

LAFOURMI dans les « starting gates »

avec EPIQE Series

13 JUILLET 2018

EPIQE, marque créée en mai 2016 par le Marketing Commun des Courses (regroupant France Galop, Le Trot, la FNCH, le PMU et Equidia) entame la 3e saison de son championnat, les EPIQE Series qui constituent les plus belles et les plus prestigieuses courses de trot et de galop en France comme le Prix de Diane Longines, le Qatar Prix de l'Arc de Triomphe ou encore le Grand Prix d'Amérique.

À l'issue d'une compétition en plusieurs étapes, LAFOURMI conçoit et orchestre la stratégie sociale média du championnat, visant à renouveler le public qui aime, consomme, fréquente, les hippodromes en France.

Le championnat entend monter en puissance et s'affirmer comme des étapes « Sport & Lifestyle » incontournables, capable de séduire au-delà des passionnés de hippisme.

En se concentrant sur le recrutement d'une cible plus jeune en quête d'expériences branchées et singulières par des prises de paroles qui cassent les « codes historiques » du hippisme, LAFOURMI lance plusieurs dispositifs, tout au long de la saison, orchestrant audacieusement brand content sportif et lifestyle, stratégie d'influence d'envergure, achat média social et display.

» Merci aux équipes d'EpiqE pour la confiance accordée tout au long de cette aventure hippique. Nous sommes fiers de participer à développer ce championnat devenu incontournable. Notre objectif : faire vivre l'événement de l'intérieur, d'une façon inédite, au plus près des jockeys et des plus belles émotions du hippisme! « précise Thibaut CORNET, président de LAFOURMI.

[Accéder à la vidéo EPIQE x LAFOURMI / 1](#)

[Accéder à la vidéo EPIQE x LAFOURMI / 3](#)





À propos d'EPIQE

Née de la collaboration des différents acteurs des courses (France Galop, le Trot, la Fédération Nationale des Courses Hippiques, Equidia et le PMU), la marque EpiQE a vu le jour en 2016 avec l'objectif de redynamiser l'intérêt pour les courses de chevaux.

À propos de LAFOURMI

LAFOURMI est une agence de communication full services dédiée au développement des audiences et des revenus pour les ayants-droit, les organisateurs d'événements et les marques. L'agence a développé un modèle unique sur le marché par sa capacité à intégrer les enjeux de Branding, de Fan Engagement, d'E-Influence, de CRM et de Ticketing au bénéfice de la performance business de ses clients. Créée en 2008 et forte de 58 collaborateurs, elle compte parmi ses clients les acteurs majeurs du sport business en France : Paris Saint-Germain, Adidas France, la Fédération Française de Football, AccorHotels, SFR Sport, Paris 2024, TF1, la Ligue de Football Professionnel, la Française des Jeux, l'UNFP, U Arena, GP de France de Formule 1, Red Bull, la Fédération Française de Rugby...