

## INTERSPORT CHOISIT LAFOURMI POUR LA SORTIE DU NOUVEAU MAILLOT DE L'ÉQUIPE DE FRANCE DANS SES MAGASINS



Lien pour visionner le film : [https://youtu.be/Uu6HFfx\\_\\_Ac](https://youtu.be/Uu6HFfx__Ac)

Distributeur officiel de la Fédération Française de Football depuis 2017, Intersport accompagne les Bleus pour la 4<sup>e</sup> compétition internationale consécutive à l'occasion de l'UEFA EURO 2024. A cette occasion, la marque souhaite réaffirmer sa position de supporter n°1 de l'Équipe de France avec sa #FamilleBleue.

Véritable mouvement de ralliement des supporters pendant les grandes compétitions, la Famille Bleue rassemble tous les fans des Équipes de France, du mordu de la première heure au néophyte, quel que soit leur âge.

**Lafourmi développe une campagne qui s'inscrit dans la continuité de celle développée à l'occasion de la Coupe du Monde de la FIFA 2022, avec un concept singulier qui raconte la petite histoire dans la grande histoire**, comme une référence universelle qui parle au plus grand nombre afin de maximiser l'appropriation. Tout en subtilité, cette approche permet de livrer un discours commercial clair et efficace, présentant Intersport comme la destination privilégiée pour acheter son maillot de supporter.



SPORTS LOVERS WHO MAKE ADS

**Dans le film, nous suivons le jeune Aden qui rêve de porter le nouveau maillot des Bleus pour soutenir son équipe préférée.** Il fait tout son possible pour l'obtenir malgré le refus initial de ses parents. Des rayons d'un magasin Intersport au couloirs de sa maison, Aden va redoubler d'ingéniosité pour remplir progressivement sa tirelire qui l'accompagne dans toutes ses aventures.

Finalement, ses efforts sont récompensés et nous le retrouvons au cœur du magasin Intersport portant le maillot de ses rêves comme un symbole de sa passion pour les Bleus.

Le film de 1'45" est diffusé à partir du mercredi 27 mars sur les comptes sociaux d'Intersport (Instagram, Twitter, LinkedIn) et promu via un plan média digital d'envergure.

**Pour Johan Faity, responsable Communication Corporate et Partenariats chez INTERSPORT :**

*Nous sommes extrêmement fiers d'être partenaires de l'Équipe de France de football.*

*Elle suscite des émotions extraordinaires qui se transmettent de génération en génération.*

*Chaque nouveau maillot représente un événement pour les supporters, et constitue également une opportunité de célébrer la passion que les Français partagent en se rassemblant pour soutenir les Bleus au sein de cette grande "Famille Bleue". Ce film illustre parfaitement cet esprit de rassemblement. De belles activations sont prévues jusqu'à la compétition.*

*Restez connectés pour ne rien manquer !*

**Pour Céline Jobert, co-fondatrice de l'agence LAFOURMI :** *"Nous tenons à exprimer notre profonde gratitude envers Intersport pour sa confiance renouvelée ainsi qu'à toutes les équipes impliquées dans la réalisation de cette campagne. Spéciale dédicace à Aden ! La fidélité de nos clients et la qualité de nos relations sont des sources constantes d'inspiration et de motivation pour continuer à créer des campagnes et des expériences uniques et mémorables"*

**Pour Clément Cimarro, Directeur de la Création LAFOURMI et réalisateur :** *"Ce film est une ode à l'enfance et aux souvenirs communs que le sport arrive encore à créer. C'est aussi ça la famille bleue ! L'ambition de ce film était de créer une fiction à la hauteur de l'enfance. Déjà dans la narration, en montrant toute la créativité et les mécanismes d'action que la passion permet d'activer quand rien ne peut nous détourner de notre objectif. Mais aussi dans la mise en scène, avec une grammaire visuelle qui laisse toute sa place aux émotions du personnage en plaçant la caméra à son niveau. Le résultat est un film doux et passionné qui s'inscrit parfaitement dans l'histoire publicitaire de la marque Intersport."*



SPORTS LOVERS WHO MAKE ADS

## CRÉDITS

### ANNONCEUR : INTERSPORT

Responsables annonceur :  
Claire Heurtaux – Directrice Marque et Partenariats  
Johan Faity – Responsable Partenariats et  
Communication

### AGENCE : LAFOURMI

Direction : Thibaut Cornet, Céline Jobert  
Directeur de la création : Clément Cimarro  
Copywriters : Clément Cimarro & Nicolas Télion  
TV Producer : Barbara Vaira  
Directeur commercial : Raphaël Thierry  
Responsables de compte: Jordan Ferrandis, Jeremy  
Nessim  
Planning stratégique : Jordane Rabute, Quentin  
Deremble

### PRODUCTION : TÉLÉPHONE MAISON

#### FILMS

Réalisateur : Clément Cimarro  
Producteur : Alexandre Meernout  
Directeur de production : Maud Houver  
Directeur de la photographie : Mahdi  
Lepart  
Set designer : Thibaut Ceasar  
Monteuse : Delphine Genest  
Post-Production : Les films du Périscope

#### MUSIQUE : Benoit Rault

## CONTACT PRESSE

Léa Essirard / Chargée de communication / [lea@thefansyndicate.com](mailto:lea@thefansyndicate.com) / 01 55 95 09 20

### A PROPOS DE INTERSPORT

Le Groupe INTERSPORT en France, c'est plus de 938 magasins réalisant un CA de 3,6 milliards €, avec plus de 19 000 collaborateurs. INTERSPORT se présente sous la forme d'une coopérative, regroupant des adhérents propriétaires de leurs magasins avec une structure centrale basée à Longjumeau (Essonne) et une plateforme logistique de 44 000 m<sup>2</sup> à Saint-Vulbas (Ain). INTERSPORT est également propriétaire de l'enseigne lifestyle Blackstore et de la Manufacture Française du Cycle, première usine française d'assemblage de cycles située à Machecoul (Loire-Atlantique). La présidence France et Belgique est assurée par Jacky Rihouet.

### A PROPOS DE LAFOURMI

#### Sports lovers who make ads.

LAFOURMI est, au sein du groupe The Fan Syndicate, la 1<sup>ère</sup> agence créative indépendante dédiée au monde du Sport. **Stratégie, publicité, éditorial & fan experience** sont au cœur de son expertise. Collaborant avec les plus grands acteurs du secteur, parmi lesquels Puma, beIN SPORTS, Intersport, le Crédit Agricole, Paris 2024, Danone, France Galop, Lacoste, le PSG, les fédérations françaises de Football de Rugby et de Tennis (...), l'agence a à cœur de rendre le sport encore plus cool et engageant qu'il ne l'est déjà et de donner vie à des campagnes de fans de sport, qui parlent au cœur des fans de sport.  
Plus d'informations : [www.lafourmi.biz](http://www.lafourmi.biz)