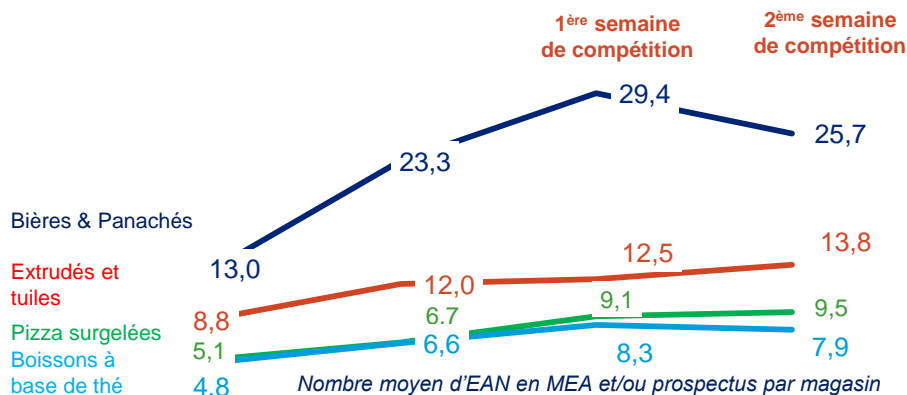




## Coupe du Monde 2018 : des catégories « foot-sensibles » soutenues par la promotion

La hausse de la pression promotionnelle à l'arrivée de la compétition...



... permet de booster les ventes malgré une baisse de rendement

<b>Vs 2017</b>				
Evol. pression	<b>+94%</b>	<b>+47%</b>	<b>+35%</b>	<b>+28%</b>
Evol. rendement	<b>-16%</b>	<b>-5%</b>	<b>-16%</b>	<b>-15%</b>
Evol. rotations promo	<b>+62%</b>	<b>+41%</b>	<b>+14%</b>	<b>+9%</b>
<b>Vs Euro 2016</b>				
Evolution pression	<b>+46%</b>	<b>+43%</b>	<b>+74%</b>	<b>+12%</b>
Evolution rendement	<b>-38%</b>	<b>-40%</b>	<b>-7%</b>	<b>+9%</b>



Pizza surgelées, extrudés et tuiles, boissons à base de thé et bières et panachés  
Du 11 au 24 juin 2018 vs même période en 2016 et 2017

Source ILD Hypermarchés. Données arrêtées au 24/06/18.

Pression = nombre moyen d'EAN MEA et/ou prospectus, Rendement = VMH Vol. / Nombre moyen d'EAN MEA et/ou prospectus

Rotations promo = VMH Vol. MEA et/ou Prospectus

Retrouvez nos publications sur [www.iriworldwide.com](http://www.iriworldwide.com) rubrique Insights.

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