



# Ils en profitent...

## Le sport français

Plongé dans la sinistrose depuis le retentissant échec de la candidature de Paris pour les Jeux olympiques de 2012, le 5 juillet 2005 à Singapour, le sport français a retrouvé mardi soir un puissant motif de fierté. « Evidemment, ça participe au moral des Français », a jugé le ministre des Sports Jean-François Lamour, qui évalue l'équipe de Zidane « à l'identique de 1998 » lorsque la France était devenue championne du monde. « On est fier de cette équipe et il faut avoir l'union nationale quand il y a des événements comme cela, ils sont rares, il faut en profiter. C'est une belle France », a-t-il conclu.

## Les politiques

Jacques Chirac envisage d'aller samedi soir à Francfort applaudir les Bleus : lui qui rêvait d'une finale France-Brésil devra pour le moment se contenter d'un quart de finale. A gauche comme à droite, tous les responsables prennent bien soin de faire savoir qu'ils adorent le football et soutiennent les Bleus. Hier, Dominique de Villepin a commencé sa conférence de presse par ce sujet. Jean-Louis Debré a même ouvert la séance de l'Assemblée nationale en rendant hommage aux vainqueurs de l'Espagne. Et Ségolène Royal, d'abord réservée, se met à regarder les matches. Personne n'a oublié qu'en 1998, Jacques Chirac, ainsi que Lionel Jospin, alors Premier ministre, avaient gagné une dizaine de points en un mois...

## Les sponsors

SFR a lancé différentes formules (SMS, WAP, vidéos) pour suivre les matchs de l'équipe de France : « Cette victoire va sûrement dynamiser l'achat de ces offres par les utilisateurs », estime-t-on chez l'opérateur téléphonique qui, toutefois, n'a pas encore chiffré cet impact sur les ventes. Même optimisme chez Adidas, fournisseur de l'équipe nationale, qui parie sur « une hausse des achats de maillots aux couleurs des Bleus » sans pouvoir, non plus, calculer déjà ce bénéfice, « nous le saurons vraiment à la fin du Mondial ».

## Les pros de la fête

A Aix-en-Provence, la société Imalis qui commercialise Fanbrush, le petit kit malin de maquillage aux couleurs de plusieurs équipes du Mondial, en a déjà vendu plus de 500 000 en Allemagne et dans d'autres pays européens. Fanbrush, distribué par Adidas et via la chaîne de supermarché Karstadt, espère passer le cap du million de packs, vendus 6 €. Le petit boîtier — qui permet de se maquiller en trois lignes parallèles de deux ou trois couleurs — donne la possibilité à tous les supporters de se peindre sur le visage les couleurs références du pays qu'ils soutiennent.

Près de Toulouse, la jeune entreprise Tous en bleu, jubile aussi : créée en janvier pour la coupe du Monde par quatre passionnés de football, elle commercialise des tee-shirts aux couleurs de l'équipe de France. Et les ventes n'arrêtent pas de grimper. Baraka aussi pour la société Riboulding installée à Argenteuil, spécialisée en articles de fête. « Après le match contre l'Espagne, nous avons été dévalisés en drapeaux français. On nous demande beaucoup de sifflets. Au départ, c'était un peu mou, mais depuis que la France reprend espoir, c'est de la folie. »

## Les vendeurs d'écrans plats

Les vendeurs de pizzas ne sont pas les seuls bénéficiaires de la belle lancée de l'équipe nationale. « Après leur victoire sur le Togo vendredi dernier, nous avons eu une formidable ruée sur les écrans plats dès le lendemain, affirme Annuska, responsable du département TV-Son dans une Fnac parisienne. Le mouvement s'est ralenti mardi, puis il est reparti aujourd'hui



(AFP/DDP/VOLKER HARTMANN.)

(NDR : mercredi) après le match victorieux contre les Espagnols, observe-t-elle. Je pense d'ailleurs que ce boom va durer au moins jusqu'au prochain rendez-vous des Bleus samedi. Ici, tout le monde suit cela avec beaucoup d'attention. »

## Et même les pompiers !

Mardi soir, durant le match France-Espagne, les sapeurs de Paris et de la petite couronne ont reçu moins d'appels que d'habitude, les habitants rîvés au foot s'épargnant accidents ou accès de solitude. Une courte embellie que n'ont pas, toutefois, ressentie SOS Amitié, SOS Psychiatrie, aussi sollicités que d'habitude. L'euphorie des fans serait bon pour leur santé, notamment du point de vue cardio-vasculaire : les scientifiques ont démontré la présence moins importante de fibrinogènes et de cortisol (des molécules dangereuses en excès) dans le sang. Attention, toutefois, aux émotions trop violentes : en 1998, des chercheurs anglais avaient étudié l'évolution des admissions pour infarctus en Angleterre pendant le Mondial : ils ont constaté l'augmentation de 25 % des cas d'infarctus à partir du 30 juin 1998, jour où l'équipe anglaise avait perdu face à l'Argentine aux tirs au but.

**SAMY COHEN, HÉLÈNE BRY, JEAN-LOUIS PACULL, BRUNO MAZURIER ET BÉATRICE HOUCARD**