

Meta et BETC célèbrent la passion du rugby dans un nouveau spot TV pour la Coupe du monde

Meta, Fournisseur Officiel de la Coupe du Monde de Rugby France 2023, anime ses Superfans grâce à un plan de communication multicanal signé BETC. Présents sur les applications de Meta et dans le Village Rugby de Paris, les personnages des Superfans arrivent aujourd'hui à la télévision avec un film au format inédit.

Découvrez le film : <https://youtu.be/6OchQHq0KnM>



La passion, ça se partage.



La Coupe du Monde de Rugby 2023 bat son plein et les supporters n'ont jamais été aussi connectés. Les Superfans, personnages à l'effigie des 20 pays en lice, ont infiltré les réseaux sociaux et on peut difficilement les rater : un coq gaulois pour la France, un trèfle géant pour l'Irlande, un wallaby australien ou encore le fameux chardon écossais incarnant la passion des fans et offrant un symbole derrière lequel ils peuvent se regrouper.

Pour imaginer une campagne qui rend hommage aux fans et à leur ferveur, Meta a fait confiance à l'agence BETC. Car "La passion, ça se partage", à commencer par les plateformes du groupe, Instagram, Facebook et Whatsapp, où des millions de fans se

réunissent pour partager leur passion. Les filtres AR des Superfans ont déjà été essayés plus de 50 000 fois sur Instagram et Facebook.

Aujourd'hui, la campagne franchit une nouvelle étape. Meta et BETC dévoilent un spot TV au format inédit, entièrement filmé au smartphone, où l'écran TV classique a été décliné en 3 écrans verticaux façon smartphone. Un format original qui permet à Meta de se démarquer des productions qui entourent cette Coupe du monde.

Inspiré des modes de célébration des supporters, le film met en scène des contenus et conversations de fans galvanisés assortis de leur Superfan, pour un rendu immersif et puissant à l'image de cette compétition. Les Superfans interagissent avec les fonctionnalités incontournables de Meta (filtres, stickers, interactions...) et se nourrissent de l'énergie des fans pour littéralement grandir.

Pour Laurent Solly, VP Europe du Sud chez Meta : *"La Coupe du Monde de Rugby 2023 est une occasion exceptionnelle de célébrer la passion du rugby et de connecter les fans du monde entier. Chez Meta, nous sommes fiers de jouer un rôle clé en tant que Fournisseur Officiel, et cette campagne avec BETC illustre notre engagement à partager cette passion de manière innovante et immersive."*

Olivier Apers, Vice-President / Executive Creative Director chez BETC, commente : *"Nous sommes très fiers d'être l'agence partenaire de Meta et de l'accompagner dans son premier partenariat sportif mondial. Nous avons conçu une campagne intégrée pour cet incroyable événement qui a lieu en France cette année : « La passion, ça se partage ». Nous avons voulu créer un film inédit, un objet unique et hors du commun pour Meta, leader des réseaux sociaux : le premier film TV qui se déploie sur 3 écrans de mobiles pour inviter les fans à partager leur passion."*

Une campagne made in France

Puisant dans le milieu créatif français, pays hôte de la compétition, la réalisation du film a réuni Albert Albert du studio Iconoclast et le studio d'animation et VFX Mathematic en charge de la post-production. La bande son est l'œuvre du groupe La Femme qui apporte une touche bien française à une campagne résolument internationale.

Le plan média, percutant et tactique, a été orchestré par l'agence Spark et se déroulera à partir du 29 septembre, pendant les phases finales : en télé, en amont et à la mi-temps de chaque match, en affichage extérieur et, bien sûr, sur les applications de Meta (formats 30s, 15s, 6s). Par ailleurs, les Superfans viendront aussi envahir les gares de Saint-Lazare, de Châtelet et du Prado à Marseille pour interpeller les fans en route vers les matchs clés du mois d'octobre.

Les Superfans continueront de vivre à travers les autres points de contact de la campagne : dans l'espace Meta au Village Rugby de Paris, pour lequel Meta a fait appel à Auditoire. Grâce aux filtres AR sur Facebook et Instagram et à la cabine Reels

au Village Rugby, produits par le studio Unit9. Et bien sûr dans les contenus des créateurs sur Instagram, réunis et mobilisés sous l'expertise de l'agence MNSTR, selon un plan d'activations qui vise à intégrer les Superfans dans la culture, en s'appuyant sur divers centres d'intérêts et tendances en vogue.

À l'origine du design des 20 personnages, un minutieux travail de recherche a été mené en collaboration avec chacun des pays participants, sur les traces des symboles culturels et de l'esprit propre à chacun. Une mission rendue possible avec le soutien du réseau Havas et notamment d'Havas Play, qui a coordonné l'ensemble du partenariat de Meta avec la Coupe du Monde de Rugby 2023.

Enfin, c'est l'agence interne de Meta, Creative X, qui a quant à elle encadré le travail créatif et cosigné la direction artistique de l'ensemble des supports, assurant la cohérence du projet.

Découvrez le film TV de la campagne dès aujourd'hui à la télévision, mais aussi sur smartphone, [en réunissant trois écrans mobiles en simultané](#), une première imaginée par Meta et BETC : lapassioncasepartage.com

En bonus, les coulisses de la campagne TV se dévoilent dans une vidéo making of : <https://youtu.be/qBIKL1dMcCY>

Kit presse complet

<https://betc.box.com/v/MetaRugbyWorldcup2023>

Contact presse

BETC – Camille Chang - camille.chang@betc.com