

L'épopée des Bleus au Mondial a évidemment un fort impact sur les ventes d'articles de sport. « Nous

L'épopée des Bleus au Mondial a évidemment un fort impact sur les ventes d'articles de sport. « Nous n'avons plus ni ballon ni maillot. Il est impossible de se réapprovisionner : Adidas n'avait pas prévu que les Bleus aillent aussi loin ! », déplore Bruno Blaser, de Sport 2000. « Lundi, les gens ont convergé vers les magasins à 8 h. Certains nous appelaient au téléphone pour réserver des maillots », ajoute Frédéric Crocchel, de Décathlon. Jeux et jouets dérivés du foot profitent également de l'engouement pour les Bleus. Sans oublier les crayons de maquillage : la société Imalis en a vendu 500 000 depuis le début du Mondial. Enfin, les écrans plats et les enregistreurs DVD continuent d'avoir les faveurs des consommateurs qui veulent regarder et garder les matches dans les meilleures conditions : le cabinet d'études GfK estime que 2,6 millions d'écrans plats (contre 1,4 million en 2005) et 900 000 enregistreurs DVD avec disque dur (350 000 en 2005) seront achetés cette année en France.

EN HAUSSE