

# Profitent de la Coupe du monde



...entes de 50 % pendant la Coupe du monde de football. Photo Philippe JUSTE

## En Russie, GL Events met à disposition 2 500 hôtesse et équipe cinq villages

Fidèle à la plupart des grands événements sportifs de la planète, GL Events est bien présent au Mondial de foot en Russie jusqu'au 15 juillet. La société lyonnaise, via un partenaire russe, assure notamment la mise à disposition de 2 500 hôtesse qui seront présentes sur les onze stades et lors des 64 matchs de cette compétition.

De plus, elle a livré en tant que fournisseur de la Fifa, les équipements sur cinq villages (deux à Moscou, un à Ekaterinbourg et un à Nijni Novgorod) destinés notamment à l'accueil du public VIP. Il s'agit en particulier de « structures temporaires équipées de distribution électrique, éclairage, climatisation, cloisons acoustiques et terrasses », comme l'annonce le groupe. Qui précise que des équipements complets au profit de HBS, diffuseur hôte de l'événement ont été fournis dans les aires de régie TV de chacun des stades.

L'ensemble de ces prestations s'élève à près de 10 millions d'euros selon le groupe lyonnais qui réalise la moitié de son chiffre d'affaires à l'international.

Présent sur les cinq continents et dans plus de vingt pays, GL Events compte 4 300 collaborateurs et devrait dépasser le milliard d'euros de chiffre d'affaires en 2018.



■ Olivier Ginon, PDG du groupe lyonnais GL Events. Photo Joël PHILIPPON

V.R.

## Les bars lyonnais sont prêts

La Coupe du monde de foot se joue... dans les bars. Cet été encore, bars et restaurants à travers Lyon retransmettront les matchs pour leur clientèle.

Dans les bars lyonnais, pas d'événements spéciaux à prévoir. Au contraire de la dernière Coupe du monde, où l'équipe du *Boston Tavern* avait acheté des maillots des différentes équipes de la compétition. Cette année, ils « s'y sont pris un peu tard », regrette Rémi Belous, responsable de l'établissement. Au *République*, en revanche, sa directrice Tiphaine Marinier explique que des partenariats ont été passés avec des marques de bières ou de sodas, permettant aux supporters d'obtenir des goodies. Ce sera aussi l'occasion de proposer une planche de tapas inédite.

Les bars, habitués des retransmissions d'événements sportifs en tous genres, ne s'attendent pas à une clientèle inédite. Ils auront leur clientèle habituelle, « plus quelques accros du foot » pronostique Anthony Vivion, responsable de la brasserie *Le Chantecler*. La tranche d'âge classique des 25/45 ans est attendue, celle qui peut régler l'addition. Pour ce qui est de la mixité, même si Rémi Belous se targue d'une salle composée « pas à 50/50, mais au moins



■ Supporters au Boston Tavern (place des Terreaux). Photo Maxime JEGAT

40 % de femmes », *Au Galopin*, on en rit : « les hommes à l'intérieur pour le foot, les femmes en terrasse pour boire un coup », plaisante son responsable, Anthony Bertrand.

Mais la Coupe du monde n'est pas considérée par ces restaurateurs comme une véritable vache à lait ; ils feront salle comble « comme d'habitude », souligne Anthony Vivion ; ils ne se considèrent pas dépendants de la Coupe du monde pour remplir leurs salles. Tiphaine Marinier admet cependant que les matchs

qui auront lieu lors de beaux jours rempliront la salle en plus de la terrasse. Et si la France gagne ses matchs, tous n'excluent pas de voir leur chiffre d'affaires augmenter plus significativement.

Camille GHO

**PRATIQUE** Les débits de boissons possédant au moins une télévision doivent s'acquitter de la contribution à l'audiovisuel public (à partir de 556 €). Canal + proposait aussi cet été aux bars un pack spécial événement football (395 € HT).

### ZOOM

#### Les entreprises vont jouer le jeu !

Un salarié sur deux va pouvoir vivre la Coupe du monde de football au bureau, selon un sondage réalisé par le site d'annonces immobilières pour les entreprises BureauxLocaux. Un tiers des entreprises sondées déclarent que certains matchs seront diffusés au bureau, dans les espaces communs. L'équipe de France jouera par exemple ses deux derniers matchs de poule en pleine journée, le jeudi 21 juin à 17 heures contre le Pérou et le mardi 26 juin à 16 heures face au Danemark. Même chez les entreprises qui n'installeront pas d'écran dans leurs locaux, une sur cinq tolérera tout de même que ses salariés suivent les matchs discrètement depuis leur ordinateur ou leur mobile. Certaines vont même plus loin : 15 % ont prévu de décorer leurs locaux (drapeaux, posters...) et 43 % autoriseront le port du maillot de foot. Seul un quart des entreprises ont prévu d'interdire de regarder la Coupe du monde pendant les horaires de travail.

> **SONDAGE** réalisé les 12 et 13 juin auprès de 508 entreprises françaises.