

Leroy Tremblot signe l'identité de Ligue 1+, la nouvelle plateforme de la Ligue 1 McDonald's



À l'issue d'une consultation menée en juin, l'agence brand design dédiée aux acteurs de l'économie du sport Leroy Tremblot (The Fan Syndicate group) a été choisie par LFP Media pour créer et déployer toute l'identité visuelle et le territoire graphique de Ligue 1+, la nouvelle plateforme football qui a été officiellement présentée lors d'une conférence de presse ce jeudi 10 juillet.

Après plus d'un an de collaboration rapprochée avec LFP Media sur l'icônisation et le rebranding des identités de la Ligue 1 et de la Ligue 2, Leroy Tremblot franchit une nouvelle étape en signant l'identité de la chaîne Ligue 1+ : une identité pensée pour incarner la promesse de la chaîne : une expérience immersive, moderne et résolument tournée vers les fans.

Ligue 1+ s'ouvre aujourd'hui pour répondre aux nouveaux usages de consommation du sport et de l'entertainment : prédominance du live, contenus sur-mesure, environnement digital accessible sur tous les écrans grâce à une plateforme OTT ambitieuse. La nouvelle identité devait s'ancrer dans la continuité du travail accompli sur les championnats, tout en affirmant la singularité de la chaîne.

Une identité propriétaire, un territoire singulier

Leroy Tremblot a conçu pour Ligue 1+ une identité forte, qui capitalise sur les codes de la Ligue 1 tout en s'en démarquant :

- L'italisation du mot « Ligue » apporte à la chaîne une signature unique, symbole de mouvement et de modernité.
- Le territoire graphique conserve les éléments propriétaires de la Ligue 1 McDonald's (couleurs, typographies), mais quitte la « grille » historique pour se concentrer sur le symbole et son rayonnement, reflétant la dimension spectaculaire et fédératrice du football français.
- L'identité de Ligue 1+ est pensée pour être entièrement modulable et personnalisable aux couleurs des clubs, sur tous les supports et tous les touchpoints : médias, réseaux sociaux, plateforme OTT, contenus motion et promotion.

Une chaîne au service du championnat

Loin de cannibaliser l'identité des championnats, Ligue 1+ s'inscrit dans leur sillage et amplifie leur visibilité, avec une ambition : offrir à tous les fans une expérience enrichie, immersive et fédératrice, à la hauteur du nouveau chapitre que s'apprête à ouvrir notre football.



POUR PLUS D'INFORMATION, CONTACTER :

Aliou Maro, Directeur de la communication : aliou@thefansyndicate.com

À PROPOS DE LEROY TREMBLOT

Moving Sports by Design

Leroy Tremblot est la première agence de branding dédiée aux acteurs de l'économie du sport, qu'ils soient détenteurs de droits, sponsors ou organisateurs d'événements. Elle intervient auprès d'eux depuis 1996 en tant qu'experte de la marque et de l'ensemble de ses terrains d'expression identitaire. Leroy Tremblot, rachetée en 2017 par l'agence LAFOURMI et aujourd'hui en filiale du groupe THE FAN SYNDICATE, est dirigée depuis janvier 2020 par Dominique Jubert.

Pour plus d'information : www.leroytremblot.com

À PROPOS DE THE FAN SYNDICATE GROUP

THE FAN SYNDICATE est le 1er groupe de communication indépendant dédié à l'industrie du sport en France. Comptant 50 collaborateurs, il a réalisé 10 millions d'euros de CA en 2024 à travers ses deux agences, LEROY TREMBLOT (brand design) et LAFOURMI (publicité & activation). THE FAN SYNDICATE accompagne les plus grandes marques de l'économie du sport, telles que Decathlon, beIN SPORTS, l'UEFA, FDJ United, les fédérations française de Football, Tennis et Rugby, Fitness Park, la FIBA, Intersport, le Crédit Agricole, Roland-Garros, L'Équipe, Moët & Chandon, Intermarché...

Pour plus d'information : www.thefansyndicate.com