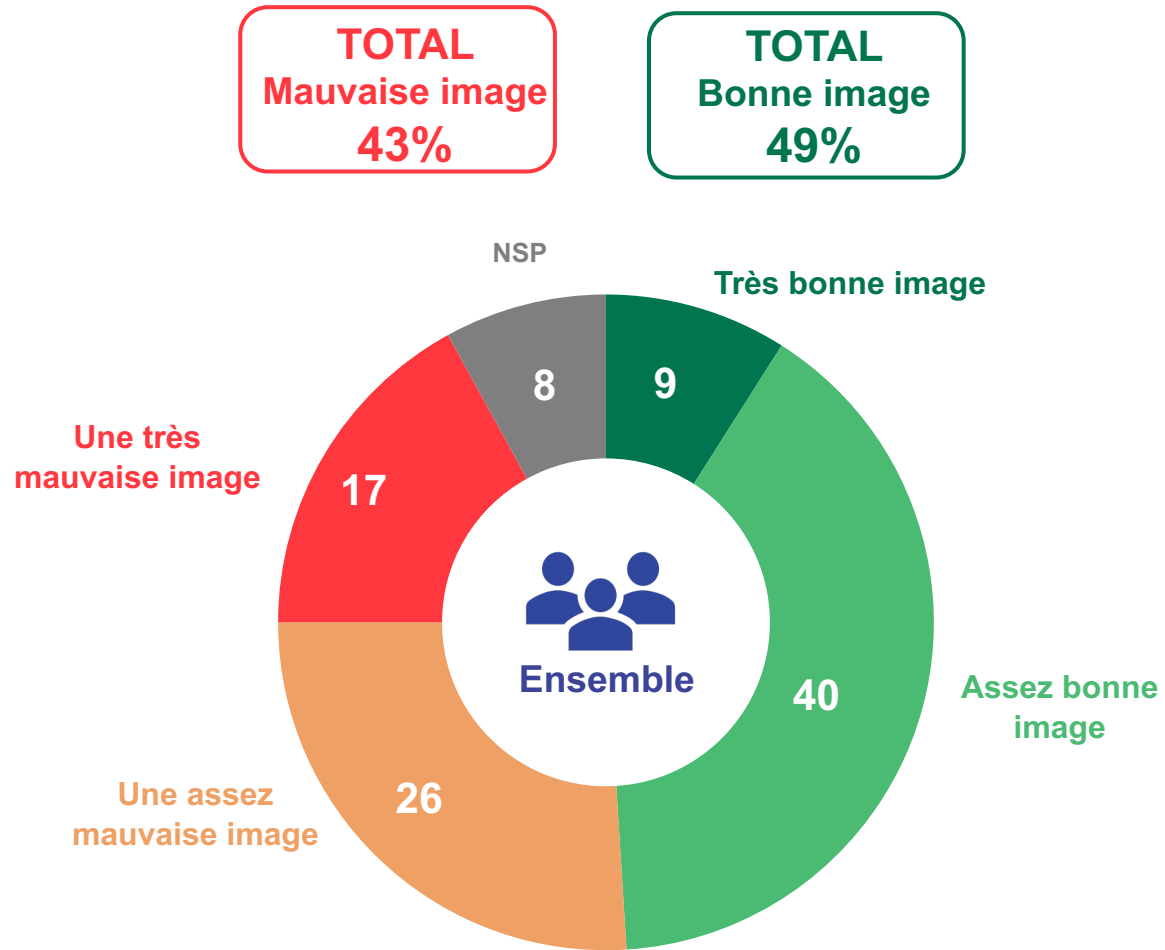


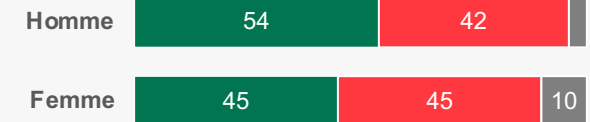
Image du football en général

S15. D'une manière générale, diriez-vous que vous avez une bonne image ou mauvaise image du football en général :

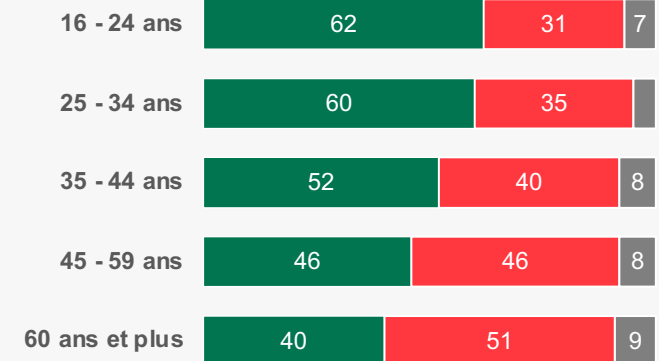
Base : Tous (Ensemble : 2000 / Praticants de foot réguliers : 485 / Parents ou grands-parents d'un enfant jouant au football en club : 405)



SEXE



ÂGE






2

Importance du phénomène football en France

Pratique actuelle ou passée du football en France

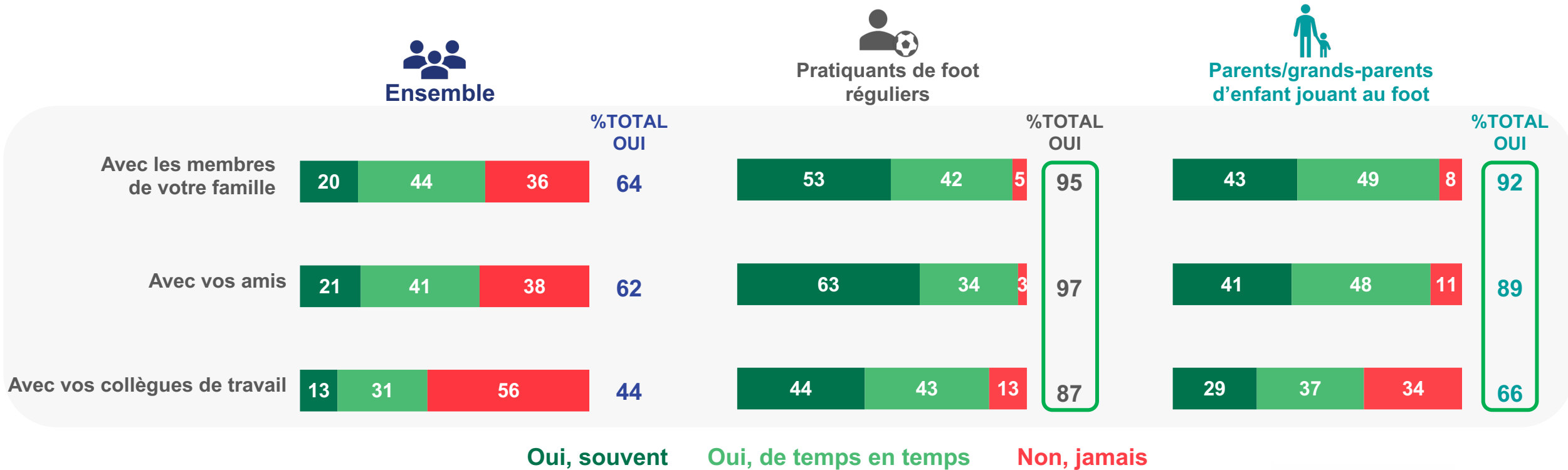
| |  Ensemble | Homme | Femme | 16 - 24 ans | 25 - 34 ans | 35 - 44 ans | 45 - 59 ans | 60 ans + | CSP+ | CSP- |
|--|--|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|
| Au moins occasionnellement | | | | | | | | | | |
| Pratique actuellement le football ou l'a pratiqué par le passé | 43% | 68% | 21% | 64% | 58% | 47% | 40% | 30% | 49% | 53% |
| Pratique le football actuellement | 15% | 24% | 7% | 31% | 27% | 23% | 9% | 2% | 20% | 19% |
| Au moins une fois par mois | | | | | | | | | | |
| Pratique actuellement le football ou l'a pratiqué par le passé | 36% | 58% | 16% | 50% | 45% | 40% | 34% | 27% | 42% | 44% |
| Pratique le football actuellement | 12% | 19% | 6% | 26% | 23% | 19% | 8% | 1% | 18% | 16% |
| En club / association sportive | | | | | | | | | | |
| Pratique actuellement le football en club ou l'a pratiqué par le passé en club | 34% | 54% | 15% | 52% | 47% | 37% | 30% | 22% | 40% | 41% |
| Pratique le football actuellement en club | 5% | 8% | 3% | 13% | 12% | 7% | 2% | 1% | 8% | 7% |

Discussions football

S14 : Vous arrive-t-il de discuter de football...

Base : Tous (Ensemble : 2000 / Praticants de foot réguliers : 485 / Parents ou grands-parents d'un enfant jouant au football en club : 405)

 **71%** **Discutent de football au moins de temps en temps avec son entourage (Famille, amis, collègues)**

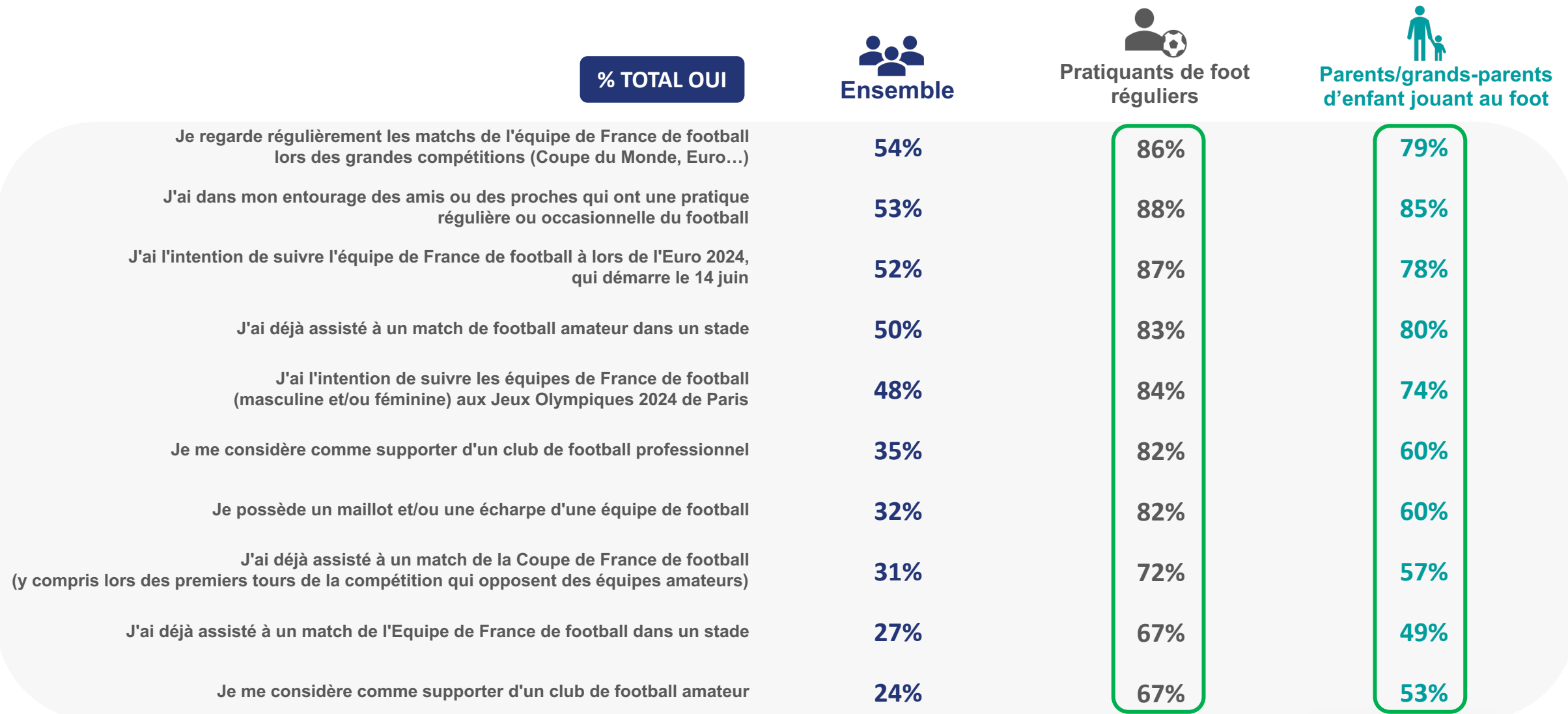


Oui, souvent Oui, de temps en temps Non, jamais

Importance du football en France

S13 : Pour chacune des situations suivantes, lesquelles vous correspondent :

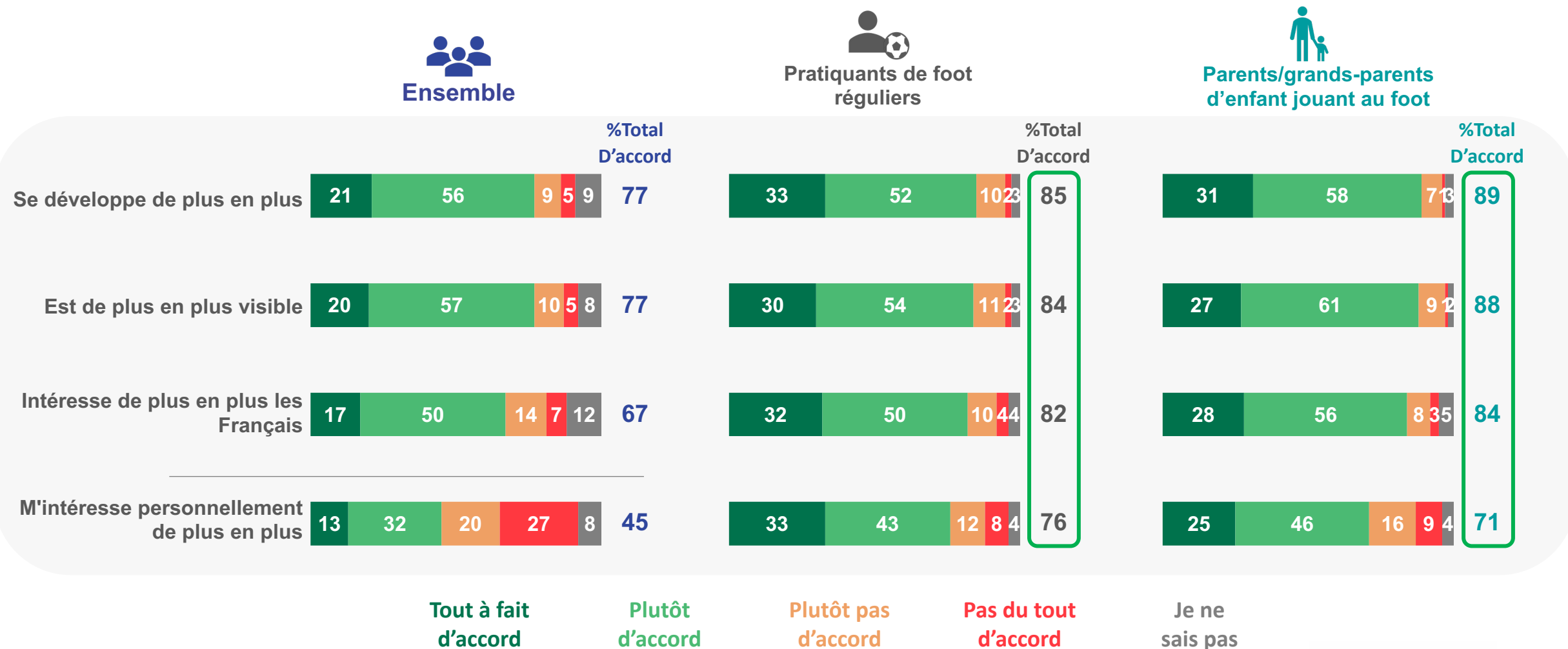
Base : Tous (Ensemble : 2000 / Praticants de foot réguliers : 485 / Parents ou grands-parents d'un enfant jouant au football en club : 405)



Focus football féminin

Q9 : Parlons désormais du football féminin en général. Si vous pensez à ces dernières années, diriez-vous qu'il...

Base : Tous (Ensemble : 2000 / Praticants de foot réguliers : 485 / Parents ou grands-parents d'un enfant jouant au football en club : 405)





3

Le partenariat entre le Crédit Agricole et le football

La perception du partenariat entre le Crédit Agricole et le football

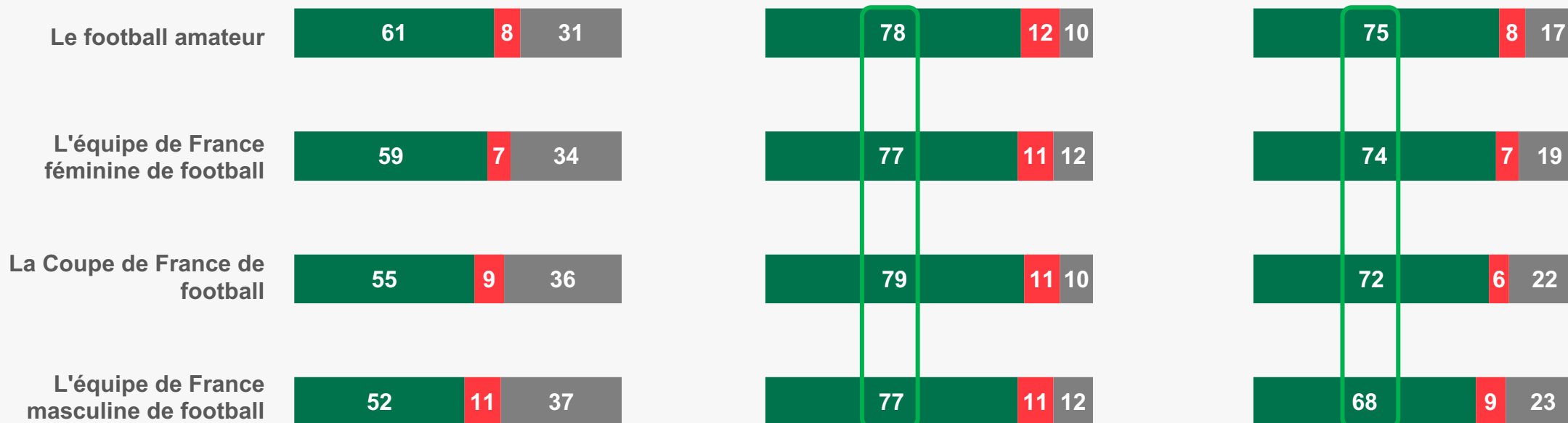
Q14 : Selon vous, est-ce plutôt une bonne ou une mauvaise chose que le Crédit Agricole sponsorise...

Base : Tous (Ensemble : 2000 / Praticants de foot réguliers : 485 / Parents ou grands-parents d'un enfant jouant au football en club : 405)


Ensemble


Praticants de foot
réguliers


Parents/grands-parents
d'enfant jouant au foot



Une bonne chose

Une mauvaise chose

Ni l'un ni l'autre

La reconnaissance du partenariat par les pratiquants

Q15 : Dans le cadre de votre pratique du football, avez-vous déjà ...

Base : Aux pratiquants actuels ou par le passé (Ensemble : 872 / Pratiquants de foot réguliers : 485 / Parents ou grands-parents d'un enfant jouant au football en club : 265)



Se rappelle du logo Crédit Agricole sur au moins un équipement



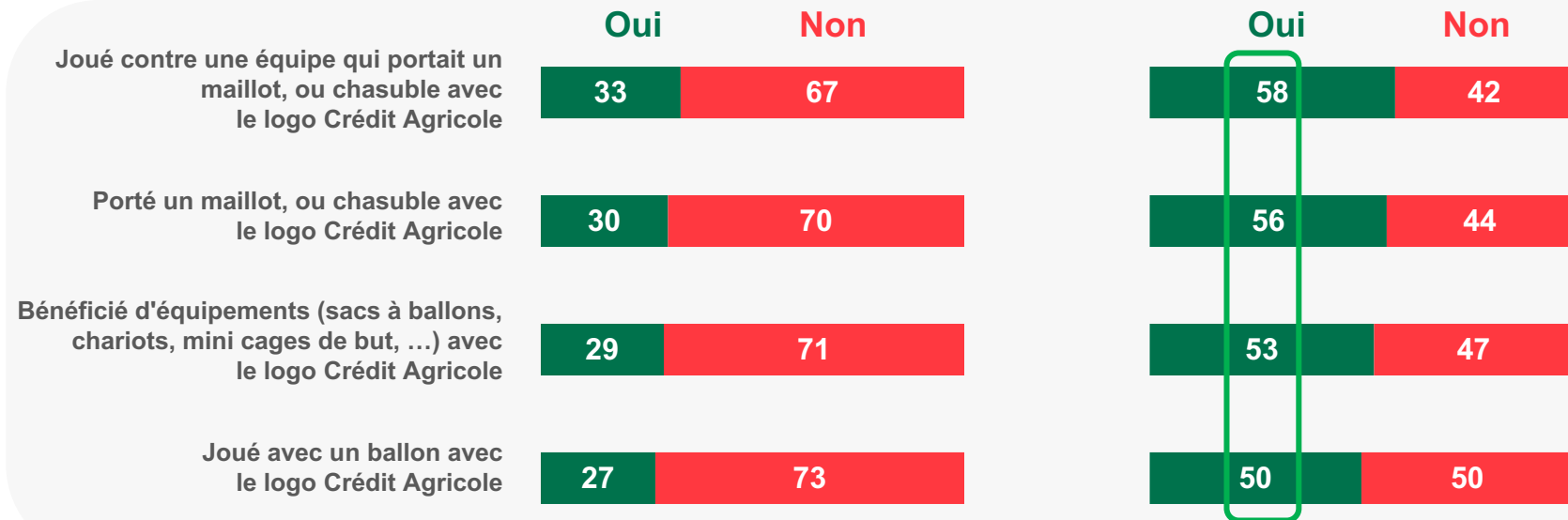
Pratique ou a pratiqué le football par le passé au moins occasionnellement

44%



Pratiquants de foot réguliers

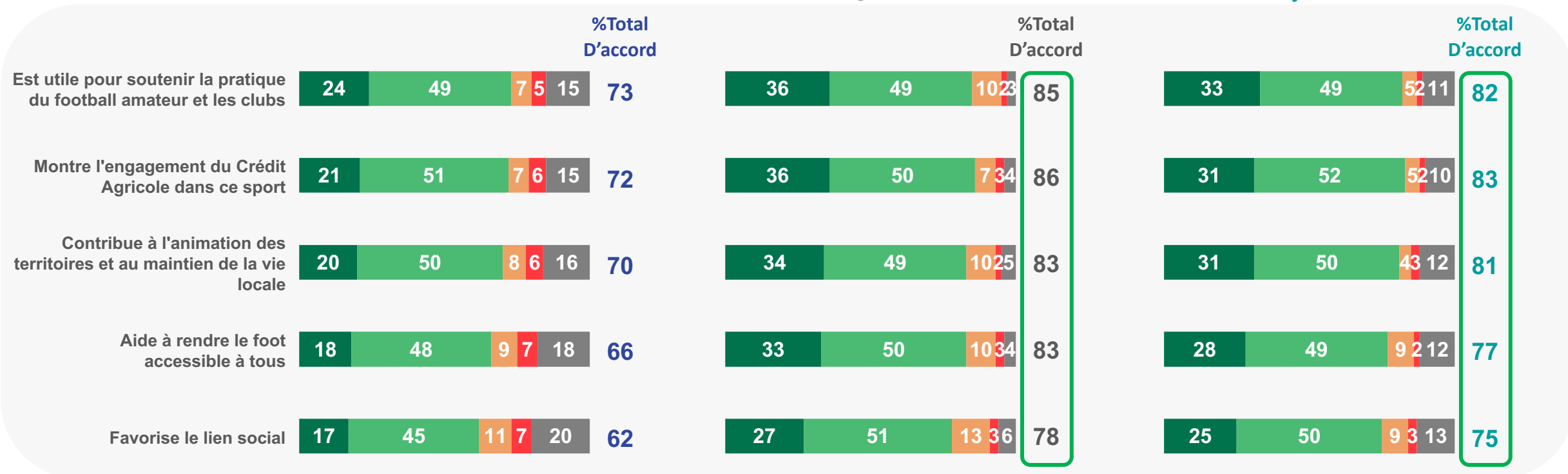
73%



L'impact sociétal du partenariat

Q17 : Le Crédit Agricole fournit/finance des équipements sportifs à destination de clubs amateurs de football, diriez-vous que cela...

Base : Tous (Ensemble : 2000 / Praticants de foot réguliers : 485 / Parents ou grands-parents d'un enfant jouant au football en club : 405)



Tout à fait d'accord

Plutôt d'accord

Plutôt pas d'accord

Pas du tout d'accord

Je ne sais pas



CRÉDIT AGRICOLE



À PROPOS D' IPSOS

Ipsos is the world's third largest market research company, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our passionately curious research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide true understanding and powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. We serve more than 5000 clients across the world with 75 business solutions.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg
IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

In our world of rapid change, the need of reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder. Ultimately, success comes down to a simple truth:
You act better when you are sure.