

Communiqué de presse

L'Agence Insign et sa filiale Proches orchestrent la première campagne corporate plurimédia de Betclic Group en forme de manifeste pour son engagement contre le cyberharcèlement des athlètes

Paris, le 16 février 2026 - L'agence Insign, agence conseil en stratégie marketing et design, et sa filiale Proches, déploient la première campagne corporate plurimédia de Betclic Group. Cette campagne vient révéler l'engagement de Betclic contre un fléau de société : le cyberharcèlement des sportives et sportifs, des arbitres, des coaches et entraîneurs, pour lequel le pari est trop souvent utilisé comme prétexte aux insultes inacceptables.



Construite autour des lignes à ne pas franchir sur le terrain comme dans son comportement sur internet, la campagne magnifie le terrain naturel de Betclic Group - le sport - pour rappeler aux passionnés le respect dû aux athlètes sur leurs réseaux sociaux. Le film pose un manifeste inspirant pour révéler le premier programme complet, d'un opérateur de paris avec 8 fédérations sportives et ligues professionnelles ainsi qu'une ONG, Respect Zone.

Cet arsenal complet, déployé par Betclic et ses partenaires, contre le cyberharcèlement repose sur trois piliers :

- Accompagner les athlètes et arbitres, avec l'ONG Respect Zone, en proposant des outils pour mieux anticiper, se protéger et réagir face au cyberharcèlement ;
- Mobiliser la communauté de parieurs Betclic avec un contrat d'engagement in-app à signer dès l'inscription, adossé à des conditions d'utilisation (CGU) revisitées pour intégrer des sanctions allant de la suspension à la clôture du compte joueur, et signalement aux autorités compétentes selon la gravité des faits ;
- Interpeller le grand public avec 2 campagnes annuelles pour une sensibilisation d'une ampleur inédite contre le cyberharcèlement.

[Découvrez le film manifeste ici.](#)

La campagne a été développée par l'Agence Insign et Franck Luminier pour la direction de la création, accompagnés par Edouard Le Scouarnec pour la partie créative, par Bleu Bastille pour la production, par Cloud Resonance Duo pour la réalisation, par Méchant pour l'AI & VFX studio, par Kamehouse pour l'étalonnage ainsi que par Arlequin pour le Sound Design & Mix.

Le plan média, développé par Insign également, prévoit la diffusion de la campagne sur des canaux complémentaires : VOL, encarts presse, spot radio ainsi que social adds.

Franck Luminier, directeur de la création du groupe Insign : *“Nous avons construit cette campagne autour d'un parallèle volontairement simple et immédiatement compréhensible : dans le sport, tout se joue à l'intérieur de lignes, celles qui délimitent le terrain, fixent les règles, rendent l'exploit possible et forment le cadre indispensable du beau jeu et de l'engagement. À partir de cette évidence, la campagne fait un pas de côté en rappelant que ces lignes ne sont pas seulement des marques au sol mais aussi des limites, et que parmi elles il en est une qui ne devrait jamais être franchie, le respect des athlètes, une limite qui doit tenir partout où le sport se vit, se commente et se prolonge. En transposant la grammaire du sport au monde digital, Betclic pose une règle claire : le harcèlement est hors-jeu, parce que sur le terrain comme en ligne, on ne franchit pas la ligne du respect.”*

Alexandre Tuaillon, directeur de la Communication corporate et des Affaires publiques de Betclic Group : *“Cette première campagne corporate marque une étape importante pour Betclic. Elle aborde frontalement un sujet sensible. Derrière un écran, les mots peuvent détruire. Menaces, insultes et harcèlement ont un impact réel sur la santé mentale, la carrière et la vie des sportifs. Perdre un pari n'autorise en aucun cas de tels comportements. Le jeu doit rester un divertissement, et non pas devenir un déclencheur de haine. En s'engageant avec détermination et sincérité contre ces dérives, Betclic affirme que sur le terrain comme sur internet, il y a des lignes à ne pas franchir. La campagne conçue avec Insign le rappelle avec force et responsabilité.”*

--

À propos d'INSIGN

Créé en 2010, Insign est une agence indépendante de conseil en stratégie et design qui accompagne les dirigeants dans le développement de leurs entreprises pour améliorer leur performance et créer un impact significatif. Insign conseille et intervient en business, marketing et design sur les leviers clés de performance – la marque, la tech et l'humain – et produit des solutions objectivées et créatives.

Répartie sur plusieurs sites (Paris, Lyon, Tournon-sur-Rhône, Los Angeles), Insign est composée de 200 consultants et est détenue à 45 % par ses collaborateurs avec un investisseur unique (Evolem). Parmi ses clients : Ada, Agence du Service Civique, Bjorg, Bollé Safety, Cegid, Fresh, Forvis Mazars, Geopost, Hiscox, Huttopia, Michelin, La Marine Nationale, néo Nutritions, RAS Intérim, Scalify, SEPHORA, SIG, SO'BiO étic...

Contact presse

Orlane François - orlane.francois@insign.fr - 06 63 80 45 14