

Football : CM féminine 2015 - Chiffres

Après la Coupe du Monde Féminine (Football) qui s'est déroulée, cet été, au Canada, retour sur les chiffres de cette édition. Plus d'1,35 million de personnes ont assisté à ses 52 matches au cours des 30 jours de compétition. De nombreux records ont été établis lors de cette édition, notamment un troisième titre historique pour les États-Unis. Les principales déclarations des organisateurs sont disponibles sur FIFA.com. Vous pouvez également trouver ci-dessous les chiffres clés du tournoi.

Affluence

- Affluence totale : 1 353 506
- Affluence moyenne : 26 029
- Plus grosse affluence : 54 027, pour le quart de finale Canada-Angleterre à Vancouver
- Sept matches ont rassemblé plus de 50 000 spectateurs
- Canada 2015 a établi un nouveau record d'affluence pour une compétition de la FIFA, hors Coupe du Monde de la FIFA™

Statistiques

- 146 buts inscrits au total
- 2,81 buts par match en moyenne, contre 2,69 en 2011
- 173,7 duels par match en moyenne, contre 155,5 en 2011 (source : Prozone Sports GmbH, au stade des quarts de finale)
- 374,3 passes courtes par match en moyenne, contre 332,2 en 2011 (source : Prozone Sports GmbH, au stade des quarts de finale)
- L'Angleterre a signé une première victoire historique face à l'Allemagne, après 18 défaites et deux matches nuls
- États-Unis-Japon a battu le record établi en 2011 de la finale la plus riche en buts de l'histoire de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA™
- Carli Lloyd (États-Unis) est la première joueuse de l'histoire à inscrire trois buts lors d'une finale de Coupe du Monde Féminine de la FIFA™
- Avec 112 buts, les États-Unis ont dépassé l'Allemagne au classement des équipes les plus prolifiques de l'histoire de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA™
- Retrouvez toutes les statistiques du tournoi sur [Stats du jour](#)
- Un rapport complet rassemblant toutes les statistiques de jeu collectées par Prozone Sports GmbH sera finalisé dans les prochaines semaines
- Réalisé par le Groupe d'Étude Technique de la FIFA, le [Rapport Technique](#) rassemble plusieurs documents (analyses techniques et tactiques, tendances, rapport d'arbitrage, rapport médical). Un rapport d'analyse physique est également disponible

Audiences TV

- Canada : CTV et RDS ont battu le record d'audience canadien pour un match de Coupe du Monde Féminine de la FIFA™ (3,2 millions de téléspectateurs en moyenne en quart de finale)
- États-Unis : FOX a enregistré la meilleure audience de son histoire pour un match de football (8,4 millions de téléspectateurs en moyenne en demi-finale)
- France : W9 a enregistré les meilleurs chiffres d'audience de son histoire, signant au passage un nouveau record dans le pays pour une chaîne de la télévision numérique terrestre (4,1 millions de

télespectateurs en moyenne en quart de finale)

- Japon : Fuji TV a attiré deux fois plus de télespectateurs pour la demi-finale que pour celle de 2011 (9,3 millions en moyenne en demi-finale)
- Les diffuseurs des pays suivants ont également amélioré leurs audiences par rapport à l'ensemble des matches de l'édition 2011 de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA™ : Australie, Brésil, RP Chine, République de Corée et Norvège
- De nouveaux chiffres d'audience, dont ceux de la finale de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA™, seront disponibles dans les prochains jours

Internet

- 20 millions de visiteurs uniques sur FIFA.com pour les pages consacrées à la Coupe du Monde Féminine de la FIFA™, 225 millions de pages vues et 7,8 milliards de secondes passées sur le site
- 178% de visiteurs quotidiens supplémentaires sur FIFA.com pour les pages consacrées à la Coupe du Monde Féminine de la FIFA™ par rapport à l'édition 2011
- 130% d'abonnés supplémentaires pour la [Page Facebook](#) de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA™ (jusqu'à 662 000 abonnés)
- 81% d'abonnés supplémentaires pour le compte Twitter [@FIFAWWC](#) (jusqu'à 222 000 abonnés)
- 37% d'abonnés supplémentaires pour le compte [Instagram](#) de la FIFA (jusqu'à 1,37 million d'abonnés)
- 9 milliards de [Tweets](#) mentionnant la Coupe du Monde Féminine de la FIFA™
- La [chaîne](#) YouTube de la FIFA a battu en juin son record d'audience mensuel (28 millions de vues, contre 19 millions en juin 2014 pendant la Coupe du Monde de la FIFA, Brésil 2014™)
- Canada 2015 a engendré 19 millions de vues sur la chaîne YouTube de la FIFA, pour l'équivalent de 38 millions de minutes visionnées. 7 millions de vues aux États-Unis, 2 millions au Canada et 1,75 million au Japon pendant la durée de la compétition. 15 heures du 6ème Colloque de la FIFA sur le Football Féminin ont par ailleurs été retransmises [en direct](#)

Fan Zones

Les Fan Zones ont été un grand succès pour la FIFA, le Comité National d'Organisation, les Partenaires de la FIFA et ses Supporters nationaux. La fréquentation a été bonne sur l'ensemble des six Fan Zones. Celle de Vancouver, la plus populaire, a attiré plus de 100 000 personnes sur toute la durée du tournoi.

Technologie sur la ligne de but

La technologie sur la ligne de but a été utilisée pour [la première fois](#) avec succès en Coupe du Monde Féminine de la FIFA™. Les arbitres y ont fait appel à huit reprises, en 52 matches, afin de confirmer, en l'espace d'une seconde, si oui (GOAL) ou non (NO GOAL) le ballon avait bien franchi la ligne de but :

- M12 : Colombie - Mexique (GOAL)
- M16 : Côte d'Ivoire - Thaïlande (GOAL)
- M19 : États-Unis - Suède (NO GOAL)
- M22 : République de Corée - Costa Rica (GOAL)
- M43 : Norvège - Angleterre (GOAL)
- M50 : Japon - Angleterre (GOAL)
- M51 : Allemagne - Angleterre (NO GOAL)
- M52 : États-Unis - Japon (GOAL)

Source : FIFA.com