



## Communiqué de presse

Levallois-Perret, le 24 juillet 2024

*Sous embargo jusqu'au 25 juillet à 7h*

# 20 Minutes et OMG publient en exclusivité l'étude « Cote d'amour des personnalités du sport 2024 »

À quelques heures de la cérémonie d'ouverture des JOP Paris 2024, 20 Minutes dévoile les résultats d'un sondage exclusif portant sur la notoriété et la popularité en France des personnalités du monde du sport (athlètes et commentateurs sportifs), en partenariat avec Omnicom Media Group. Réalisée en juin 2024 auprès de 1 200 personnes âgées de 15 ans et plus, cette étude « *Cote d'amour des personnalités du sport 2024* » paraîtra demain dans le premier numéro de « [L'édition des Jeux](#) », l'édition spéciale JO éditée par 20 Minutes avec Ouest-France et diffusée à 500 000 exemplaires cet été les 26 juillet, 2 et 9 août.



## Florent Manaudou et Teddy Riner, aux carrières établies, sont en tête

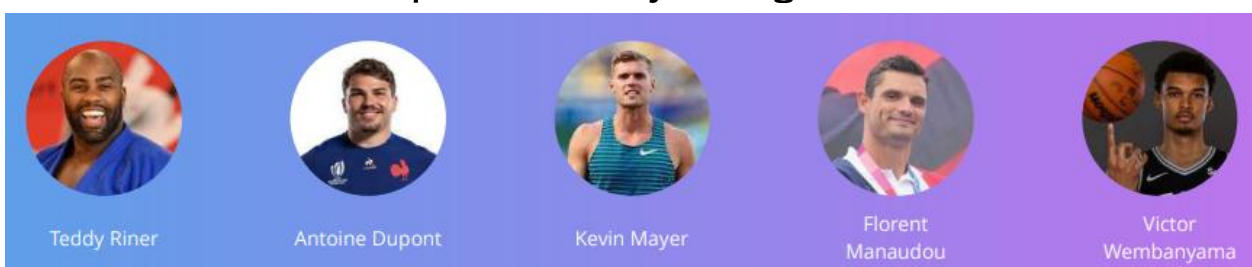
Florent Manaudou, quadruple médaillé olympique en natation, est l'athlète le plus connu des Français, avec 72 % des sondés déclarant le connaître. Il est suivi de près par Teddy Riner, le légendaire judoka, qui atteint 70 % de notoriété et se distingue lui comme étant leur **sportif préféré**. Une popularité qui se confirme également chez les plus jeunes générations (53%).

## Un gros déficit de notoriété pour les athlètes féminines

Clarisse Agbegnenou, double championne olympique et porte-drapeau à Tokyo, est la première femme du classement, mais n'arrive qu'à la huitième place avec 35 % de notoriété. Derrière elle, Pauline Ferrand-Prévot, Sakina Karchaoui et Charlotte Bonnet sont les autres sportives figurant dans le top 20. Cette différence s'explique par un manque de visibilité, dont la responsabilité est partagée par les médias, les sponsors et parfois les Fédérations elles-mêmes.

« On apprend à apprécier une personnalité quand on a l'occasion de l'entendre partager sa passion et raconter son parcours, ses fêlures et ses succès. L'effet JO, couplé à celui de jouer à domicile, devrait représenter un puissant catalyseur de notoriété pour tous les athlètes qui vont y participer » analyse Julien Laloye, rédacteur en chef adjoint de 20 Minutes.

## Les nouvelles stars du sport selon les jeunes générations

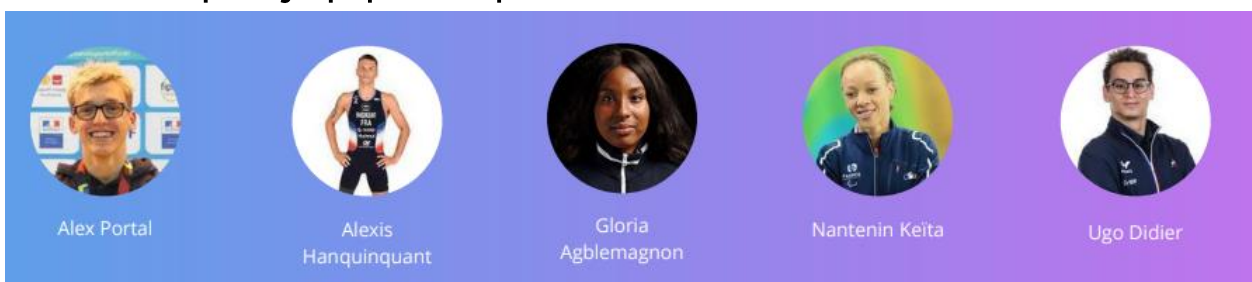


Victor Wembanyama, étoile montante du basket français, et Antoine Dupont, capitaine de l'équipe de France de rugby, sont particulièrement appréciés des 15-24 ans. Wembanyama, qui vient d'être élu rookie de l'année en NBA, se classe sixième parmi les jeunes, tandis qu'Antoine Dupont est le troisième athlète le plus connu et le deuxième préféré de cette tranche d'âge.

## Marchand – Karabatic, le passage de témoin

Nikola Karabatic, le handballeur aux multiples titres olympiques et mondiaux, reste une figure emblématique du sport français. À 40 ans, il figure toujours dans le top 5 de notoriété et de popularité, soulignant l'impact durable de sa carrière exceptionnelle. Léon Marchand, jeune prodige de la natation, est vu comme son successeur naturel. Bien que seulement 25 % des sondés connaissent son nom actuellement, sa participation aux Jeux de Paris pourrait bien changer la donne.

## Les athlètes paralympiques en quête de reconnaissance



Huit sondés sur dix ne connaissent aucun des noms soumis, malgré les performances remarquables de certains d'entre eux comme le triathlète Alexis Hanquiquant et le nageur Alex Portal, connus par seulement 4 % des personnes interrogées. Ce manque de reconnaissance reflète la sous-médiatisation des sports paralympiques et des athlètes en situation de handicap.

## Dans le paysage médiatique, des commentateurs et experts reconnus

Cette étude portant également sur la notoriété et la popularité des journalistes, consultants et présentateurs qui, par leur voix font vivre les JO, place largement en tête Nelson Monfort et Tony Parker.

>>> **Le rapport complet de l'étude est accessible [sur ce lien](#) <<<**

**Important**: toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention suivante: **Cote d'Amour des personnalités du Sport 2024 - Étude Omnicom Media Group et 20 Minutes** et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

A propos de 20 Minutes : Créé en 2002, 20 Minutes est un éditeur d'information indépendant détenu à parts égales par le groupe SIPA-Ouest-France et par le Groupe Rossel.

Encourager l'éveil citoyen, la culture et la participation sociale, telle est l'ambition de 20 Minutes depuis 2002 grâce à un écosystème média puissant: 16 millions de Visiteurs Uniques par mois, 100 millions de vidéos vues, 3 millions de fans Facebook, 2,5 millions de followers sur X, ...

Engagé à rendre l'information accessible gratuitement au plus grand nombre, l'éditeur délivre des clés pour permettre à tous de mieux comprendre le monde et de porter un regard attentif, éclairé et multiple sur la société. Actualité générale, politique, sports, économie, santé, conso, vie pro, culture, ..., 20 Minutes accompagne ses lecteurs au quotidien.

Contact presse: Anne Baron [abaron@20minutes.fr](mailto:abaron@20minutes.fr) 06 09 78 87 22

A propos de Omnicom Media Group France : Omnicom Media Group (OMG) est la division media d'Omnicom, l'un des plus grands groupes de publicité et de communication dans le monde. En France, le groupe est composé de 3 agences média, OMD, Re-Mind PHD et Hearts & Science, dont la mission principale est de concevoir et de déployer des stratégies média pour les marques qui composent leur portefeuille. Ce sont plus de 150 clients de tous univers qui sont accompagnés au quotidien par les 480 collaborateurs du Groupe en France.

Contact presse: Julia Paget [julia.paget@taddeo.fr](mailto:julia.paget@taddeo.fr) 06 38 55 68 78