LES ENJEUX

PARIS SPORTIFS | CRÉATION PUBLICITAIRE

Quand Betclic transforme un pari en campagne virale pour la Ligue des champions

Vincent Reynaert
Publié le 16 septembre 2025 . Lecture estimée : 2 min

À l'occasion de la reprise de la Ligue des champions, Betclic lance avec une nouvelle campagne publicitaire décalée et mise en image par l'agence Buzzman. L'opérateur met en scène un Redouane Bougheraba prêt à tout pour honorer un pari improbable. Entre humour et créativité, la marque poursuit sa stratégie de communication résolument audacieuse.

Betclic a choisi de jouer la carte du décalage pour lancer sa nouvelle campagne publicitaire. L'opérateur de paris sportifs met en avant l'un des humoristes phare de ces derniers mois : Redouane Bougheraba. Ce fan inconditionnel de l'Olympique de Marseille, et marseillais de naissance, n'a jamais caché son goût pour les paris. Pour l'occasion, il se retrouve au centre d'un scénario pour le moins atypique : défiler en slip sur les Champs-Élysées, une promesse tenue suite à un pari audacieux lié à la victoire finale du Paris Saint-Germain en Ligue des Champions 2024/2025.

Un clin d'œil aux codes du pari sportif

La force de cette campagne réside dans sa capacité à détourner les codes du pari sportif pour en faire un outil de communication. En misant sur l'autodérision et l'humour, Betclic cherche à se démarquer dans un univers concurrentiel où la plupart des opérateurs jouent sur l'adrénaline, les statistiques et l'expertise. Ici, l'émotion est différente : il s'agit de rire, de provoquer la surprise et de créer un moment mémorable.

Un dispositif pensé pour la viralité

Le format choisi – une mise en scène visuelle simple et percutante – s'inscrit parfaitement dans une logique de diffusion digitale. L'image de l'humoriste en slip sur la plus célèbre avenue de France a tout du contenu « partageable » sur les réseaux sociaux. La campagne a été pensée pour dépasser le cadre classique du spot télévisé et générer du bouche-à-oreille en ligne.

Une stratégie cohérente pour Betclic

Depuis plusieurs saisons, Betclic a multiplié les prises de parole originales, cherchant à renforcer son image de marque jeune, dynamique et proche de sa communauté. Cette campagne illustre parfaitement cette ligne éditoriale : assumer l'humour, jouer avec les références populaires du football français et transformer un pari en spectacle publicitaire. Un choix stratégique qui devrait séduire autant les amateurs de sport que les professionnels du marketing intéressés par les tendances créatives du secteur.

Découvrez les images de Redouane Bougheraba sur les champs d'Alizay :