

### À L'OCCASION DE LA SORTIE DU NOUVEAU MAILLOT DE L'OM, LAFOURMI ET UBER EATS MISENT SUR L'INNOVATION ET FRAPPENT FORT AVEC L'OPÉRATION «SUPPLÉMENT MARSEILLE»



[Découvrir le film](#)

La passion des supporters marseillais pour leur club est unique, sans limite et habite chaque recoin de la cité phocéenne. Partenaire majeur de l'Olympique de Marseille, Uber Eats régale les fans de l'OM à l'occasion de la sortie du maillot 2021/2022 avec une campagne venant célébrer et récompenser cette passion.

#### **Une campagne d'envergure, innovante, reposant sur la technologie Blockchain et les NFT : "Supplément Marseille", développée par LAFOURMI.**

Le principe : mise à disposition de packs collector en édition limitée, composés :

- d'une pizza créée sur mesure en partenariat avec une pizzeria locale, La Bonne Mère.
- du nouveau maillot du club phocéen
- d'une carte NFT célébrant les moments marquants de la saison 2020/2021,

Ces packs seront disponibles à Marseille du 17 au 21 mai prochain, chaque soir à 19h, en exclusivité sur l'application Uber Eats.

La carte NFT, technologie qui permet de stocker et de numériser des informations de manière sécurisée et transparente, permet donc aux supporters de posséder un moment marquant du club, incarné par les joueurs qui ont fait la saison 2020/2021. **Des œuvres d'arts numériques créées pour l'occasion par un artiste marseillais proche du club : Raphaël Bonan. Des créations uniques et numérotées de 1 à 10 sont hébergées dans la blockchain.**

**Une mécanique surfant sur cette nouvelle opportunité marketing que représente la blockchain et les NFT a été conçue pour créer de nouveaux produits d'engagement des fans et des actions de branding tout à fait unique.**

Coup d'envoi de promotion de cette campagne via un dispositif global : le dimanche 16 mai avec la 37e journée - OM vs Angers - à l'occasion duquel les joueurs portaient pour la 1re fois le nouveau maillot.

**Le film à la tonalité décalée met en scène 5 joueurs phare du club, le pizzaiolo de la Bonne Mère et Mo (Ismael Kebe), un des 2 livreurs star de la nouvelle campagne Uber Eats, fraîchement débarqué de la capitale pour livrer le Supplément Marseille à tout un peuple.** Il va se retrouver nez à nez avec la culture marseillaise et les joueurs qui l'incarnent. Il faudra l'intervention de Dimitri Payet pour terminer de le convaincre du caractère bien marseillais de la nouvelle recette de la pizza Caviar...

Le film est diffusé sur les assets de la marque et ceux du club. Il sera soutenu par un plan média digital d'envergure.

En complément, un Print générique fait la promotion du pack, décliné en une saga de 5 visuels par joueurs. Ils seront relayés toute la semaine sur les réseaux sociaux des 2 marques.

**En soft launch, un dispositif d'influence, développé en partenariat avec Trends Paris, met à contribution une sélection d'influenceurs marseillais dans différentes thématiques : lifestyle, OM, TV et tech.**

Enfin des contenus spécifiques food seront développés dans le cadre d'un partenariat média avec le FOODING et @AgatheWhatYouNeed.

### CRÉDITS CAMPAGNE

#### ANNONCEUR : UBEREATS

Head of Marketing France : Ann Brandford

Head of Marketing, Uber Eats France : Arnaud Gouenard

Marketing Manager, Uber Eats France : Alexandre Perrier

Marketing Associate, Uber Eats France : Julien Rabreau

Communications Manager, Uber Eats France : Manon Guignard

#### AGENCE : LAFOURMI

Creative lead : Clément Cimarro

Copywriter : Clément Cimarro

Direction planning stratégique : Jordane Rabute

Responsable de compte Uber East : Jérémy Nessim, Jordan Ferrandis

Head of Digital : Guillaume Fisher, Hadrien Geoffroix

Illustrateur : Raphaël Bonan

Directeurs artistiques Print : Julien Hablainville, Charles Lambert

Motion designers : Antoine Maurais

Direction de création : Julien Hablainville, Xavier Yonter

Direction agence : Céline Jobert & Thibaut Cornet

TV Prod : Barbara Vaira

### **PRODUCTION : HVH**

Producteur : Jérémie Poppe  
Réalisateur : The Original Kids  
Directeur de la photographie : Teva Vetea  
Directeur de production : Leo Van Roy  
Directeur de post-production : Damien Fernandez  
Monteur : Victor Meyer  
Étalonneur : Florian Martiny  
Sound Design : Octopus  
Musique : Andrealo  
VFX : John Seventine

### **À PROPOS DE LAFOURMI**

Agence créative indépendante dédiée à l'industrie du Sport, LAFOURMI a adopté un modèle unique full services destiné à développer la préférence de marque, les audiences et les revenus de l'ensemble des acteurs du sport business (marques partenaires, équipementiers, détenteurs de droits, organisateurs d'événements et médias).

En 2017, LAFOURMI a acquis et intégré LEROY TREMBLOT, agence de brand design dédiée au sport, spécialiste de l'expression identitaire des marques ou de leur engagement partenarial.

[www.lafourmi.biz](http://www.lafourmi.biz)

### **À PROPOS DE UBER EATS**

L'application Uber Eats est disponible dans plus de 250 agglomérations françaises et permet de se faire livrer des plats de plus de 28 000 restaurants et commerçants partenaires en moins de 30 minutes, 7 jours sur 7 sans minimum de commande. La technologie et le savoir-faire d'Uber sont mis au service des restaurants pour simplifier la livraison de repas et faire bénéficier de la meilleure expérience aux utilisateurs.

[www.ubereats.com](http://www.ubereats.com)