



## McDonald's France et Kappa dévoilent une *Collection unique* qui va ravir tous les fans de mode et de foot.

McDonald's France, partenaire de la Ligue 1 et marque profondément ancrée dans la culture populaire française, et Kappa, référence incontournable du streetwear et du lifestyle sportif, dévoilent aujourd'hui une collaboration capsule audacieuse qui célèbre le lien entre terrain, style et identité collective : la ligne FC McDonald's.

Plus qu'un simple clin d'œil à l'univers du sport, elle incarne une vision partagée : celle de deux marques qui façonnent les usages, bousculent les codes et inspirent une nouvelle manière de consommer : la mode, la nourriture, et la culture du collectif.

Cette capsule FC McDonald's rend hommage à l'esprit foot dans tout ce qu'il a de plus vibrant : l'amour du maillot et le supporterisme, mais aussi la rue, espace où le football devient culture, attitude, et identité.

Dans cet esprit, McDonald's, accompagné de ses agences DDB Paris et tms Paris, a imaginé aux côtés des designers italiens Kappa, 4 designs de maillots, 3 designs de casquettes, et de nombreux autres items : sweat, écharpes, chaussettes, bonnet, ainsi qu'une tenue exclusive designée spécifiquement pour les équipiers McDonald's, afin de faire des restaurants l'une des vitrines du FC McDonald's.

En mêlant les codes visuels du football à l'esthétique urbaine et l'esprit inclusif de l'enseigne, McDonald's France et Kappa signent également une campagne de communication audacieuse, placée sous le signe du collectif, en faisant du FC McDonald's le club qui rassemble tous les fans de France sous un même emblème.

En marge du lancement de cette collection, McDonald's France fait revenir en restaurant deux produits iconiques : le McExtreme Original et les Chicken Wings. Adorés des fans, ces deux produits seront disponibles durant toute la durée de l'opération, et visibles en communication.

Une opération globale à retrouver en TV, Print, Digital et Social Média, à partir du 26 août.

Les films et KV : [sur ce lien](#)

**Jean-Guillaume Bertola, Chief Marketing Officer de McDonald's France, déclare :**

« Cette collaboration avec Kappa est la suite naturelle de notre engagement pour le football français et pour la mise en lumière des valeurs d'unité du sport. Derrière la même bannière du FC McDonald's, nous sommes fiers de réunir la plus grande communauté de supporters de France. À l'occasion de cette nouvelle saison du championnat de la Ligue 1 McDonald's, et durant tout le mois de septembre, des activations dédiées en restaurant et sur l'appi McDo+ viendront soutenir la révélation de ces maillots et casquettes collector, ainsi que d'autres pièces exclusives de la collection. »

**Rémi Garnier, Country Manager Kappa France, déclare :**

« Nous sommes fiers de nous associer à McDonald's France à travers leur engagement dans le football et leur concept original : Le FC McDonald's ! Ce projet célèbre la force du football en tant que lien social et culturel. McDonald's est une marque iconique, mondiale, profondément ancrée dans le quotidien des Français. Chez Kappa, comme chez McDonald's, le football rassemble et crée du lien. On se retrouve entre amis pour un match comme on partage un menu autour d'une table. Cette capsule s'inspire de cette énergie collective, de cette culture foot qui vit aussi bien dans les stades que dans la rue, entre style et authenticité. En tant que marque italienne au fort héritage sportif, Kappa s'attache depuis toujours à faire rayonner le sport au-delà du terrain. En rejoignant le FC McDonald's, nous réaffirmons notre engagement dans la foot culture, aux côtés d'un partenaire aussi puissant et populaire que McDonald's. »

**La collection FC McDonald's sera disponible :**

- Sur les réseaux sociaux à compter du 26 août (drop de 120 maillots à gagner, sur les réseaux sociaux d'influenceurs et de la marque)
- En exclusivité sur l'App M+ du 2 septembre jusqu'au 15 septembre (100 maillots collectors à gagner par jour via tirage au sort pour l'achat d'un Menu Golden Ligue 1 McDonald's)
- En restaurant et sur tous les canaux du 23 septembre au 6 octobre (3 casquettes collector proposées à 2,5€ pour tout achat d'un Menu Maxi Best Of ou Menu Golden Ligue 1 McDonald's)

# Crédits

Annonceur : McDonald's France  
Responsables annonceur : Jean-Guillaume Bertola, Clara Guitaut, Clémentine Teissedre Dalou, Enzo Hougard, Geoffrey Tournevache, Léonie Renaud

Partenaire : Kappa France  
Responsables annonceur : Rémi Garnier, Rémy Valette

Agence : DDB Paris  
Responsables agence : Paul Ducre, Mathieu Bliguet, Céline Male, Marine Letourneur, Maureen Leriche, Paola Battistini, Alléonor Champin  
Chief Creative Officer : Alexander Kalchev  
Directeurs de création : Clara Noguier, Olivier Le Lostec  
Directeurs artistiques : Calvin Peigne, Nicolas Pageaud, Cassandre Jouan  
Concepteur-rédacteur : Léopold Cartier  
Content Creator : Jordan Blondel, Éloi Vinet  
Planning stratégique : Cédric Ledoux  
Social Strategist : Antonin Crabié  
Head of influence : Yannick Leon  
Directrice des Relations Presse : Anne-Marie Gibert  
TV prod & achat d'art : Corinne Persch, Mary-Amely Le Bornec  
Post-production : Sylvie Dumas  
Production print et retouches : Julie Pacton, Sarah Meunier

Agence : tms Paris  
Responsables agence : Caroline Radat, Raphaël Rodrigues, Waël Azzam, Anh Kim Bui

Production : Hamlet  
Réalisateurs : Julien & Quentin  
Production exé : Shot in Mars  
Producteur : Clément Martorell  
Chef op : Édouard Le Grelle  
Photographe : Manu Fauque  
Étalonneur : Arthur Paux  
Responsable post-production : Léa Torok  
Production son  
Studio son : Studio 5  
Supervision musicale : Marine Cremer, Cédric Boit, Clément Reynaud, Josselin

