

FAIT DU JOUR

Les Bleus font aussi gagner les entreprises

Brasseurs, fabricants de drapeaux, restauration à domicile... De nombreux secteurs enregistrent de jolies accélérations de leur chiffre d'affaires depuis le début de la Coupe du monde.

VOILÀ DES SEMAINES qu'elles se préparent, intensifient leur production, embauchent de nouvelles recrues, préparent les boutiques... Pour de nombreuses entreprises, la Coupe du monde de football représente un enjeu économique capital.

■ À CHACUN SON DRAPEAU

Ils ont déjà vendu plusieurs dizaines de milliers de drapeaux. De tous les pays mais, évidemment, principalement des étendards bleu-blanc-rouge. Chez Doublet, cette entreprise installée près de Lille (Nord), les ventes, qui étaient déjà largement dans le vert depuis le début de la compétition, ont explosé de 100 % en volume lors de la demi-finale. « Les collectivités nous réclament en urgence des drapeaux pour décorer leurs fan-zones », nous précise la direction. Paris a ainsi commandé, in extremis, 4 500 unités. « Nous pouvons produire 2 000 drapeaux en quatre heures et nous avons déjà un stock de 10 000 drapeaux dans chacune des trois tailles proposées », précise-t-on chez Doublet.



LP/OLIVIER CORSAN

Champs-Élysées (VIII^e), le 10 juillet. Les drapeaux vont encore fleurir demain à l'occasion de la finale opposant la France à la Croatie.

■ LA BIÈRE COULE À FLOTS

Il est encore trop tôt pour avoir des chiffres de vente précis à l'Association des brasseurs de France. Pour autant, l'engouement des Français pour la bière, à l'heure du coup d'envoi, n'est

pas une légende ! Dans les rayons des supermarchés, les jours où les Bleus piétinent la pelouse, les rayons bières sont en partie dévalisés. Et chez Cdiscount, les ventes de tireuses à bière ont augmenté de



50 %. Dans les pubs, on se frotte les mains. « Depuis le début du tournoi, nous enregistrons + 25 % de chiffre d'affaires », confie Paul Chantler, le propriétaire de Frogbeer, un pub anglais qui vend de la bière locale fabriquée en Seine-Saint-Denis.

■ LES BARS FONT LE PLEIN

Pendant les quatre-vingt-dix minutes de la demi-finale, le Hard Rock Café, à Paris (IX^e) a collecté entre 5 000 € et 6 000 €, contre 3 000 € en temps normal. L'effet Coupe du monde se traduit par une hausse de 30 % du chiffre d'affaires des cafés et restaurants depuis le début de la compétition, selon l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie (Umih).

■ + 40 % POUR LES VENTES DE TÉLÉVISEURS

En 2016, pour l'Euro, de nombreux ménages avaient déjà renouvelé leur équipement. Cela n'a pas empêché 425 000 ménages d'acheter une nouvelle télé le mois dernier, + 40 % par rapport à juin 2017, selon l'institut GfK. Un écran choisi

sur trois mesurait 55 pouces – 138 cm de diagonale – ou plus, de sorte que le chiffre d'affaires de juin (200 M€) a progressé sur un an de 60 %. Et le site de ventes en ligne Cdiscount, qui affiche + 70 % en mai et juin (par rapport à 2017), confirme que, cette semaine, les recherches de dernière minute pour des téléviseurs étaient encore en hausse de 57 %.

■ BOOM DE LA LIVRAISON DE REPAS À DOMICILE

Quoi de mieux que de regarder un match devant un petit plat livré directement sur son canapé ? Chez Just-Eat (ex-Allo Resto), depuis le coup d'envoi de la Coupe du monde, les commandes ont grimpé de 15 à 20 % par rapport au mois précédent. Le trio gagnant : pizzas, sushis et burgers. Domino's, numéro 1 de la pizza livrée, enregistre des records : + 100 % (par rapport à la même période l'an dernier), le soir de la demi-finale de la France. Plus de quatre pizzas ont été commandées sur le site... chaque seconde !

AURÉLIE LEBELLE,
AVEC DANIEL ROSENWEG

“ LES COLLECTIVITÉS NOUS RÉCLAMENT EN URGENCE DES DRAPEAUX POUR DÉCORER LEURS FAN-ZONES ”
DIRECTION DE DOUBLET, PRODUCTEUR DE FANIONS