



Coupe du Monde : les PGC aussi marquent des buts !

Suivez les insights IRI Coupe du Monde toutes les semaines.



En 2016, nous avons estimé un effet **Euro**, sur les 5 semaines de la compétition (du 06/06 au 10/07), de l'ordre de **+60 M€** sur les catégories « foot-sensibles ».

Les catégories « foot-sensibles » : la bière, les produits apéritifs, les pizzas...

Des ventes de télévisions boostées par les événements sportifs et notamment le football.

En 2018 nous prévoyons une progression des ventes similaire à celle du Mondial 2014 au Brésil...

...soit **+6,2 % (+10 M€)** pour un total de plus de **175 M€** de TV et accessoires vendus.

Quel sera réellement l'effet Coupe du Monde cette année ?

A suivre...

Source IRI ILD. Données télévisions et accessoires en HM, SM, Drive, Proxi du mois d'avril au mois de juillet 2016 vs même période 2015.

Retrouvez nos publications sur www.iriworldwide.com rubrique Insights.

Les informations communiquées dans ce support ne peuvent être ni amendées ni modifiées. Publication mai 2018.