
LA COUPE DU MONDE DE FOOTBALL DEVRAIT BOOSTER LE COMMERCE FRANÇAIS DE 874 MILLIONS D'EUROS

Le nouveau rapport Kelkoo révèle que ce ne sont pas seulement les fans de Football français qui espèrent voir l'équipe de France gagner – chaque but marqué par la France à partir des huitièmes de finale devrait rapporter aux commerçants près de 94 millions d'euros

- **La Coupe du Monde 2010 devrait stimuler de manière significative les ventes de détail en France et rapporter aux commerçants près de 874 millions d'euros si la France dépasse les 8^{èmes} de finale. Le montant total des ventes de détail pourrait atteindre 1,6 milliard d'euros si les Bleus arrivent jusqu'à la finale^[1]**
- **Après les 8^{èmes} de finale, les plus fortes ventes devraient concerner les secteurs de l'alimentation et des boissons (346 millions d'euros soit 39,6% des ventes totales), des équipements électriques et téléviseurs (346 millions d'euros ou 39,6% des ventes totales), suivi par le secteur du sportswear (138 millions d'euros ou 15,8% des ventes totales)**
- **Les dépenses en ligne devraient atteindre 80 millions d'euros à la fin des 8^{èmes} de finale, et jusqu'à 137 millions d'euros si la France atteint la finale soit 8,5% du total des dépenses de détail durant la Coupe du Monde**
- **A partir des 8^{èmes} de finale, chaque but marqué par l'équipe de France pourrait générer 94 millions d'euros pour les commerçants**

Paris, le 7 juin 2010: A moins d'une semaine seulement du coup d'envoi de la 19^{ème} Coupe du Monde de la FIFA, un nouveau rapport commandité par le moteur de shopping Kelkoo.fr révèle que l'événement pourrait permettre aux ventes de détail de générer près de 874 millions d'euros si la France parvient à dépasser les 8^{èmes} de finale. Toutefois, si les Bleus arrivent en finale, les dépenses des Français pourraient atteindre 1,6 milliard d'euros et ainsi stimuler les dépenses globales de ventes de détail sur les mois de juin et juillet de 2% (76,28 milliards d'euros à 77,89 milliards d'euros).

Le rapport, commandité par Kelkoo.fr et mené par le Centre for Retail Research, examine l'impact probable de la Coupe du Monde de la FIFA sur les ventes de détail en France, et analyse l'effet sur les dépenses de consommation selon la progression de l'équipe de France durant la compétition. Les résultats sont basés sur l'analyse de l'impact de la Coupe du Monde en 2006, les estimations de la distribution et les précédents rapports de recherche sur le sujet.

Les ventes françaises de détail devraient augmenter de 874 millions d'euros si la France survit aux 8^{èmes} de finale, auxquelles devraient s'ajouter 92 millions d'euros dépensés uniquement dans les bars, pubs et cafés (966 millions d'euros). La participation de la France aux quarts de finale devrait également doper les ventes totales de détail de près de 267 millions d'euros, de 213 millions d'euros supplémentaires si elle atteint les demi-finales et de 264 millions d'euros supplémentaires si elle se qualifie pour la finale. Les dépenses totales pourraient potentiellement atteindre 1,6 milliard d'euros. Avec les fans de football qui affluent dans les lieux publics pour regarder les matchs, une place en finale rapporterait aux bars, pubs et cafés un chiffre d'affaires total de près de 247 millions d'euros pour toute la période de la Coupe du Monde, et ainsi générer 1,865 milliard d'euros de dépenses totales.

*"La Coupe du Monde de la FIFA est l'événement sportif majeur juste après les Jeux Olympiques. Résultat de l'attrait des Français pour le football et de l'audience considérable générée par l'événement, le Mondial a un impact évident sur les dépenses des consommateurs et les ventes de détail dans l'hexagone» rappelle **Nicolas Jornet, directeur marketing de Kelkoo France.** « A titre d'exemple, la dernière finale a d'ailleurs été regardée par 715 millions de spectateurs dans le monde ! Les experts s'accordent à dire que la Coupe du Monde est bien plus qu'un levier pour les ventes de détail et le secteur des loisirs, que l'événement peut influencer positivement sur la croissance du pays et avoir un impact positif sur la confiance des consommateurs. La Coupe du Monde devrait d'ailleurs booster le PIB du pays gagnant la finale de 0,7% ! »*

Le hit-parade des ventes de la Coupe du Monde

En raison de la récession de 2008 / 2009, les consommateurs Français ont tendance à être plus économes, ce qui pourrait légèrement contenir les dépenses liées à la Coupe du Monde. Toutefois, en dépit du contexte économique, le succès de la Coupe du Monde pourrait augmenter de manière significative l'ensemble des ventes de détail pour un total de 874 millions d'euros si la France dépasse les 8^{èmes} de finale, de 1,1 milliard d'euros au cours des quarts de finale, 1,4 milliard d'euros durant les demi-finales et plus de 1,6 milliard d'euros si la France remporte la compétition. Bien que l'équipe de France soit très bien cotée (11/1) comparée aux autres équipes de sa poule (Afrique : 125/1, Mexique : 80/1, Uruguay : 80/1) ^[2], il n'y a pas que les fans de football qui puissent se réjouir de la réussite des Bleus en Afrique du Sud. Selon le rapport, chaque but marqué par l'équipe de France, des 8^{èmes} de finale jusqu'à la finale, pourrait rapporter près de 94 millions d'euros aux commerçants français.

Le plus important poste de dépenses des Français durant la Coupe du Monde sera celui de l'alimentation et des boissons. Les Français devraient avoir dépensé près de 161 millions d'euros en boissons (y compris non-alcoolisées) et 185 millions d'euros en denrées alimentaires à la fin des 8^{èmes} de finale, ce qui réunis représenterait près de 39,6% de l'ensemble des dépenses de détail sur la période (346 millions sur 874 millions d'euros). De plus si la France parvient à se qualifier pour la finale, ce chiffre pourrait atteindre au total 674 millions d'euros (soit 42% des dépenses totales de détail).

Les TV et équipements audio-vidéo représentent également une part importante des dépenses liées à la Coupe du Monde. En effet les consommateurs profitent de cet événement pour mettre à jour leur matériel (HD ou 3D) et le secteur devrait ainsi générer 272 millions d'euros durant la phase des poules qualificatives, et gagner 74 millions d'euros durant les 8^{èmes} de finale pour un total de 346 millions d'euros avant les quarts de finale, soit près de 39,6% des ventes totales de détail sur la période. Le segment des TV et équipements audio-vidéo devrait avoir généré 600 millions d'euros au moment de la finale (37% des ventes totales de détail).

À la fin des 8^{èmes} de finale, d'autres secteurs populaires devraient avoir profité de l'événement et notamment celui du sportswear (vêtements, tenues officielles, etc.) avec un montant de 138 millions d'euros ou les souvenirs avec 44 millions d'euros. Si la France parvient en finale, les dépenses sur ces postes pourraient atteindre respectivement 257 millions et 87 millions d'euros.

Total des dépenses par secteurs durant la Coupe du Monde

Tous les chiffres sont en millions d'euros							
	Poules qualificatives	8èmes de finale	Sous total	Quarts de Finale	Demi Finale	Finale	Total
Articles souvenirs	37€	7€	44€	9€	11€	23€	87€
Sportswear	104€	34€	138€	45€	24€	50€	257€
Alimentation & Boisson	265€	81€	346€	116€	90€	122€	674€
- Alimentation	141€	44€	185€	67€	44€	69€	365€
- Boisson	124€	37€	161€	49€	46€	53€	309€
TV & équipements	272€	74€	346€	97€	88€	69€	600€
Ventes totales	678€	196€	874€	267€	213€	264€	1,618€
Bars, pubs, cafés	69€	23€	92€	36€	46€	73€	247€
Total	747€	219€	966€	303€	259€	337€	1,865€

Source: Centre for Retail Research rapport Coupe du Monde pour Kelkoo, Mai 2010

Les dépenses sur Internet

Les achats sur Internet liés à la Coupe du Monde devraient connaître également un beau succès avec des prévisions de ventes qui devraient atteindre 80 millions d'euros d'ici la fin des 8^{èmes} de finale et 137 millions d'euros si la France atteint la finale – pour représenter 8,5% du total des ventes de détail réalisées durant la Coupe du Monde. Le secteur le plus profitable pour le e-commerce devrait être celui des articles de souvenirs avec près de 14,9% des dépenses en ligne suivi de près par celui des équipements électriques et téléviseurs avec 13% et celui du sportswear avec 10,1%.

Total des dépenses en ligne par secteur durant la Coupe du Monde

Tous les chiffres sont en millions d'euros				
	Dépenses en ligne après les 8 ^{èmes} de finale	Dépenses en ligne entre les quarts de finale et la finale	Total	Pourcentages
Articles souvenirs	4.0€	9.0€	13.0€	14.9%
Sportswear	19.0€	7.0€	26.0€	10.1%
Alimentation & Boisson	6.0€	4.0€	10.0€	1.5%
- Alimentation	3.0€	2.0€	5.0€	1.4%
- Boisson	3.0€	2.0€	5.0€	1.6%
TV & équipements	45.0€	33.0€	78.0€	13.0%
Total	80.0€	57.0€	137.0€	8.5%

Source: Centre for Retail Research World Cup report for Kelkoo, May 2010

« La Coupe du Monde n'est pas seulement un événement très lucratif pour les pubs et les bars. Les commerçants en ligne et les magasins physiques en récolteront également les bénéfices » souligne **Nicolas Jornet**. « L'événement fournira une impulsion appréciée aux commerçants français par la passion que génère le football et l'incitation à l'achat qui en découle. Les progrès de la France durant la compétition sont donc susceptibles de renforcer la confiance et le moral des consommateurs pour finalement favoriser la croissance économique ».

Visitez le guide Kelkoo de la Coupe du Monde sur :

<http://www.kelkoo.fr/c-100420123-coupe-du-monde-de-la-fifa.html>

Note aux rédacteurs:

1. « What will winning mean ? », rapport sur les ventes de détail liées à la Coupe du Monde 2010, a été réalisé par Centre for Retail Research, à Nottingham, et parrainé par Kelkoo. Les données présentes ici s'appuient sur notre analyse des estimations du commerce de détail, des rapports de recherche et des publications gouvernementales. Tout avis, déclaration factuelle, prévision ou estimation fourni ici relève de la responsabilité exclusive de Centre for Retail Research.

Le rapport a été préparé par le professeur Joshua Bamfield, Directeur de Centre for Retail Research.

2. Données au 1^{er} juin sur: <http://www.oddschecker.com/football/internationals/world-cup>

Kelkoo, le leader des moteurs de shopping, a pour objectif de rendre le shopping plus facile, plus rapide et plus agréable et surtout plus qualitatif en offrant aux internautes une large gamme de produits.

Avec une interface ergonomique et une navigation fluide, Kelkoo est le pionnier de son domaine. Les innovations de Kelkoo incluent la recherche par popularité et par mot clé, ainsi que des conseils d'experts.

Printemps 2008, à l'initiative du Secrétaire d'Etat au développement de l'économie numérique et de la Fédération de l'e-commerce et de la vente à distance ([FEVAD](#)), une charte de confiance pour les sites comparateurs de prix a été rédigée et signée par 7 comparateurs, dont Kelkoo.

Créé en France en 1999, Kelkoo est présent dans 10 pays européens. Le site est fréquenté par millions de visiteurs chaque mois. Avec 4 000 marchands et 10 millions de produits en France, Kelkoo permet aux sites e-commerce d'acquérir une audience qualifiée et de répondre aux besoins spécifiques des consommateurs.

Actualité Kelkoo sur Kelkooblog.com