

Éric Cantona crée la surprise sur TF1

LÉNA LUTAUD.

Publié le 22 avril 2007

Nouvelle image des casinos Partouche, l'ex-footballeur s'invite dans la campagne présidentielle en se déguisant en roi.

C'est de loin la plus belle opération médiatique de ces élections. Hier soir, quelques minutes à peine avant l'annonce des résultats par Claire Chazal et Patrick Poivre d'Arvor, Éric Cantona est subitement apparu à l'antenne de TF1. Déguisé en roi avec couronne de rubis sur la tête et cape rouge et or sur les épaules, il a jailli de la pénombre et s'est exclamé : « *Je suis le roi de coeur qui tombe à pic et qui ne reste pas sur le carreau. Ce soir, pour quelques-uns, les dés sont jetés. C'est à tous les autres sans chichi que je voudrais m'adresser. L'important ne réside pas dans l'enjeu. On gagne, on perd. La vie n'est qu'un jeu.* »

Et de clamer à la fin de cet écran publicitaire : « *Un royaume de jeux, partout, pour tous, Partouche.* » Pour les internautes qui se demandaient depuis quinze jours qui était ce roi osant venir troubler les élections de la République, c'est la fin du suspens. Alertés par des mails émanant d'une agence de publicité, les blogueurs avaient rapidement compris qu'il s'agissait d'un spot télévisé. Mais grâce à un buzz savamment orchestré par le publicitaire Frank Tapiro, personne n'avait réussi à connaître le nom de l'annonceur ni celui du roi.

Un buzz entretenu sur le Net

Tout a commencé début 2007 lorsque « *Patrick Partouche, président du groupe éponyme décide de dépoussiérer l'image de ses 53 casinos* », raconte Frank Tapiro, président de l'agence Hémisphère Droit. Le but ? Démontrer que les casinos sont un lieu où l'on s'amuse plutôt qu'un repère de maffieux des années 1950.

S'inspirant des campagnes contextuelles au moment du Superbowl aux États-Unis, ce communicant proche de Nicolas Sarkozy imagine alors une saga qui fait le parallèle entre le monde du jeu et celui des élections. Début avril, Éric Cantona, qui est la nouvelle image de Partouche, part trois jours en tournage à Prague. Et Frank Tapiro négocie avec TF1 pour que son spot soit le dernier à être diffusé avant l'annonce des résultats. Une place de choix qui coûte 60 400 euros des 3 millions d'euros investis au total par Partouche.

Diffusé une seule fois hier à la télévision, le spot était téléchargeable dès 20 heures sur Dailymotion, YouTube et sur le site du groupe Partouche. Éric Cantona reviendra dans un nouveau rôle, le soir du second tour.