

Communiqué de presse
Paris, le 7 mars 2022

Intermarché lance le programme **SENSATIONNELLES**

Partenaire du football français, INTERMARCHÉ lance le mardi 8 mars, en collaboration avec la Fédération Française de Football, un programme de soutien à la pratique féminine du football et aux clubs engagés pour le football féminin amateur.

« Pour nous le sport est avant tout un vecteur de progrès social, et nous investissons dans le football parce qu'il est un symbole de diversité et de proximité. » Anne SAINTEMARIE, chef d'entreprise et adhérente Intermarché de la direction marketing et de la communication.

SENSATIONNELLES s'adresse aux équipes féminines des clubs amateurs qui font vivre le football féminin au quotidien (2.412 équipes U14 à U18, dans 1.575 clubs), avec une triple ambition :

- aider les jeunes filles à s'épanouir et à s'émanciper grâce au football,
- créer de l'engagement pour le football féminin dans les régions et territoires,
- aider les clubs à développer la pratique du football féminin.

Sous le marrainage de **Laure Boulleau** (consultante TV), un jury* élira dans un premier temps huit clubs particulièrement investis dans le développement de la discipline. Ceux-ci seront invités à Paris dans un second temps pour présenter leur projet lors d'un challenge final. Le club dont le projet de développement aura le plus convaincu le jury se verra offrir des dotations exceptionnelles :

- Un séjour sportif et linguistique en summer camp destiné aux jeunes joueuses (U15 à U18) et à leurs coaches, au Lewes Football Club : une fantastique expérience sociale dans ce club anglais emblématique de la mixité, l'un des clubs les plus engagés au monde au niveau social.
- Un soutien financier de 10.000 euros par an pendant trois ans pour les aider à réaliser leurs projets de développement en termes de diversité.
- Les 8 clubs finalistes se verront également remettre une dotation en matériel pour récompenser leur engagement et leur participation au programme SENSATIONNELLES.

La campagne est conduite en partenariat avec le journal **L'Équipe**, le magazine **Marie Claire** et le **Lewes FC**, afin de sensibiliser à la mixité dans le football. En 2018, le **Lewes FC** est devenu le premier club de football professionnel ou semi-professionnel à rémunérer les femmes et les hommes au même niveau, ce qui lui a valu le surnom de **Equality FC**.

Retrouvez la plateforme d'appel à projets et de contenus liés à l'opération sur le site AU PLUS PRÈS DU SPORT <https://aupluspresdusport.intermarche.com/sensationnelles>.

Anne Saintemarie, chef d'entreprise et adhérente Intermarché de la Direction Marketing et communication, explique le sens de ce programme : « Nous sommes heureux de conduire cette opération qui doit contribuer à promouvoir et à dynamiser la pratique féminine du football dans nos territoires et nos régions, à laquelle nous sommes très attachés. Le football est par nature inclusif et nous essayons avec cette action de le mettre au service de l'éducation et de l'épanouissement des jeunes filles et des jeunes femmes. »

Laura Georges, Secrétaire Générale de la Fédération Française de Football, est porteuse du projet au sein de la FFF : « La FFF remercie INTERMARCHÉ, partenaire engagé, dont l'action poursuit notre objectif commun de développer le football amateur sur tous nos territoires. Nous sommes fiers que le football puisse permettre de conduire des actions sociétales comme ce programme inédit. La fédération se réjouit également que l'équipe lauréate puisse être récompensée avec ce séjour sportif et culturel dans le club anglais Lewes FC, prônant ainsi le partage et la solidarité chères à nos valeurs de mixité et diversité. »

Laure Boulleau, marraine du programme SENSATIONNELLES, s'est engagée spontanément pour soutenir le programme : « *Le football a su faire sa révolution pour s'ouvrir à la pratique féminine. Il devient et doit être un vrai moyen pour les femmes de se révéler, de prendre confiance en elles, de s'émanciper. Si le football féminin professionnel s'est structuré, les clubs et la pratique amateur ont plus que jamais besoin de soutiens, à l'heure où le sport est devenu un enjeu de santé publique pour tous. C'est la raison pour laquelle je me suis engagée dans le programme SENSATIONNELLES.* »

Maggie Murphy, présidente du Lewes FC : « *Il reste difficile pour les femmes et les jeunes filles d'accéder au football, de jouer, d'entraîner ou d'arbitrer à leur plein potentiel. Nous espérons être un influenceur pour que les clubs investissent dans leur structure féminine. Nous sommes convaincus que le football peut et doit être un driver pour l'égalité des genres.* ».

* Jury

- Laure BOULLEAU, ancienne joueuse du PSG et internationale, consultante TV
- Anne SAINTEMARIE, chef d'entreprise et adhérente Intermarché de la direction marketing et de la communication
- Laura GEORGES, ex joueuse internationale, Secrétaire Générale de la Fédération Française de Football
- Véronique LAINÉ, Membre du Bureau Exécutif de la Ligue du Football Amateur et Présidente déléguée de la Ligue de Football de Méditerranée
- Géraldine CATALANO, rédactrice en chef de l'Équipe Magazine
- Philippe BERGEROO, ex-joueur international, ex-sélectionneur de l'équipe de France féminine de football
- Philipp MÜLLER-WIRTH, Directeur du département sport de l'UNESCO
- Philippe DOUCET, journaliste sportif et football

LE PROGRAMME **SENSATIONNELLES**

<https://aupluspresdusport.intermarche.com/sensationnelles>

À propos d'Intermarché

Avec 1 832 points de vente Intermarché en France (déclinés en 4 formats : super, contact, express, hyper), l'enseigne au modèle unique de "Producteurs & Commerçants" est le 2^e distributeur indépendant de l'Hexagone. Intermarché et Netto (295 points de vente en France) sont des enseignes du Groupement Les Mousquetaires. Le "mieux produire" et le "mieux manger" sont deux "combats" dans lesquels Intermarché s'engage : "Mieux produire", c'est soutenir une production française et responsable. "Mieux manger", c'est aider les Français à manger un peu mieux tous les jours. Le Groupement Les Mousquetaires est l'un des acteurs majeurs de la grande distribution. Créé en 1969, fondé sur l'initiative privée, le Groupement rassemble plus de 3 000 chefs d'entreprise indépendants et 150 000 collaboratrices et collaborateurs. Les autres enseignes du Groupement Les Mousquetaires sont Netto (alimentaire), Bricomarché, Brico Cash et Bricorama (bricolage et équipement de la maison), Roady, Rapid Pare-Brise et Izyscoot (mobilité). Pour en savoir plus : [Intermarché](#) - [@intermarche](#) - [Espace journaliste](#) - [@mousquetairesfr](#)

Contacts Presse

RP@womanupagency.com - 06 63 12 98 22