



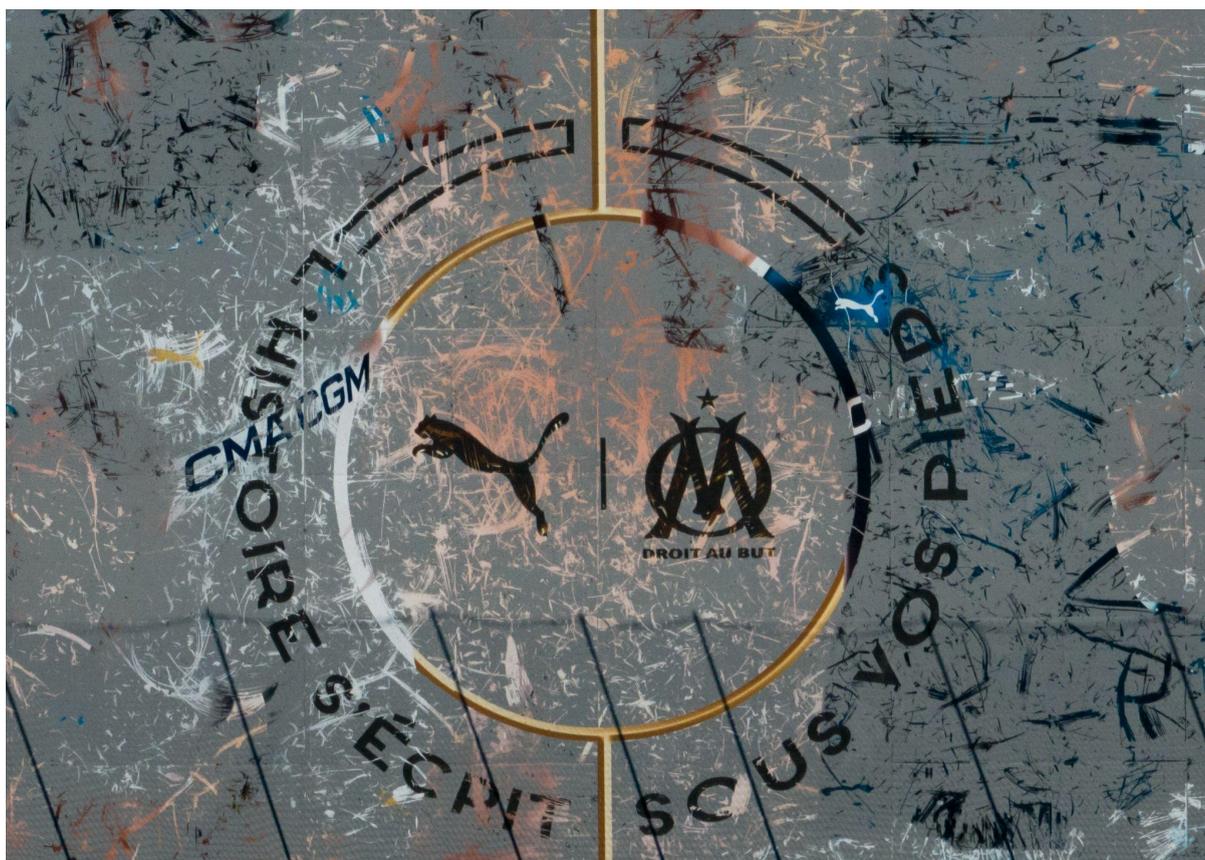
SPORTS LOVERS WHO MAKE ADS

Communiqué de presse
Marseille, le 4 juillet 2023

**“L’histoire s’écrit sous vos pieds”
PUMA révèle avec l’agence Lafourmi
les maillots Home & Away 2023/2024
de l’Olympique de Marseille.**

Ce dimanche 2 juillet, une nouvelle page de l’histoire du mythique Olympique de Marseille s’est écrite sous les pieds d’une vingtaine de minots marseillais. Les 2 nouveaux maillots de l’Olympique de Marseille ont été révélés par PUMA à l’occasion d’un tournoi réunissant des joueurs du FC La Castellane âgés de 10 à 12 ans.

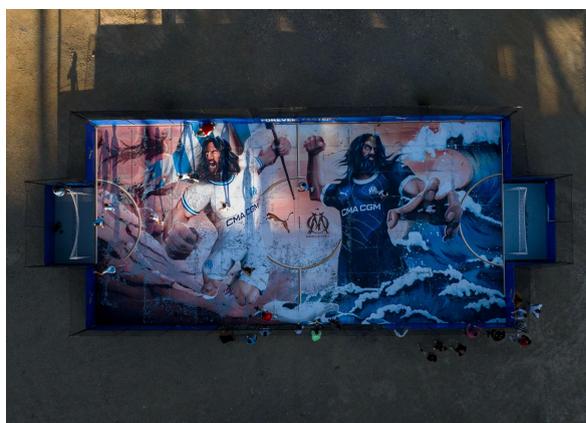
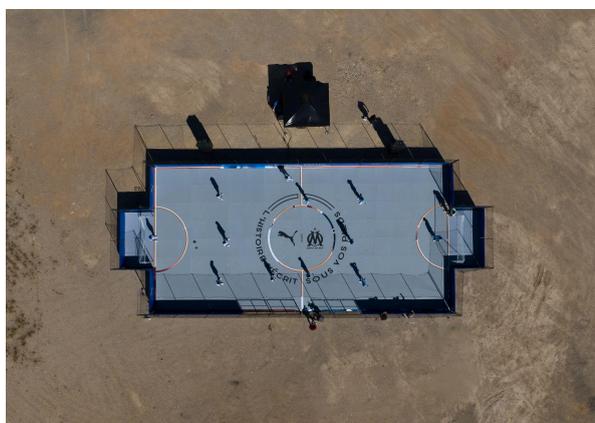
Une activation pensée et produite par l’agence LaFourmi pour PUMA, un événement qui a eu lieu au sommet des Riaux, entre les roches calcaires de l’Estaque et la Méditerranée.





Le programme était clair pour les 24 joueurs griffés PUMA de la tête aux pieds. Des matchs de 20 minutes, deux demi-finales et une petite et une grande finale, suivis avec ferveur par les encadrants du Football Club de la Castellane.

De la ferveur aussi sur le terrain qui au fur et à mesure de la journée allait laisser apparaître les deux nouveaux maillots PUMA de la saison 2023/2024, à la grande surprise de tout le monde. **Plus les minots jouaient, taclaient, attaquaient et défendaient, plus la peinture du terrain s'effaçait pour laisser place à une fresque épique aux couleurs du club.**



Sous leurs yeux et sous leurs pieds, les nouveaux maillots home et away sont apparus, portés respectivement par les divinités de la terre et de la mer, faisant écho aux origines de la cité phocéenne.

PUMA et son agence LaFourmi ont donc créé les premiers maillots qui se dévoilent grâce à la passion de tout un peuple, sur un terrain spécialement aménagé pour l'occasion. **Une nouvelle page de l'histoire du Club s'est ainsi écrite sous les pieds des minots.**

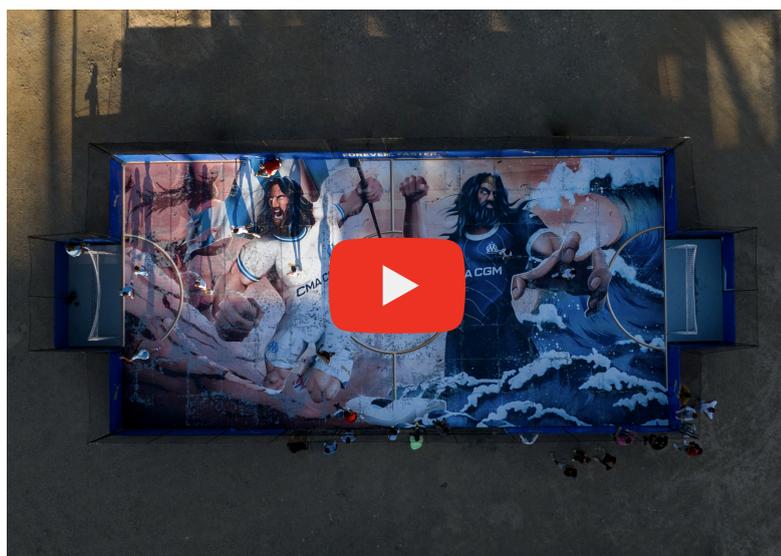


Pour ajouter à l'excitation de ce moment, l'événement était rythmé au son de DJ Andyman, célèbre DJ Marseillais, et animé par Taylor Sossa. Entre les matchs le public a eu droit à une démonstration de haute volée de Mélody Donchet, sextuple championne du monde de foot freestyle.



SPORTS LOVERS WHO MAKE ADS

“ On a décidé de faire un événement très audacieux, qui change un peu de ce qu'on peut faire habituellement sur les révélations de maillots. On a voulu créer quelque chose qui engage la communauté marseillaise à l'occasion d'un événement qu'on a fait de A à Z avec l'agence LaFourmi, souligne Antoine Cretenet, brand manager football Puma. On a fait venir des enfants de La Castellane, un club soutenu par la Fondation OM, à ce tournoi Puma. On a recouvert sur cette fresque une peinture qui s'effrite. Plus les enfants jouent sur le terrain, plus ils dévoilent la fresque et donc, les maillots. ”



“ Nous avons voulu trouver une mécanique créative dans laquelle le rôle des minots marseillais était prépondérant. Ils sont le cœur de la ville et du club. Et ce terrain qu'on a construit, c'est aussi le témoin de l'état d'esprit de Marseille : plus la passion s'exprime sur les terrains de la ville, plus la passion pour l'OM se révèle. ” explique Clément Cimarro, directeur de la création de l'agence Lafourmi.

Voir la vidéo de l'activation ici : <https://youtu.be/BNCCuLcYah4>



SPORTS LOVERS WHO MAKE ADS

Les nouveaux maillots seront disponibles en boutique dès mercredi et arborés par l'équipe de l'Olympique de Marseille lors des matchs de préparation du mois de juillet.

Le maillot "Home" version blanche, "Petra Genesis", inspiré des couleurs de la roche calcaire propre aux reliefs marseillais, des lignes formées par le temps, les éléments, la nature et l'histoire.

Le maillot "Away" version bleue, "Mare Nostrum" inspiré par la Méditerranée, le large, les fonds marins et les cartes maritimes des pêcheurs (dont la bonne mère est la gardienne).

Pour télécharger les visuels de l'événement : <https://we.tl/t-Oscki05QYA>

Pour télécharger la vidéo de l'événement : <https://we.tl/t-QkimGDrkZI>

Lien vidéo de l'événement depuis notre chaîne youtube : <https://youtu.be/BNCCuLcYah4>

CRÉDITS ANNONCEURS

Directeur Marketing et Communication : Thomas Lanis

Brand Manager Football : Antoine Cretenet

CRÉDITS AGENCE

Directeur de la création : Clément Cimarro

Directeur des stratégies : Jordane Rabute

Planneur stratégique : Quentin Deremble

Directeur Clientèle : Louis Pierre-Adolphe

Chef de Groupe : Mikaël Ramirez

Chef de Publicité : Laura Conroy

Directeur Artistique : Raphaël Bonan

Concepteurs Rédacteurs : Clément Cimarro, Nicolas Telion

CREDITS PRODUCTION

Directrice de Production : Elena Giorgi

Photographe : Nicolas Copin

Vidéo : Plein Format



SPORTS LOVERS WHO MAKE ADS

A PROPOS DE PUMA

PUMA est l'une des plus grandes marques de sport au monde.

Elle conçoit, développe, vend et commercialise des chaussures, des vêtements et des accessoires. Depuis plus de 70 ans, PUMA fait progresser sans relâche le sport et la culture en créant des produits rapides pour les athlètes les plus rapides du monde. PUMA propose des produits de performance et de style de vie inspirés du sport dans des catégories telles que le football, la course et l'entraînement, le basket-ball, le golf et les sports mécaniques. La société collabore avec des designers et des marques de renom afin d'introduire des influences sportives dans la culture de la rue et la mode. Le groupe PUMA possède les marques PUMA, Cobra Golf et stichd. La société distribue ses produits dans plus de 120 pays, emploie plus de 14 000 personnes dans le monde et a son siège social à Herzogenaurach, en Allemagne.

Pour en savoir plus : <https://about.puma.com>

A PROPOS DE LAFOURMI

Sport lovers who make ads.

Membre du groupe The Fan Syndicate, LAFOURMI est la 1^e agence créative indépendante dédiée au monde du Sport.

Stratégie, publicité, éditorial & fan experience sont au cœur de son expertise. Depuis 15 ans, nous collaborons avec les acteurs majeurs du marché, parmi lesquels Puma, beIN SPORTS, Intersport, le Crédit Agricole, Danone, France Galop, Sail GP, Lacoste, Ubisoft, les fédérations françaises de Football et de Rugby (...).

Animés par des valeurs de créativité, de proximité, d'agilité, et d'engagement, nos 60 collaborateurs ont à cœur de rendre le sport encore plus cool et engageant qu'il ne l'est déjà et de donner vie à des campagnes de fans de sport, qui parlent au cœur des fans de sport, au bénéfice de la performance business de nos clients.

Pour en savoir plus : www.lafourmi.biz

Contact presse : marion@thefansyndicate.com - +33 7 70 44 71 59