

La participation du Canada à la Coupe du monde a captivé le pays

La Coupe du monde de la FIFA 2026 a été bien plus qu’un simple tournoi. Après des années d’attente le Canada s’est retrouvé sous les feux de la rampe en tant que co-organisateur et a disputé son premier match de Coupe du monde masculine à domicile, offrant ainsi des moments inoubliables aux amateurs de soccer canadiens. La vague d’intérêt national pour ce sport, qui ne cesse de prendre de l’ampleur depuis des années, a atteint son apogée lorsque l’équipe nationale masculine a réalisé des performances record, offrant ainsi aux supporters partout au pays de nouvelles raisons de suivre le tournoi.

Cet élan s’est reflété dans les auditorios d’un océan à l’autre. En effet, la Coupe du monde de la FIFA 2026 a fait les manchettes tout au long du tournoi, touchant 77% de la population, une hausse par rapport aux éditions de 2022 et 2018. Le nombre d’heures passées à regarder les matchs a également augmenté par rapport aux tournois précédents, preuve que les Canadiens étaient non seulement plus nombreux, mais qu’ils consacraient également plus de temps à suivre les rencontres. Cette année, le téléspectateur moyen a passé 15 heures à suivre les matchs.

Intelligence par NUMERIS Récapitulatif de la Coupe du monde de football masculine de la FIFA					
Année	Portée cumulée (000)	Portée cumulée %	Heures par télésép.	Équipe gagnante	Hôte
2014	30 706	88,6	10,7	Allemagne	Brésil
2018	25 600	71,4	7,7	France	Russie
2022	25 534	67,1	7,5	Argentine	Qatar
2026	31 489	77,3	15,2	Espagne	Canada, États-Unis & Mexique

Source: Numeris TV audimétrique, Canada - Total, Ind. 2+, Coupe du monde de la FIFA*, En direct + Écoute en différé le jour même, Portée cumulée (%), Total des heures d’écoute hebdomadaires (000)

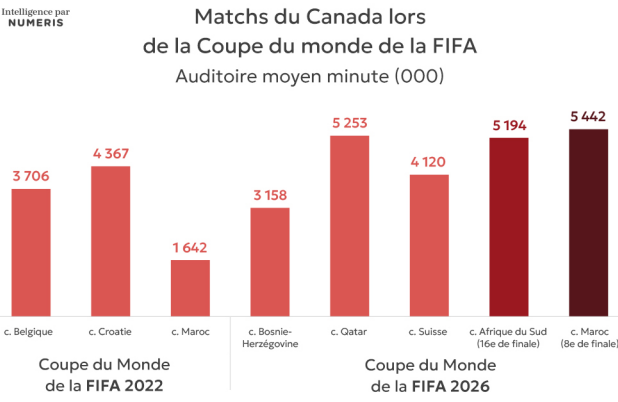
** Comprend tous les programmes liés à la FIFA

La finale de la Coupe du monde de la FIFA 2026 opposant l’Espagne à l’Argentine est entrée dans l’histoire en devenant le match de la FIFA le plus regardé de tous les temps au Canada. La rencontre a attiré un auditoire moyen de 6,4 millions de téléspectateurs et a rejoint près de 15 millions de Canadiens. Elle a également marqué une première avec la tenue d’un spectacle de la mi-temps lors d’une finale de la Coupe du monde de la FIFA, ce qui pourrait avoir contribué à élargir l’attrait de l’événement et à générer des niveaux d’écoute records.



Le parcours historique du Canada à la Coupe du monde

Le parcours du Canada lors de la Coupe du monde de la FIFA 2026 a marqué un moment historique pour l’équipe nationale masculine et pour les amateurs de soccer des quatre coins du pays. Au terme d’un tournoi record, ponctué de moments marquants et couronné par la première qualification du Canada pour les huitièmes de finale, l’équipe a affronté le Maroc à l’occasion de l’un des matchs les plus regardés de la Coupe. Bien que l’issue du match n’ait pas été favorable au Canada, celui-ci a tout de même marqué l’histoire en devenant le match de l’équipe canadienne le plus regardé de tous les temps ainsi que le plus important match de la Coupe du monde (hors finale) jamais diffusé au pays, attirant un auditoire moyen de 5,4 millions de téléspectateurs et touchant 11,7 millions de Canadiens.

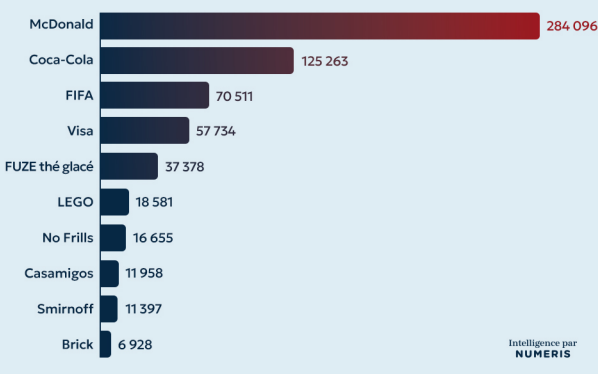


La Coupe du monde de la FIFA 2026 renforce considérablement la visibilité des grandes marques

La Coupe du monde de la FIFA 2026 a suscité une forte activité de la part des marques, tant pendant le tournoi qu’au cours des mois qui l’ont précédé, avec McDonald’s arrivant en tête avec 284,1 millions d’impressions, suivi de Coca-Cola avec 125,3 millions. La FIFA Visa et FUZE thé glacé figuraient également parmi les principaux annonceurs. Démontrant que tant les partenaires officiels du tournoi que les grandes marques grand public ont su tirer parti de la portée nationale et de la résonance culturelle de la Coupe du monde.

FIFA 2026 : les grandes marques

Nombre d’impressions (000) de mars à juin 2026



Source: Données sportives de NLogic, Canada - Total, TV - Total, Ind. 2+, du 23/02/2026 au 28/06/2026, Impressions (000), FIFA Spots

Dans l’ensemble, ces résultats corroborent la valeur durable de la télévision comme puissant outil permettant de rassembler les Canadiens lors d’événements majeurs diffusés en direct. Pendant la Coupe du monde de la FIFA 2026, l’ampleur et l’importance nationale du tournoi combinées à l’expérience télévisuelle partagée ont créé un cadre particulièrement propice à la visibilité des marques, qui leur a permis d’entrer en contact avec un public engagé et de s’inscrire dans le débat culturel plus large, que ce soit par le biais de partenariats officiels ou de campagnes publicitaires plus générales liées à l’événement.

Le rapport complet sur la Coupe du monde de la FIFA 2026, qui comprend les données d’auditoire par match, le profil des téléspectateurs par marché et les chiffres concernant la portée de la finale, est disponible sur la plateforme Lens aux abonnés du service TV audimétrique. Pour y accéder, veuillez communiquer avec [votre gestionnaire de compte](#).

Sources :

La Coupe du monde de la FIFA 2014 a été diffusée sur CBC, SRC, Sportsnet et TVA Sports du 12 juin au 13 juillet 2014.

La Coupe du monde de la FIFA 2018 a été diffusée sur CTV, TSN, TSN2, RDS et RDS2 du 14 juin au 15 juillet 2018.

La Coupe du monde de la FIFA 2022 a été diffusée sur CTV, TSN, TSN2, RDS et RDS2, ainsi que certains matchs sur Noovo, du 20 novembre au 18 décembre 2022.

La Coupe du monde de la FIFA 2026 a été diffusée sur CTV, CTV2, TSN, TSN2, RDS et RDS2, ainsi que certains matchs sur Noovo, du 11 juin au 19 juillet 2026.