



Les soirs de Coupe du monde, les supporters commandent 24 % de plus dans les bars, grâce au QR code

Paris, le 2 juillet 2026 - Chaque grande compétition sportive bouleverse l'activité des bars et restaurants. Arrivées massives avant le coup d'envoi, affluence concentrée à la mi-temps, départs simultanés au coup de sifflet final... le service devient un véritable défi. Pour faire face à ces pics d'activité, de plus en plus d'établissements s'appuient sur la commande et le paiement par QR code. **À partir de l'analyse de plus de 2,5 millions de transactions réalisées dans 2 264 établissements partenaires pendant les deux premières semaines de la Coupe du monde, sunday, leader des solutions de commande et de paiement au restaurant, révèle comment cette digitalisation permet aux restaurateurs de fluidifier le service, d'augmenter le nombre de commandes et d'améliorer l'expérience client les soirs de match.**

Les principaux enseignements :

- **+24 % de commandes** les soirs de match par rapport à une période comparable hors compétition.
- 42 % des paiements donnent lieu à un pourboire, soit **+7%** par rapport à la normale.
- Les établissements maintiennent une excellente satisfaction client avec une **note moyenne de 4,6/5**, malgré une fréquentation nettement supérieure.

### **Une hausse des commandes à table grâce à un simple QR code**

Pendant un match, l'activité d'un restaurant ne ressemble plus à une journée classique. Les clients arrivent en nombre avant le coup d'envoi, restent ensuite installés pendant quarante-cinq minutes devant les écrans, puis cherchent presque tous à commander ou recommander au même moment lorsque l'arbitre siffle la mi-temps.

Pour répondre à ces pics d'activité, de plus en plus d'établissements digitalisent une partie du parcours client grâce **à la commande à table par QR code**. Les supporters commandent directement depuis leur smartphone sans quitter le match des yeux, tandis que les équipes en salle consacrent davantage de temps au service plutôt qu'à la prise de commande.

Dans les établissements équipés de sunday, ce mode de commande se traduit par **une hausse moyenne de 24 % des commandes pendant les soirs de match** ; passant de 222 439 commandes quotidiennes en période normale à 275 257 pendant la compétition.

### **Plus de commandes... sans dégrader l'expérience client**

Cette hausse d'activité ne se fait pas au détriment de la qualité de service. Les restaurants analysés ont recueilli 176 623 avis clients pendant les deux premières semaines de compétition, avec **une note moyenne de 4,60 sur 5**.

En réduisant les allers-retours des serveurs pour prendre les commandes ou apporter les terminaux de paiement, les équipes restent davantage disponibles pour accueillir, conseiller et servir les clients, même pendant les périodes de très forte affluence.

### **Des supporters plus généreux envers les serveurs**

Autre enseignement : l'ambiance des grands matchs profite aussi aux équipes en salle. Pendant la compétition, 42 % des paiements réalisés via sunday comportent un pourboire, soit **une progression de 7%**. Une dynamique qui confirme que la fluidité du parcours client et une expérience sans attente favorisent également la générosité au moment de régler l'addition.

*« Les soirs de Coupe du monde, le véritable défi des restaurateurs n'est pas seulement d'accueillir davantage de clients, mais d'absorber des pics d'activité extrêmement concentrés. La mi-temps devient un moment décisif où chacun souhaite commander en même temps. Nos outils digitaux permettent de lisser ces flux, d'améliorer l'expérience des supporters tout en donnant davantage de temps aux équipes pour se consacrer au service »* explique **Kévin Meert, Directeur commercial de sunday**

### **A propos de sunday**

sunday est le leader du paiement au restaurant. sunday propose ses solutions de paiement (Paiement à table via QR code, Order & Pay, TPE, Click & collect) dans plus de 4 000 restaurants. sunday est disponible en France, au Royaume-Uni et aux États-Unis.

