



SPORTS LOVERS WHO MAKE ADS

Communiqué de presse

Boulogne-Billancourt, le 17 décembre 2024

LAFOURMI signe une activation inédite pour INTERSPORT et la Coupe de France

À la suite d'un gain en compétition, **LAFOURMI**, agence du groupe THE FAN SYNDICATE, dévoile une activation exclusive dans le cadre du partenariat entre **INTERSPORT** et la **Coupe de France**. Pour la première fois dans l'histoire du football amateur, le maillot d'un club sera commercialisé par un grand distributeur. Cette initiative innovante met à l'honneur l'**Entente Feignies-Aulnoye FC**, l'un des derniers clubs amateurs encore en lice en Coupe de France, en transformant leur maillot en un véritable symbole de fierté et de passion.

Ce maillot Coupe de France, habituellement réservé aux joueurs, devient accessible au public, marquant une étape historique dans l'univers du football amateur. Une manière unique de célébrer cette édition de la Coupe de France et de renforcer les liens entre les supporters et leur club.

Dans la culture du football amateur, certains objets deviennent des trésors : les maillots portés lors de la Coupe de France. Ce sont des symboles inaccessibles pour les supporters, réservés aux seuls joueurs participants. INTERSPORT, partenaire de la FFF depuis 2017, et LAFOURMI ont décidé de changer la donne en transformant ce maillot en un véritable outil de storytelling et de célébration, permettant aux supporters de s'approprier un morceau de cette aventure unique, tout en célébrant l'authenticité et l'émotion qui font la magie de la Coupe de France.

Une campagne à la hauteur des plus grands clubs

L'Entente Feignies-Aulnoye FC, affrontera le samedi 21 décembre l'Olympique Lyonnais lors d'un match historique au Stade du Hainaut (Valenciennes). Pour cet événement, INTERSPORT donne au club amateur une visibilité digne des élites.

Comme pour les plus grands clubs, un film de lancement, c'est un regard sur tous les éléments qui rendent fiers une ville et un peuple. Le film de cette équipe de la région des Hauts de France publiée le 17 décembre ne déroge pas à la règle. Sa culture, son phrasé, ses habitants, son architecture, et bien sûr ses joueurs. Une vidéo iconique à la manière d'Aston Villa, des clubs de Manchester ou d'Arsenal, c'est ce mix d'éléments qui fait son charme.

[Découvrir le film](#)

La campagne comprend :

- **Un film de lancement**, incarnant l'identité locale et les valeurs du club, diffusé par Intersport et le club, et relayé par des personnalités foot.
- **Un shooting photo**, réunissant joueurs et habitants de la région pour représenter l'esprit des deux communes autour de leur club de cœur.
- **Une campagne de guérilla marketing à Lyon**, chez l'adversaire, pour donner le ton du match mais toujours dans un esprit fair play.
- **Un corner dédié dans l'INTERSPORT local**, commercialisant le maillot exclusif du match.

Une tournée médiatique pour faire vivre la magie de la Coupe de France

Un joueur de l'Entente Feignies-Aulnoye FC sera disponible pour une tournée média le **22 décembre 2024**, au lendemain du match, quelle que soit l'issue de la rencontre. Il répondra aux questions des journalistes sur le match, la fierté de représenter son club en Coupe de France, l'impact de l'opération menée avec INTERSPORT, et le rêve de jouer cette compétition mythique. Une opportunité de donner la parole à ces héros du football amateur.

Rendez-vous sur les réseaux sociaux

Suivez toute l'opération sur les comptes social media d'[Intersport France](#) et leur site internet dès le 17 décembre 2024 , et pourquoi pas une épopée Coupe de France !

Une opération porteuse de valeurs

En racontant l'histoire de l'Entente Feignies-Aulnoye, INTERSPORT réaffirme **son rôle de soutien actif au football amateur**, tout en rapprochant ses valeurs d'authenticité et de proximité des passionnés.

« Pour la première fois dans l'histoire de la Coupe de France, les supporters d'un club amateur auront l'opportunité de porter le même maillot que leurs joueurs. Produite en édition limitée et disponible exclusivement dans notre magasin INTERSPORT de Hautmont, cette tunique emblématique permettra aussi de soutenir l'EFAFC, puisque l'intégralité des bénéfices de sa vente leur sera reversée. Cette opération ainsi que toute la campagne de communication qui l'accompagne sont pour nous une magnifique manière de rapprocher les supporters de leur équipe pour faire vivre la magie de cette compétition. » **Johan FAITY, Responsable Partenariat**

INTERSPORT France



SPORTS LOVERS WHO MAKE ADS

Contact presse : Aliou Maro, Directeur de la communication, aliou@thefansyndicate.com - 06 33 32 95 19

Crédits :

ANNONCEUR : INTERSPORT

Responsable Communication Corporate et Partenariats:
Johan Faity
Responsable clubs et collectivités Intersport : Jean-Sébastien
Caudron

AGENCE : LAFOURMI

Direction agence : Céline Jobert & Thibaut Cornet
Directeur de la création : David Philip
Directeur des stratégies : Jordane Rabute
Copywriter : Marius Lescale
Directeur artistique : Julien Hablainville
Responsable studio : Thibaut Greffin
TV Producer : Alexandre Morin
Directeur de clientèle : Louis Pierre-Adolphe
Chef de groupe : Jordan Ferrandis
Chef de projet : Guillaume Bresson
Responsable Traffic : Sophie Boule

PRODUCTION :

Réalisateurs : Lucas Courtin, Hugo Gatefait
Photographe : Sacha Balti
Directeur de production : Benjamin Nieto
Chef opérateur : Atalia
Etalonneur : Andrey Garny
Musique & sound design : Victor Pierre
Ingénieur son : Charles Grégoiren

À 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 m² 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.

À PROPOS DE LAFOURMI

Sports lovers who make ads.

LAFOURMI est, au sein du groupe The Fan Syndicate, la 1^{ère} 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, Decathlon, beIN SPORTS, Intersport, le Crédit Agricole, Fitness Park, 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 plus engageant qu'il ne l'est déjà et de donner vie à des campagnes de fans de sport qui parlent au cœur

LAFOURMI



SPORTS LOVERS WHO MAKE ADS

des fans de sport.

Plus d'informations : www.lafourmi.biz

À PROPOS DE THE FAN SYNDICATE GROUP

THE FAN SYNDICATE est le premier groupe de communication indépendant dédié à l'industrie du sport. Comptant 50 collaborateurs, il a réalisé 10 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2024 à travers ses deux agences, LEROY TREMBLOT (brand design) et LAFOURMI (publicité & activation).

Pour plus d'informations : www.thefansyndicate.com