

Le Think Tank
dédié à la **compétitivité**,
la **croissance** et l'**emploi**



FONDATION
CONCORDE

Comment se servir d'une **Coupe du Monde** pour booster son économie ?

—
Note de la Fondation Concorde

●
Novembre 2022

Sommaire



<i>Quel impact pour la FIFA, organisatrice de la Coupe du Monde</i>	4
• Revenus de droits TV.....	4
• Sponsoring	5
• Faire attention à la pensée facile de multiplier les évènements	5
<i>Quel impact de la Coupe du Monde sur les pays participants ?</i>	6
• L'impact direct de la Coupe du Monde : Une surperformance dans l'industrie textile et les biens de consommation.....	6.
• Les impacts indirects : Un surplus de visibilité pour le pays, un gain psychologique pour les populations.....	7.
• En effet, on constate en général un impact positif de court-terme sur le PIB les années de victoire en Coupe du Monde.....	7.
<i>Conclusion : La Coupe du Monde 2022, un impact plus faible que ses prédécesseurs ?</i>	9

A l'approche de la Coupe du Monde 2022, l'organisation de la compétition est surtout source de critiques. Conditions d'attribution de la compétition, morts d'ouvriers dans le cadre des travaux d'infrastructure, ou encore impact environnemental de l'événement sont autant de sujets qui se superposent cette année aux habituelles interrogations purement sportives.

Si ces sujets sont légitimes, et méritent d'être posées, à la Fondation notre mission est de s'interroger sur les impacts économiques qu'un tel évènement peut avoir dans notre pays. Car comprendre les sources et les leviers de revenus potentiels apportés tous les 4 ans par pareil évènement nous permettent de réfléchir sur le meilleur moyen d'exploiter cette opportunité et d'en générer des nouvelles.

Ainsi dans le cadre de notre étude, nous souhaitons aborder le sujet tout d'abord en analysant le point de vue de l'organisateur : la FIFA, mais également celui des participants.

Quel impact pour la FIFA, organisatrice de la Coupe du Monde ?

Le premier impact économique de la Coupe du Monde est celui des revenus pour les organisateurs – la FIFA. Ses revenus peuvent être décomposés en deux catégories : 1) les revenus de droits TV et 2) le sponsoring. Il existe d'autres sources annexes (comme la valeur des services offerts gracieusement par le pays-hôte, merchandising...), mais qui ne représentent en cumulé que 20%-25% du total des revenus de l'évènement¹.

Revenus de droits TV

La première source de revenus liée à cette Coupe du Monde est celle des droits télévisés déboursés pour la retransmission de l'évènement. Parmi les principaux diffuseurs de cette édition, on retiendra TF1 et BeIn en France, FOX et Telemundo aux Etats-Unis, BBC et ITV au Royaume-Uni, TV Globo au Brésil et une coalition entre ARD, ZDF et Deutsche Telekom en Allemagne².

Le tournoi devrait être, selon le président de la FIFA Gianni Infantino, le plus regardé de l'histoire de la Coupe du Monde, avec potentiellement 5 milliards de téléspectateurs³. A titre de comparaison, en 2018, **3,572 milliards de téléspectateurs cumulés** ont suivi la Coupe du Monde en Russie, soit plus de la moitié de la population mondiale de plus de quatre ans. Il est à noter que **310 millions de personnes** ont suivi les matches sur support numérique ou dans des lieux de visionnage public (ce qui représente **9,5% du total des spectateurs**).⁴

On peut estimer que la FIFA a pu négocier autour de €3,5Mds⁵ de droits télévisés sur le cycle 2019-2022 pour toutes ses compétitions, incluant la Coupe du Monde au Qatar⁶, avec une valeur des droits TV sous-jacents entre €2,5Mds et €3,0Mds au minimum, pour la seule Coupe du Monde 2022. Ce cycle de négociations aura été marqué notamment par une plus forte valeur des droits en Chine, pays engagé dans une stratégie de développement de son football national.

¹ TotalSportal, "FIFA World Cup 2022 Prize Money: \$440 million to be distributed among 32 teams according to how they finish in tournament,, 24 septembre 2022

² FIFA : World Cup Qatar 2022 Media Rights Licensees, <https://digitalhub.fifa.com/m/203f2697ad928edb/original/FIFA-World-Cup-Qatar-2022-Media-Rights-Licensees.pdf> [dernier accès le 1 novembre 2022]

³ Dixon, Ed, "Qatar 2022 to be watched by 5bn people, says Gianni Infantino,, SportsPro, 25 mai 2022

⁴ FIFA : 2018 FIFA World Cup Russia Global broadcast and audience summary – December 21 2018

⁵ En supposant un taux de change de \$1 = €1 conformément au taux de change en vigueur en septembre 2022

⁶ TotalSportal, "FIFA World Cup 2022 Prize Money: \$440 million to be distributed among 32 teams according to how they finish in tournament,, 24 septembre 2022

Sponsoring

Les revenus de sponsoring liés à la Coupe du Monde 2018 ont été de €1,65Mds, meilleurs que prévus initialement par la FIFA du fait de la forte participation d'entreprises chinoises⁷, représentant un chiffre en ligne avec la précédente édition de 2014 au Brésil.

Ce sont des montants supérieurs qui sont attendus lors de cette édition de 2022, avec 14 entreprises déjà désignées en partenaires de la compétition, à savoir AB InBev/Budweiser, Adidas, Coca-Cola, McDonald's, Visa, Hyundai-Kia, Wanda Group, Qatar Energy, Qatar Airways, Vivo, Hisense, Mengniu, Crypto et Byju's. Au total, les revenus de sponsoring de la Coupe du Monde de 2022 pour la FIFA devraient être entre €2,0Mds et €2,4Mds, représentant une augmentation significative par rapport à 2018. Augmentation largement portée par l'arrivée de nouveaux sponsors (chinois, qataris) alors que peu de nouveaux sponsors occidentaux s'avancent⁸.

Faire attention à la pensée facile de multiplier les évènements

Si le tournoi de 2022 représente une augmentation des revenus par rapport à 2018, il est important de ne pas en déduire qu'une multiplication des évènements de cette importance aurait forcément un impact linéairement positif. En 2021, la FIFA a avancé l'idée d'un projet de Coupe du Monde tous les deux ans, concernant les éditions Post-2028. Cette idée a été rejeté par l'UEFA, soutenue par le cabinet Olivier & Onlbaum. La raison avancée est celle d'une perte de 3 milliards d'euros à anticiper sur quatre ans pour les seules fédérations européennes.⁹ En termes de revenus TV, les recettes par événement baisseraient, avec également un nombre de téléspectateurs par événement baissant lui aussi. Certaines chaînes rencontreraient également des difficultés à diffuser les évènements majeurs pour des raisons de trésorerie limitée, limitant l'attractivité d'un tel événement. Un phénomène similaire serait à prévoir d'un point de vue sponsoring : **l'augmentation de la fréquence des évènements affaiblissent leur proposition de valeur**. En effet les marques sponsors préfèrent garder l'exclusivité dans leur catégorie de produit pour le même événement, alors que leur budget n'est pas infini, ce qui risque de faire fuir nombre de sponsors. A tous ces éléments s'ajoute le risque de voir l'audience du football féminin diminuer considérablement, surtout lorsque les tournois masculins ont lieu la même année¹⁰.

⁷ Panja, Tariq, "FIFA set to make \$6.1 billion from World Cup", *The New York Times*, 12 juin 2018

⁸ Panja, Tariq, "FIFA set to make \$6.1 billion from World Cup", *The New York Times*, 12 juin 2018

⁹ Rémi Dupré et Clément Martel – *Le Monde* : Mondial tous les deux ans : jusqu'à 3 milliards d'euros de pertes pour les fédérations européennes, selon l'UEFA [dernière référence le 19 octobre 2021]

¹⁰ Oliver & Ohlbaum : *Impact of Biennial World Cup – December 2021*

Quel impact de la Coupe du Monde sur les pays participants ?

Mais au-delà de l'organisateur, ce qui intéresse notre étude est l'impact que peut avoir l'évènement sur l'économie des pays participants. **Comme méthodologie nous avons cherché à mettre en place un scénario optimiste, concernant les pays les plus performants lors d'une édition.**

En ce qui concerne la Coupe du Monde 2022, **le Brésil, la France et l'Argentine sont aujourd'hui les trois nations favorites des bookmakers**¹¹, talonnées par d'autres prétendants sérieux (Allemagne, Angleterre, Belgique, Espagne, Pays-Bas, Portugal...). Historiquement, ces nations destinées à atteindre le sommet de ce tournoi voient des impacts significatifs sur leur économie. L'impact économique des bons résultats se fait par un impact direct sur certains articles de consommation (comme les ventes de téléviseurs ou d'alcool) mais aussi par des canaux indirects, comme le moral de la population ou la visibilité gagnée par le pays en question.

Toutefois, il semble important de mettre en avant deux différences notables entre les compétitions précédentes et la Coupe du Monde 2022 : d'abord **l'organisation en hiver** qui change le contexte global et ensuite **la défiance** d'une partie de la population pour cet évènement.

L'impact direct de la Coupe du Monde : Une surperformance dans l'industrie textile et les biens de consommation

De manière directe, plus l'équipe nationale va loin, plus certaines industries peuvent bénéficier des retombées de l'évènements. **Nous estimons à 20%**¹² **une potentielle hausse des lieux de fréquentation festifs**, comme les bars ou les restaurants. Pour une nation concernée longtemps par la compétition, ce chiffre peut couvrir une période plus longue, ou une assiette de lieux plus importante. A cela s'ajoutent d'autres biens de consommation, tels que les jouets pour enfants, ou encore l'industrie textile liée au sport. Si les maillots apparaissent comme de grands gagnants de l'évènement, les **ventes de drapeaux augmentent de 4000%** en période de Coupe du Monde¹³. On peut encore évoquer une hausse des performances des marques associées à l'équipe nationale ainsi que d'autres biens de consommation. Ainsi, en France en 2018, la victoire de l'équipe nationale a dopé les ventes de téléviseurs¹⁴.

¹¹ Legalsportsreport.com, "Latest World Cup Odds", [dernière référence le 24 octobre 2022]

¹² Dynbamique Mag, Juillet 2018 (<https://www.dynamique-mag.com/article/coupe-monde-impact-economique-france.10555>)

¹³ LeLegaliste, septembre 2018, Quel impact économique pour la coupe du monde 2018 en France ?

¹⁴ Castagnet, Mathieu, « Mondial 2018 : l'impact économique d'une victoire de la France devrait rester limité », 13 juillet 2018

Les impacts indirects : Un surplus de visibilité pour le pays, un gain psychologique pour les populations

Mais au-delà des gains directs, il existe d'autres bénéfices potentiels pour « réussir sa Coupe du Monde ». Faire une bonne performance offre une **meilleure visibilité pour le pays, que ce soit pour les investisseurs ou pour les touristes étrangers**. Si l'impact est a priori anecdotique pour un pays développé, et déjà attractif touristiquement, comme la France, c'est un véritable levier pour des nations plus petites ou en phase de développement. La victoire du Brésil en 2002 aura ainsi renforcé l'image de ce pays comme un futur géant mondial, alors que les excellentes performances du Costa Rica (2014) ou de la Croatie (2018) ont marqué l'imaginaire des téléspectateurs du monde entier et apporté un intérêt nouveau pour ces deux pays.

Par ailleurs, une victoire à ce tournoi majeur n'est pas neutre quant au moral des populations, apportant un **surplus de confiance dont l'économie a parfois besoin, surtout dans les contextes difficiles**. C'est une Espagne ravagée par la crise financière de 2008 qui gagne la Coupe du Monde en 2010. Cette année-là, le pays revient à une croissance nulle après deux années de récession¹⁵. Cet effet psychologique possède des ramifications sur l'assiduité au travail comme sur les décisions d'investissement. Comme le disait le ministre de l'économie Bruno Le Maire en 2018, « [Il] y a une part d'irrationnel dans l'économie qui tient à la confiance en soi »¹⁶. **D'autant que l'effet Coupe du Monde coïncidera avec la période avant Noël, habituellement moment avec une hausse considérable du moral des ménages, ce qui aurait pour affecter la consommation à la hausse.**

En effet, on constate en général un impact positif de court-terme sur le PIB les années de victoire en Coupe du Monde

Ces effets, loin d'être seulement théoriques, sont avérés dans l'histoire récente: Depuis 1990, le vainqueur de la Coupe du monde a également vu son produit intérieur brut augmenter par rapport à l'année précédente, avec une augmentation moyenne de 1,6%. Même les pays en grande difficulté économique ont eu une oie du succès du football: l'Espagne, dont l'économie s'est contractée de 3,6% pendant la récession mondiale de 2009, a réussi à retrouver un taux de croissance plat de 0,0% en 2010, l'année où les Espagnols ont remporté leur premier et unique titre de la Coupe du monde contre les Pays-Bas¹⁷.

¹⁵ Sands, David. "World Cup winners can expect boost to economy", Associated Press, 27 juillet 2018

¹⁶ Castagnet, Mathieu, « Mondial 2018 : l'impact économique d'une victoire de la France devrait rester limité », 13 juillet 2018

¹⁷ Sands, David. « Les vainqueurs de la Coupe du monde peuvent s'attendre à un coup de pouce à l'économie », Associated Press, 27 juillet 2018

Néanmoins, l'impact de long-terme est plus limité, sauf si le vainqueur coïncide avec le pays-hôte (comme ce fut le cas de la France en 1998) car aucun des effets économiques n'est appelé à se prolonger : le rebond de consommation est souvent temporaire et ne correspond pas forcément à des nouvelles habitudes de long-terme. De même, si la confiance peut revenir temporairement, il y a forcément un moment où le succès footballistique ne résoudra pas les problèmes structurels d'un pays. L'effet d'attractivité externe du pays peut persister, mais seulement si le pays en question réussit à la transformer en acquis de long-terme (par des gros investissements industriels ou logistiques en provenance de l'étranger ou par la transformation en destination touristique). Ainsi, la même étude¹⁸ montre que l'année suivant la victoire à la Coupe du Monde est en général une année de contraction.

De plus, le sursaut économique doit être rapporté aux externalités négatives liées à une participation à ce genre de tournoi : une perte de productivité liée à la distraction des matches, l'augmentation des risques de santé et d'accidents induite par la consommation d'alcool voire même l'augmentation des risques de transmissions de maladies contagieuses du fait des rassemblements en plein air.

¹⁸ Sands, David. « Les vainqueurs de la Coupe du monde peuvent s'attendre à un coup de pouce à l'économie », Associated Press, 27 juillet 2018

Conclusion : La Coupe du Monde 2022, un impact plus faible que ses prédécesseurs ?

Si la FIFA semble nettement bénéficiaire de cet évènement avec des revenus plus forts que lors de la dernière édition, la question est moins évidente pour les pays participants et notamment pour les meilleures nations du tournoi.

En effet, le fait que le tournoi intervienne en fin d'année (sur les mois de novembre et de décembre) et non pas en juillet peut limiter les gains économiques des top performers : cannibalisation d'autres activités (vacances et achats de Noël, vacances au ski...) ou encore la cassure avec le rythme de travail de l'hiver sont des limitations.

Cependant, dans un contexte mondial défavorable, avec une forte inflation et une probable crise de l'énergie cette hiver, **la Coupe du Monde peut aider à redonner ce « moral » nécessaire à notre économie**. Une récession économique aux Etats-Unis est désormais attendue pour 2023 par la plupart des économistes¹⁹ et en Europe par le FMI²⁰, et un évènement de ce type peut permettre d'atténuer un peu les effets négatifs pour notre pays, notamment dans une période des courses de Noël.

De plus, si pour les pays Européens la Coupe du Monde peut **permettre d'atténuer les effets des différentes crises**, l'impact pour des pays comme l'Argentine ou le Brésil (qui font figure de favoris), devrait être encore plus important (avec un évènement en période estivale, ou encore un gain d'attractivité internationale). Ainsi **les pays en développement pourraient bénéficier avec encore plus de vigueur des retombées positives de l'évènement**.

Il ne reste que quelques jours avant que ne retentisse le premier coup de sifflet du premier match sur la pelouse de l'Al Bayt Stadium. Nous verrons bien si cette année encore, les vainqueurs sur le terrain le seront aussi dans les statistiques économiques.

¹⁹ Politi, James. Smith, Colby. "US strong enough to avoid recession, says Biden economic adviser", *Financial Times*, 22 octobre 2022

²⁰ Arnold, Martin. "Eurozone business activity slides further than feared", *Financial Times*, 24 octobre 2022



Le Think Tank
Dédié à la croissance,
La compétitivité et l'emploi



fondationconcorde.com

17, rue de l'Amiral Hamelin

75116 Paris

01 72 60 54 39

info@fondationconcorde.com