

LETROT PRÉSENTE « PRIX D'AMÉRIQUE RACES ZETURF » AVEC LAFOURMI ET LEROY TREMBLOT.

À la suite d'une compétition menée début septembre, les deux agences ont été sélectionnées pour accompagner la mue de l'événement, opérée par LeTrot.

Du 22 novembre 2020 au 28 février 2021, les plus belles courses au trot attelé de la saison d'hiver seront désormais regroupées autour du **PRIX D'AMÉRIQUE RACES ZEturf**.

9 courses et 120 jours de compétition en perspective !

Épreuve après épreuve, Le Prix d'Amérique Races ZEturf se déroule comme une véritable série à suspense. Chaque épisode offrira une bataille haletante entre les meilleurs compétiteurs qui chercheront à se qualifier pour les trois courses au sommet. La « **Legend Race** » (**Prix d'Amérique - 2700m**), la « **Speed Race** » (**Prix de France - 2100m**) et la « **Marathon Race** » (**Prix de Paris - 4250m**) constitueront ainsi un dénouement à la dramaturgie émotionnelle maximale. Le public aura tout le plaisir d'apprécier et de supporter des protagonistes combattifs au talent exceptionnel.

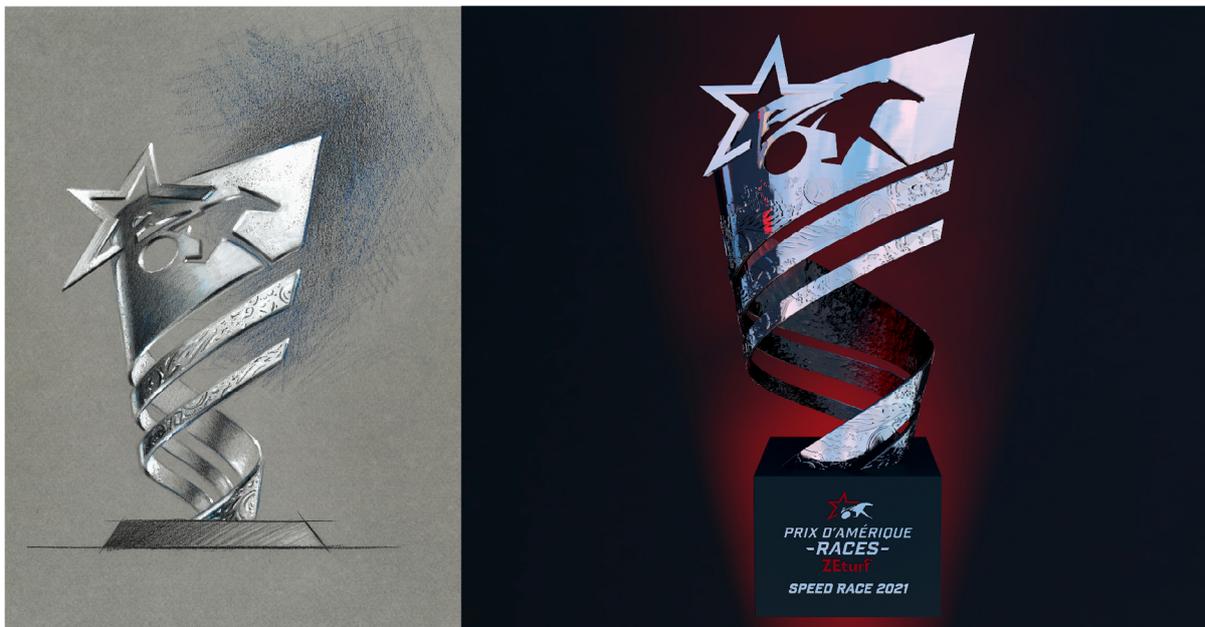
PRIX d'AMÉRIQUE RACES ZEturf a pour ambition de renforcer la dimension incontournable de la saison de courses et d'en développer la notoriété à l'international. La création d'une seule et unique marque augmente la lisibilité de l'évènement phare mondial de courses attelées.



STRATEGIE IDENTITAIRE

Pour donner corps à cette nouvelle compétition, construite autour des valeurs socles de conquête, de sportivité et d'excellence, pour diriger l'attention, augmenter la fréquence de paris et convertir de nouveaux parieurs, l'agence LEROY TREMBLOT a :

- **Positionné le PRIX d'AMÉRIQUE RACES ZETurf comme la compétition leader de sa discipline**, au même niveau que Le Tour de France dans le cyclisme, Roland Garros dans le tennis, les 24 Heures du Mans en endurance ou l'America's Cup dans la voile. Une marque positionnée comme la plus sportive de l'hippisme
- **Conservé ce qui faisait l'ADN du logotype Prix d'Amérique**, l'étoile et le trotteur, tout en faisant évoluer les codes pour lui donner plus de statut, de lisibilité et d'aspérité. Une typographie propriétaire a été par ailleurs entièrement dessinée pour la wordmark « Prix d'Amérique Races »
- **Installé une palette de couleurs identifiante** qui favorise la mémorisation et la reconnaissance :
 - Le gris anthracite fait directement référence au mâchefer si caractéristique de la piste de Vincennes.
 - Le rouge permet d'activer une dimension sportive de la compétition.
 - La combinaison des deux renvoie subtilement à l'imaginaire américain.
- **Développé une architecture de marque déclinable, sans systématisme**, pour rendre claire et cohérent le nouveau format de la compétition.
- **Conçu un territoire de marque riche et modulable**
- **Dessiné un trophée iconique** en argent pour récompenser les vainqueurs d'une des 3 grandes courses et une version en or pour célébrer le champion qui gagnerait l'Ultimate, soit les 3 grandes courses la même année.



[Découvrir le cas complet](#)

STRATEGIE DE COMMUNICATION

En parallèle, LAFOURMI a développé un storytelling fécond, qui permette de couvrir et donner de l'enjeu à l'ensemble de la compétition, autour **du concept de communication « Power of nature »**

Dans le sport hippique, le cheval c'est l'athlète
 Une puissance brute, bestiale
 Quand la FI valorise la technologie pour caractériser sa vitesse
 Nous valorisons une vitesse naturelle, animale, organique
 Tout aussi puissante et impressionnante

Un concept et une montée en puissance traduits à travers une campagne et un film de lancement, les affiches de qualification et du climax des trois courses au sommet.



[Découvrir le cas complet](#)

STRATEGIE SOCIAL MEDIA

L'agence LAFOURMI a contribué par ailleurs à l'élaboration de la stratégie social media, et accompagnera le Prix d'Amérique Races ZEturf dans le déploiement de celle-ci.

Des contenus variés et immersifs, mettant à l'honneur les acteurs de la compétition, jalonnent le championnat pour offrir à chaque public toujours plus de contenus.

Podcats, insides, infos, briefs, débriefs, pronostics et débats sont au programme pour enrichir l'expérience de tous les fans.

Une attention particulière a été apportée aux contenus digitaux où une offre spécifique pour chaque catégorie sera développée.

« A travers cette nouvelle offre, notre objectif est de nourrir nos deux piliers que sont les joueurs et les acteurs des courses pour les aider à gagner. Pour le joueur, le pronostiqueur, l'opérateur de paris, c'est accroître ses gains financiers. Pour le propriétaire, l'éleveur, l'entraîneur, le driver... c'est remporter les plus belles courses, enrichir son palmarès, s'inscrire dans la légende.

Au final, nous aurons rempli notre objectif si chacun, à son niveau, a le sentiment d'atteindre son graal à travers les PRIX D'AMERIQUE RACES ZEturf. Vous allez gagner alors à vous de jouer ! »

Jean-Pierre BARJON, président LeTrot.

« Nous sommes absolument ravis de contribuer au renouveau de cette compétition de légende. La synergie des expertises de nos agences LAFOURMI et LEROY TREMBLOT prend à nouveau tout son sens. Concevoir de façon simultanée le story-telling de marque, son design et sa communication globale garantit cohérence et impact sur toute la chaîne de valeur. Merci aux équipes de LeTrot de leur confiance renouvelée. »

Céline Jobert, présidente LAFOURMI & LEROY TREMBLOT

CONTACT PRESSE

Céline Jobert

celine@lafourmi.biz

Tél. : 06 60 46 12 20