



# LE COQ SPORTIF CONFIRME LA CROISSANCE RÉALISÉE LORS DU 1ER SEMESTRE.

A fin juin, le chiffre d'affaires connaît une croissance de plus 79% par rapport à 2020 et un résultat en hausse de 1,2 million d'euros par rapport aux prévisions budgétées.

Le premier semestre de 2021 confirme le rebond du Coq Sportif, après la pandémie, de l'an dernier, avec un chiffre d'affaires dépassant, à nouveau, de plus de 79%, les attentes espérées pour cette première moitié d'année. Cette croissance permet de terminer le semestre en avance de 2% sur le budget et ce malgré les fermetures administratives ayant impacté l'activité commerciale des six premiers mois de l'année.

Pendant quatre semaines entre mi-juin et mi-juillet la marque a battu son record hebdomadaire de ventes dans le réseau des magasins sport en France.

« Ces résultats sont une excellente nouvelle mais ne nous surprennent pas. Nous sommes revenus forts de l'année dernière, en compensant les pertes causées par la pandémie », a déclaré Marc-Henri Beausire, PDG du Coq Sportif. « Ces résultats montrent que nous sommes sur la bonne voie. Nous souhaitons porter l'entreprise à un nouveau niveau, c'est pourquoi nous pouvons prétendre que les futures annonces seront encore plus belles. A partir d'octobre et jusqu'aux Jeux de Paris en 2024, nous devenons partenaires officiels des équipes de France Olympique et Paralympique », a-t-il ajouté.

Prochaine étape : Pékin 2022! La marque se prépare déjà pour cet événement, et ce n'est pas tout... Pour plus d'informations rendez-vous à la rentrée.

## À propos de nous.

Présent dans plus de 60 pays et étant ancré au cœur du sport français depuis plus de 139 ans, Le Coq Sportif fait partie de l'histoire de France.

En 2020, la marque s'est avérée être le choix des Français : d'après un sondage IFOP 82% d'entre eux souhaitent que Les Bleus soient habillés par cette dernière pour les Jeux Olympiques et Paralympiques à partir de 2022 et jusqu'à Paris 2024.

Depuis 10 ans, Le Coq Sportif révolutionne son modèle industriel en le plaçant au cœur de sa vision. Pour cela, les productions textiles en Asie ont été rapatriées dans son usine historique de Romilly-sur-Seine – berceau de la marque - et dans le bassin méditerranéen.