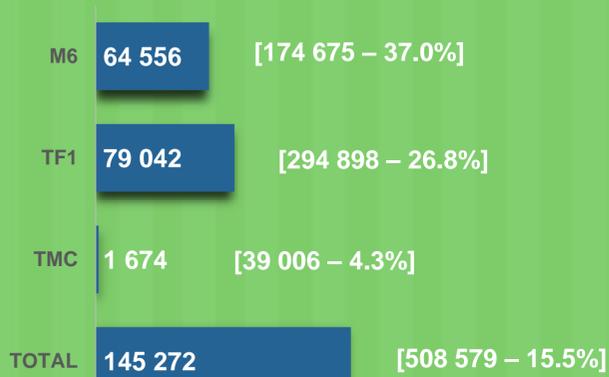




19/07/2016

Les investissements publicitaires par chaîne (000 €)

Recettes brutes des matches
[Total TV sur la période – poids / total TV]



145 271 744€

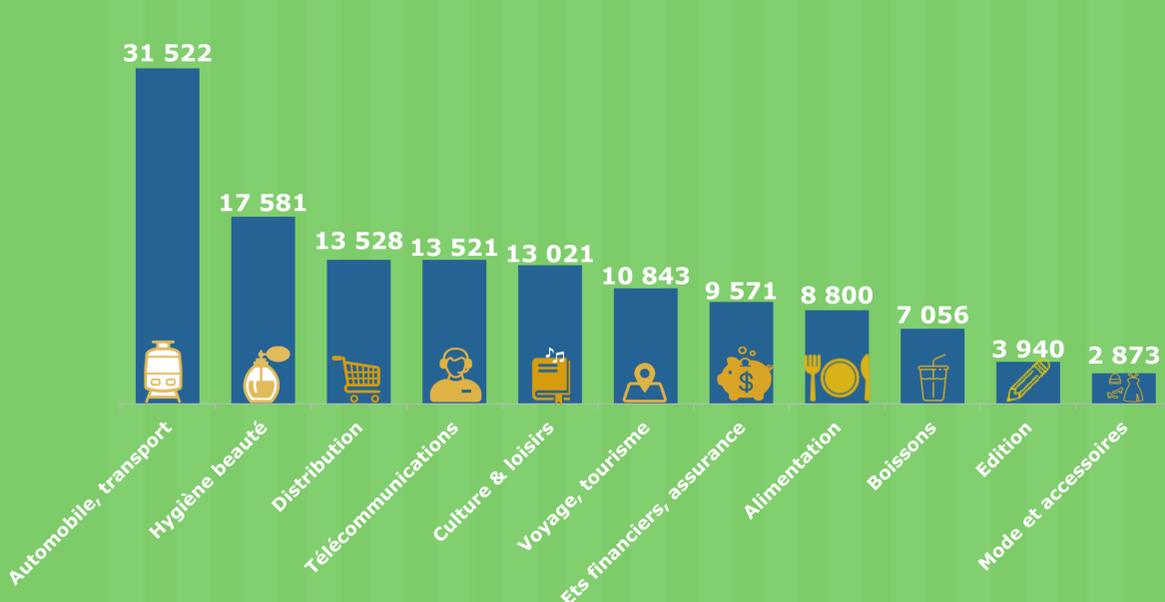
Recettes brutes des matches

→ 15.5%

du total des IP TV sur la période



TOP familles annonceurs (IP en M€ et PdM en %)



AUTOMOBILE / TRANSPORT
22%



HYGIÈNE BEAUTE
12%



DISTRIBUTION
9%

TOP TARIFS

TOP COÛTS GRP



10/07 : PORTUGAL - FRANCE
Prolongations / 320 000 €



03/07 FRANCE - ISLANDE
2134 / 230 000 €



07/07 : FRANCE - ALLEMAGNE
2088 / 225 000 €



MEN ENF

18/07 : BELGIQUE - IRLANDE
Ouverture / 34 000 €
- 17 128€ CGRP MENENF -



H25-49

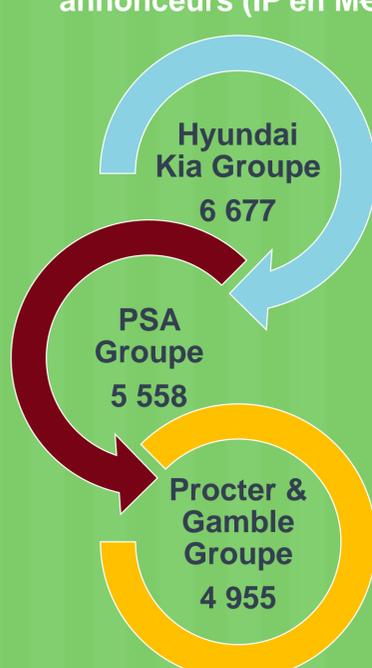
20/06 SLOVAQUIE - ANGLETERRE
Ouverture / 10 1778€
- 9 253€ CGRP H25-49 -

TOP 10 annonceurs

(IP en M€)



TOP 3 groupes annonceurs (IP en M€)



Tarifs moyens

	TF1	M6	TMC
Tarifs moyens	70 250€	122 391€	35 000€
Coût GRP MENENF	7 991€	9 447€	14 553€
Coût GRP H25-49	5 798€	7 035€	8 396€
Coût GRP 25-49	6 713€	7 993€	10 498€

2Mds de revenus pour l'UEFA

Le gouvernement estime à 1M d'€ le surcroît d'activité en France lié à la compétition.

Plus de 700 000 pizzas vendues.

14 000 voyageurs SNCF en moyenne par jour de match.⁽¹⁾

320 000€

L'écran publicitaire le plus cher vendu par M6 lors des prolongations de la finale Portugal – France.⁽²⁾

60 542

Adidas gagne la victoire des sponsors avec 61K mentions sur les réseaux sociaux et sur le web.

Juste derrière se place Calsberg avec 56K mentions et Orange 3^{ème} avec 38K.⁽³⁾