

Cette page peut être consultée en ligne à l'adresse <https://racingstub.com/articles/2341-les-resultats-de-l-enquete-maillot>

Les résultats de « l'enquête maillot »

☆☆☆☆ (0 note) 📅 29/07/2008 05:00 📍 Bilan 👁 Lu 3.011 fois 👤 Par conan 💬 0 comm.



Après dix jours de consultation, voici les résultats de l'enquête organisée par racingstub.com à propos du maillot du Racing rêvé par les internautes.

A chaque début de saison, l'annonce du nouveau maillot du Racing est source de nombreux débats passionnés. Pour y voir plus clair à propos des attentes des supporters, racingstub.com a organisé une grande enquête sur ce que devrait être le maillot du RCS (le questionnaire peut être consulté en [cliquant ici](#)). Voici les résultats.

Le profil des répondants

?

?

?

?

?

Premier chiffre à retenir, le nombre de votants s'élève à 991 en une dizaine de jours, ce qui montre l'intérêt du public pour les questions liées au maillot du club. Nous avons ici affaire en majorité à des profils relativement jeunes, passionnés de longue date et qui fréquentent assidûment la Meinau. On notera que 145 supporters « expatriés » ont répondu à l'enquête. Nous avons donc ici de nombreux acheteurs potentiels du maillot du Racing. On peut regretter la faible représentation des femmes, malheureusement peu intéressées par ces affaires de chiffon.

Les enjeux du débat

?

?

Ces questions d'ordre général doivent permettre de mesurer les enjeux du débat. Outre le chiffre éloquent de participants, l'enjeu important est posé par la très faible majorité des votants qui pensent que ces questions sont anecdotiques du moment où la qualité de l'équipe est assurée. Plus de 3 sur 4 se montrent en outre attachés à un sentiment symbolique véhiculé par le maillot du club. Le sujet semble donc sensible et très stratégique.

Si une faible proportion de sondés achète quoi qu'il arrive le maillot ou ne l'achète jamais, 4 sur 5 restent à chaque début de saison une clientèle à conquérir.

La question de l'équipementier

Première série des questions de fond : les votants valident le rapport historique entre le géant Adidas et le Racing. Adidas constitue de très loin l'équipementier préféré du public strasbourgeois.

Mais le vote nous offre un deuxième enseignement : la bonne image de Hummel, qui, loin derrière Adidas, rivalise avec les deux autres « géants » Nike et Puma. L'équipementier danois termine quasiment à égalité avec Nike et bien devant Puma. Ce résultat est valorisé par le très faible nombre de voix recueilli par Asics, qui a pourtant équipé le Racing durant trois ans.

Enfin, si elle demeure importante, la question de l'équipementier n'est pas capitale : 57 % des votants estiment en effet que le nom de l'équipementier influence peu ou pas du tout la décision d'acheter un maillot.

La couleur du maillot

Le bleu foncé obtient une majorité confortable et absolue, loin devant le bleu ciel remis à l'honneur par le club pour la deuxième saison consécutive. Quant au blanc, couleur à domicile pour la troisième saison de suite, il ne ramasse que des miettes. Pour 91% des votants, le Racing doit donc jouer en bleu à la Meinau, avec une grande préférence pour le bleu roy.

Concernant le maillot extérieur, le blanc est en tête très largement. L'idée d'un maillot extérieur d'une couleur originale, de plus en plus mise en application dans de nombreux clubs (comme au Racing qui jouait en jaune à l'extérieur à la fin des années 90) est massivement rejetée par nos internautes. Par contre, la mode des maillots « third » originaux est intégrée et assez largement acceptée, deux votants sur trois répondant positivement sur ce point.

Grande mode de ces dernières années (notamment pour l'équipe de France qui a abandonné sa tenue tricolore traditionnelle et a joué tous ses matchs de l'Euro avec maillot, short et bas bleus), une très large majorité se montre défavorable à ce phénomène de tenue unie choisi cette saison par le Racing. Pour ces votants, le Racing c'est donc maillot bleu, short blanc et bas bleus à domicile ; maillot blanc, short bleu et bas blancs à l'extérieur.

Le type de maillot

Chapitre entamé par cette question de transition : quel ancien maillot possède les faveurs du public ? Le Hummel Steelcase 03/04, sans surprise, arrive en tête, ce qui confirme que ce maillot possède une grosse cote chez les supporters. Le maillot bleu roy 94/96 (« Tourtel ») et celui de la saison 04/05 (dernière Coupe de la Ligue) complètent le tableau.

Si les maillots bleu foncé remportent ici aussi la majorité des suffrages, on notera les places honorables des maillots blancs (centenaire 2006-2007, Asics du début des années 2000, et Hummel de l'an dernier).

On trouve en queue de peloton deux maillots bleu ciel : le maillot « Celtic » avec lequel le Racing a remporté la Coupe de la Ligue en 1997 et le fameux maillot Hechter pourtant très recherché par les collectionneurs.

Dans le détail :

Au niveau des types de maillot à proprement dit, se détachent largement le maillot uni et le maillot type « Arsenal » avec les manches dépareillées du reste de la tenue. Même en allant dans le détail, tout autre type de maillot est rejeté par les votants. Y compris les maillots type « Celtic » ou « River Plate » déjà vus à diverses époques. Avis aux dirigeants s'ils avaient dans le futur le projet de proposer un maillot à rayures verticales, avec bande centrale verticale ou horizontale, type Feyenoord ou type Monaco : l'initiative ne serait visiblement guère appréciée.

Une éventuelle recherche d'originalité aurait plus de chances de rencontrer un écho positif avec un maillot Arsenal, par exemple bleu roy à manches blanches.

Mais la simplicité semble rester une valeur sûre aux yeux des votants.

Enfin pour plus de 4 votants sur 5, le type de maillot est réellement un élément déterminant pour l'achat. Bien plus que le choix de l'équipementier, c'est sur ce terrain que la décision finale se joue.

Le sponsor

Le principe du sponsoring est très bien intégré dans les esprits. Mais il ne s'agit pas non plus de vendre totalement "son âme au diable" pour une poignée d'euros : pour 77 % des interrogés, l'intégration esthétique du ou des sponsors est un élément prépondérant dans l'achat d'un maillot.

