

InVivo dévoile son premier film publicitaire à l'occasion de la Coupe du Monde de Rugby

InVivo, l'un des premiers groupes européens agricoles, a souhaité réaliser le premier film publicitaire de son histoire à l'occasion de la Coupe du Monde de Rugby, dont le groupe et deux de ses marques – Cordier et Boulangerie Louise – sont Fournisseur officiel des produits du terroir. Avec un ADN rugby très fort, InVivo a souhaité profiter de cet événement pour réaliser, avec l'agence W, sa première campagne de marque sur la thématique des terrains. Une campagne faisant le parallèle entre les terrains agricoles et les terrains de rugby, construite autour d'une idée forte : ce sont sur les terrains que se cultivent les grandes victoires.



<https://www.youtube.com/watch?v=qmoFNhysGfl>

Conçu par l'agence W, déjà responsable de la création de son identité de marque en 2013, ce film fait un parallèle entre le sport et l'agriculture, considérant que chaque récolte est une victoire, au même titre qu'une victoire sportive. La nouvelle signature du groupe InVivo, révélée également à cette occasion, devient : « La victoire, ça se cultive. » Avec ce message, le groupe InVivo souhaite une nouvelle fois mettre l'accent sur le rôle crucial des agriculteurs ; ceux qui nous nourrissent.

« Nous avons souhaité nous associer à la Coupe du Monde de Rugby pour promouvoir ce sport dont les valeurs font écho à notre propre identité, mais aussi plus largement à celles du monde agricole. Ce film est une véritable opportunité de valoriser le secteur agroalimentaire français, en mettant en avant nos filières, nos terroirs et nos territoires, mais surtout l'ensemble des agricultrices et agriculteurs de France. Les coopératives adhérentes du groupe InVivo leur dédient d'ailleurs ce film. » indique Thierry Blandinières, directeur général d'InVivo :

Le réalisateur de renom Leigh Powis (Production Gang Films), connu pour ses réalisations publicitaires sportives (Oakley, NFL) et ancien rugbyman lui-même, a su capturer l'essence de la relation unique entre le terrain et la réussite. Le tournage a été une véritable entreprise mobilisant plus de 80 personnes pendant 5 jours dans les environs de Béziers. Le film met à l'honneur l'équipe pro masculine et féminine de AS Béziers Hérault, ainsi que l'équipe junior du sporting club Leucate Corbières Méditerranée XV.

Une version 30 secondes sera dévoilée ce jour à la mi temps du match d'ouverture : France - Nouvelle Zélande. Elle sera ensuite diffusée jusqu'au 3 décembre, en direct ou en rediffusion, sur les supports TV OFF, TV segmentée : TFI, France télévision, M6, Arte, Altice, Canal +, FTV, Amazon et Orange. Une audience totale attendue de plus de 18 millions de contacts.

Une version longue de 90 secondes sera diffusé dans les salles de cinéma du réseau Médiavision, soit plus de 3500 salles partout en France, pendant 2 semaines (du 13 au 26 septembre).

Ce film a également été décliné en annonces presse en affichage, avec 3 visuels qui seront publiés dans Le Figaro, L'Équipe, Midi Olympique, Les Échos et Challenges. La campagne d'affichage débutera quant à elle dès aujourd'hui autour des stades des 9 villes hôtes : à Saint-Denis, Marseille, Toulouse, Lille, Nantes, Saint-Etienne, Bordeaux, Lyon et Nice avec 167 faces.



Enfin, un plan digital va être déployé sur Méta (Facebook / Instagram), LinkedIn et Youtube avec des formats statiques et animés. Cette campagne digitale touchera plus de 3,8 Millions de contacts.

À PROPOS D'INVIVO

Le groupe InVivo est l'un des premiers groupes européens agricoles avec un CA de près de 12 milliards d'euros, dont plus de la moitié réalisée en France, et un effectif de plus de 14 500 salariés, dont près de 11 000 en France. Implanté dans 38 pays, il regroupe 90 sites industriels, dont 63 en France.

Ce pilier de la souveraineté alimentaire intervient sur toute la chaîne de valeur, de la fourche à la fourchette, en étant leader sur chacune de ses quatre grandes activités stratégiques : Négoce international de grains ; Agriculture ; Agroalimentaire (malerie, pôle blé, vin) ; Jardinerie et distribution alimentaire. Un pôle global transverse de solutions innovantes et digitales complète ce dispositif.

Au service de la transition agricole, l'ambition d'InVivo est d'accompagner la transformation de la ferme France et de soutenir la souveraineté alimentaire européenne.

Pour en savoir plus : www.invivo-group.com – Twitter @InVivoGroup

À PROPOS DE L'AGENCE W&Cie

W&Cie est une agence stratégique et créative dont la raison d'être est d'aider les entreprises, par la marque, à se développer et se transformer au service du bien commun. W&Cie contribue ainsi à générer un impact économique, social, sociétal et environnemental positif et significatif dans l'exercice de ses activités.

Elle imagine des solutions pour faire de la marque un vecteur de transformation associant sens et business. Depuis sa création en 1997 par Denis Gancel et Gilles Deléris, l'agence s'est construite sur un modèle qui conjugue le brand management, l'architecture, la publicité et les contenus. Aujourd'hui, ses 120 collaborateurs mettent leurs talents au service de grandes marques telles que : Accor, Ibis, La Poste, MAIF, McDonald's, Michelin, Paris Aéroport, Peugeot, PMU, Roland-Garros, RTE et Le Comité Olympique pour Paris 2024.

Le Contributing, concept développé par l'agence, dessine les contours d'un nouveau marketing. Il défend l'idée d'une nouvelle approche stratégique et créative pour aligner les expressions de la marque avec les engagements de l'entreprise et l'évolution des business Model. Pour en savoir plus : www.wcie.fr

Contacts presse :

InVivo

Constance Boudet du Mochet

cboudetdumochet@invivo-group.com

W&Cie

Charlotte FESSOU

charlotte.fessou@wcie.fr