

Article paru le 27 janvier 2025

ECODDS et Keneo ont marqué un but pour le recyclage avec la Champion's Cup Rekupo !



Sur le terrain, ils dribblent, marquent et... apprennent à trier ! Un tournoi de football original qui sensibilise les jeunes générations à l'importance du recyclage. C'est le pari audacieux relevé par ECODDS et Keneo avec la Champion's Cup Rekupo !

La Champion's Cup, cette compétition qui enflamme les jeunes joueurs des clubs amateurs U9, U11 et U13 féminines à travers 8 régions de France, a pris une nouvelle dimension grâce à l'engagement d'ECODDS, l'éco-organisme dédié à la collecte et au recyclage des déchets diffus spécifiques. L'objectif ? Transformer ce rendez-vous sportif en une véritable plateforme de sensibilisation au tri des déchets, et plus particulièrement promouvoir le dispositif REKUPO.

Pour y parvenir, Keneo a déployé une stratégie ingénieuse : un partenariat de naming qui a donné naissance à la Champion's Cup Rekupo, mais pas seulement ! Keneo a imaginé « l'Expo ECODDS », une exposition itinérante et interactive présente à chaque étape du tournoi. À travers des panneaux ludiques et pédagogiques, un écran interactif captivant et des ateliers pratiques, les jeunes participants ont découvert l'histoire du tri, le cycle de vie des déchets et l'importance du recyclage. Un véritable voyage au cœur de l'univers du tri, subtilement mêlé à celui du football grâce à une identité visuelle originale.

Le résultat ? Une réussite éclatante ! 6734 jeunes footballeurs ont participé à la compétition et plus de 11 585 visiteurs ont exploré l'Expo ECODDS, découvrant ainsi le monde du tri et du recyclage. L'initiative a également généré un impact médiatique considérable, avec 82 retombées presse et une équivalence publicitaire estimée à 1 million d'euros.

Quels sont les secrets de ce succès ? Plusieurs facteurs clés ont contribué à faire de la Champion's Cup Rekupo une opération exemplaire en matière de sensibilisation :

Un ciblage précis

: en s'adressant directement aux jeunes footballeurs et à leur entourage, l'opération a touché un public réceptif et a permis de diffuser les messages de manière efficace.

Une approche ludique et interactive

: loin des discours moralisateurs, l'Expo [ECODDS](#) a misé sur le jeu et l'expérimentation pour transmettre les connaissances et susciter l'engagement.

Une cohérence avec l'univers du football

: en intégrant les codes du sport dans l'identité visuelle et les animations, l'opération a créé un environnement familier et stimulant.

Un partenariat solide

: la collaboration entre [ECODDS](#), Keneo et le Fond'action du Football a permis de mobiliser des compétences et des ressources complémentaires pour maximiser l'impact.

Forts de ce succès, les prochaines éditions pourraient explorer de nouvelles pistes : intégrer des jeux de réalité augmentée pour une expérience encore plus immersive, organiser des concours de création artistique autour du recyclage, ou encore impliquer davantage les clubs et les entraîneurs dans la promotion des gestes éco-responsables.

La Champion's Cup [Rekupo](#) démontre qu'il est possible de sensibiliser les jeunes générations à des enjeux environnementaux de manière ludique et engageante. En misant sur l'innovation et la créativité, les entreprises et les organisations peuvent jouer un rôle important dans la construction d'un avenir plus durable. Car l'éducation au tri des déchets dès le plus jeune âge est un investissement essentiel pour la planète de demain.