



[Analyse SumUp] Coupe du monde 2026 : quand les Bleus marquent, les tiroirs-caisses s'emballent

Paris, 03 juillet 2026 – 3 matchs, 3 victoires, et des soirées électriques dans les bars et restaurants français. Le 16 juin, la France débutait sa Coupe du monde 2026 par un succès 3-1 face au Sénégal, avant de confirmer face à l'Irak (3-0, le 22 juin) puis d'enchaîner face à la Norvège (4-1, le 26 juin), avant de se qualifier pour les huitièmes de finale après leur victoire 3-0 contre la Suède hier soir. Mais derrière la ferveur des tribunes, c'est aussi l'activité économique du pays qui s'est emballée le temps d'une soirée.

[La fintech SumUp](#), partenaire de confiance de plus de 4 millions de commerçants dans le monde, a comparé l'activité enregistrée lors de ces trois soirs de match à celle des mêmes dates en 2025, dans les secteurs des cafés-restaurants, bars-clubs et food trucks. Quel a été l'impact réel des matchs des Bleus sur la consommation dans les commerces de proximité ?

Un coup d'envoi explosif : le 16 juin, les bars-clubs font le plein.

Premier match, premier pic de consommation. Au niveau national, le 16 juin (match à 21h heure française), les bars-clubs enregistrent une hausse spectaculaire avec +66,5 % du volume d'affaires et +109,6 % d'activité par rapport à la même période en 2025. Cette dynamique se retrouve dans l'ensemble des secteurs étudiés, avec une progression de l'activité de 47 % pour les cafés-restaurants, de 109,6 % pour les bars et clubs (dont +66,5 % de volume d'affaires) et une hausse de 42,4 % du volume d'affaires pour les food trucks. À Paris, les bars-clubs enregistrent une progression particulièrement marquée avec +121,5 % du volume d'affaires et +239,3 % d'activité.

Le 22 juin : un tassement généralisé de la consommation

Si le premier match avait dopé l'activité, la journée du 22 juin marque un net ralentissement à l'échelle nationale, avec une baisse moyenne de 22,5 % du volume d'affaires. L'horaire tardif de diffusion du match (23h heure française) pourrait constituer un facteur explicatif, sans qu'il soit possible à ce stade d'établir un lien de cause à effet direct entre ces deux éléments.

Le 26 juin : un nouveau pic de consommation

La troisième journée de match confirme le retour d'une dynamique positive au niveau national, avec en moyenne +43,2 % du volume d'affaires et +63 % d'activité par rapport à la même période en 2025. Dans le détail, les cafés-restaurants (+40 %, +62,4 %) et les bars-clubs (+68,9 %, +80,7 %) figurent parmi les grands gagnants de la soirée. Paris confirme son statut de lieu de rassemblement par excellence, avec +89,1 % du volume d'affaires et +244,7 % d'activité pour les bars-clubs, véritables QG des supporters pour regarder le match entre amis.

« Coup d'envoi sifflé, et c'est toute l'économie de proximité qui entre en jeu. Chaque soir de match des Bleus le confirme : ces rendez-vous ne sont plus seulement sportifs, ils sont devenus de véritables temps forts économiques pour les bars, restaurants et food trucks partout en France. La ferveur autour du ballon rond se traduit directement dans l'activité des commerçants, et les chiffres parlent d'eux-mêmes », commente **Gabriel Destremaut, porte-parole de SumUp.**

Méthodologie :

SumUp a analysé l'ensemble des transactions réalisées via ses solutions de paiement par des commerçants français rattachés aux catégories suivantes : cafés-restaurants, bars/clubs et food trucks en comparant les données de 2026 à celles de 2025.

L'activité est mesurée par le nombre moyen de transactions effectuées par client SumUp sur les périodes analysées. L'étude porte sur les dates des 16, 22 et 26 juin 2026, correspondant aux journées de matchs de l'équipe de France lors de la Coupe du monde 2026, afin de mesurer l'impact de ces rencontres sur l'activité économique française. Ces données sont comparées à celles relevées aux mêmes dates en 2025, permettant ainsi d'isoler l'effet spécifique des matchs sur le comportement de consommation.

Pour conduire ces analyses, SumUp s'appuie sur l'ensemble des transactions réalisées via ses solutions de paiement (terminaux de paiement et systèmes de caisse) sur les périodes considérées, par les commerçants français équipés de ses technologies. Dans le strict respect du RGPD, SumUp analyse uniquement des données transactionnelles agrégées et anonymisées.

À propos de SumUp

SumUp est une fintech mondiale qui permet aux commerçants et aux consommateurs qui lui font confiance de développer leur activité. Fondée en 2012, la société accompagne plus de quatre millions de commerçants dans 38 marchés avec des outils leur permettant de créer, gérer et développer leur activité, incluant paiements, systèmes de caisse, facturation et comptes professionnels. Pour les consommateurs, SumUp propose des solutions financières et de fidélité qui rendent les dépenses du quotidien plus avantageuses tout en soutenant les commerces locaux. L'entreprise emploie plus de 3 000 personnes dans le monde.