



Communiqué de presse
Boulogne-Billancourt, le 26 septembre 2022

Un maillot taille passion pour la famille bleue d'Intersport

Distributeur officiel de la Fédération Française de Football depuis 2017 et premier vendeur de maillots, Intersport souhaite, en cette année de Coupe du Monde, s'affirmer comme le principal supporter des Bleus. Mais l'édition 2022 de la Coupe du Monde n'est certainement pas une édition comme les autres...

Pour la première fois, la Coupe du Monde se joue en hiver. Un changement de taille dans les habitudes des supporters qui ne pourront pas arborer leur maillot des Bleus à longueur de journée à moins d'accepter d'affronter le froid et le vent si caractéristique du mois de novembre.

Alors à 2 mois de la Coupe du Monde, comment rassembler les supporters français autour du mouvement #FamilleBleue, et les inciter à acheter le nouveau maillot de l'Équipe de France ?

Pour donner du sens à sa communication, et mettre en scène la sortie du maillot de l'équipe de France dans tous ses magasins, INTERSPORT mise sur son ADN de coopérative et sur les valeurs qui animent ses 15 000 collaborateurs : l'esprit de famille et la passion autour des Bleus.

Et on le sait, pour les fans de foot, la passion n'est jamais assez grande. Cet hiver, pour supporter l'équipe de France, il faudra porter les couleurs par-dessus vos vêtements chauds, quitte à se sur-tailler un peu. Mais la coupe du monde n'est-elle pas l'occasion idéale de voir plus grand ? Alors si vous hésitez, prenez la taille « passion »...

Dans un film imaginé par l'agence Lafourmi pour l'occasion, nous suivons Max, un jeune supporter habité par sa passion pour les bleus mais aussi par une question importante : comment porter ce nouveau maillot fièrement en hiver...

Dans son aventure mêlant émotion, humour mais surtout innocence, le jeune garçon tente par divers stratagèmes d'agrandir son maillot, guidé par un seul objectif : Pouvoir le porter par-dessus sa doudoune pendant la Coupe du Monde et soutenir les Bleus aux mois de novembre et décembre.

Les efforts de Max restent vains mais attirent l'attention de ses parents, à quelques jours du premier match des Bleus... La magie finira donc par opérer, une surprise de taille l'attendra à son réveil, le jour du premier match de l'équipe de France.

Côté diffusion du spot, INTERSPORT a opté pour un plan média digital ainsi qu'un partenariat avec le programme court "Il était une fois en Bleu" sur TF1.

—

FICHE TECHNIQUE

ANNONCEUR : Intersport

Responsables annonceur :

- Claire Heurtaux – Directrice Marque et Partenariats
- Johan Faity – Responsable Partenariats et Communication

AGENCE : La Fourmi

Responsables agence : Thibault Cornet, Céline Jobert

Responsables de compte: Jérémy Nessim, Jordan Ferrandis

Planning stratégique : Jordane Rabute, Quentin Deremble

Directeur de la création Clément Cimarro

Copywriter : Clément Cimarro

Productrice TV: Barbara Vaira

PRODUCTION TV : Téléphone Maison Films

RÉALISATEUR : Pavle Savic

Producteur : Alexandre Meernout

Directeur de production : Louise Becques

Directeur de la photographie : Angelo Marques

Set designer : Lola Lembrez

Styliste : Louise Faillot

Make up : Caroline Lacoste

Monteuse : Stéphanie Pelissier

Post-Production : Les films du périscope

MUSIQUE : Benoit Rault

PRODUCTION SON : Studios VOA