

LAFOURMI



SPORTS LOVERS WHO MAKE ADS

Communiqué de presse

Boulogne-Billancourt, le XX septembre 2024

## LAFOURMI, nouveau partenaire de DECATHLON/KIPSTA pour le lancement des ballons officiels de l'UEFA Europa League et Conference League.

LAFOURMI, agence créative de référence dans l'univers du sport, est fière d'annoncer sa collaboration avec DECATHLON pour le lancement des ballons officiels de l'UEFA Europa League et de l'UEFA Conference League, couvrant les saisons 2024-2025 à 2026-2027. Ce partenariat avec l'UEFA témoigne de l'engagement de DECATHLON en matière d'innovation et de qualité dans le football, et voit LAFOURMI jouer un rôle-clé dans une campagne de lancement mondiale, illustrant la quête d'excellence de la marque dans le sport.



SAS La Fourmi - 42 Rue des Tilleuls, 92100 Boulogne-Billancourt  
RCS Nanterre - SIRET : 49944975900053 - N° TVA : FR86499449759  
Société au capital de 192 194€

lafourmi.biz

BY **THE  
FAN  
SYN  
DIC  
ATE.**

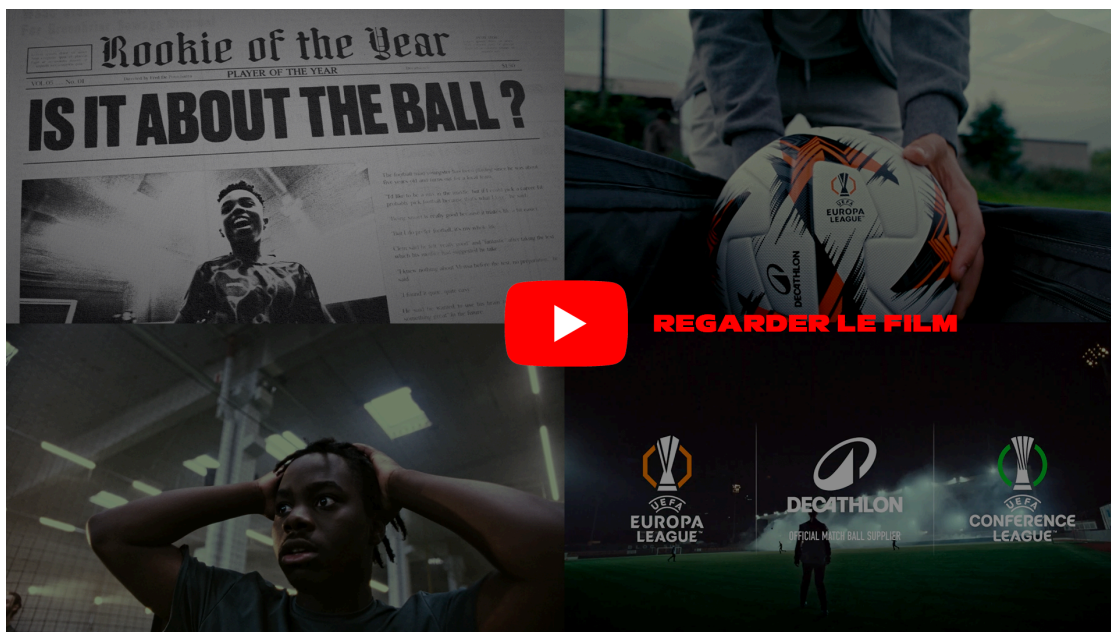
## Un partenariat qui redéfinit les règles du jeu

En devenant désormais LE fournisseur officiel des ballons de ces compétitions - et ce pour les trois saisons à venir, DECATHLON/KIPSTA voit tant son savoir-faire technique que son expertise, reconnus dans les plus hautes sphères du football.

Ce partenariat inédit entre DECATHLON et l'UEFA marque une avancée significative dans le football avec le développement d'un ballon professionnel alliant haute performance et technologie de pointe. un tournant dans la conception des ballons de football, avec un modèle optimisé après des tests rigoureux auprès d'équipes professionnelles, offrant une précision et une durabilité rarement égalées dans les compétitions de l'UEFA. Testé par plus de 10 équipes de haut niveau, ce ballon répond aux exigences les plus strictes en matière de performance et de fiabilité. Conçu pour les meilleurs joueurs au monde dans les compétitions les plus prestigieuses, il sera aussi disponible en magasin, pour tous les joueurs, quel que soit leur niveau.

## Comme toujours avec DECATHLON, ce ballon défie toute logique

Logiquement, une tente ne se monte pas toute seule en deux secondes. Logiquement, il est impossible de parler sous l'eau avec un tuba. Logiquement, il semble difficile de rendre accessible à tous les équipements sportifs les plus performants. Mais défier la logique est, et a toujours été, l'ADN de DECATHLON.



**LAFOURMI**



**SPORTS LOVERS WHO MAKE ADS**

C'est cet esprit emblématique que la campagne de LAFOURMI promeut avec le lancement de ces nouveaux ballons UEFA, qui eux aussi brisent les conventions car logiquement les amateurs ne jouent jamais avec le même ballon que les professionnels, ou logiquement seuls quelques privilégiés peuvent s'offrir un ballon de qualité professionnelle.

Pourtant, la marque a relevé le défi et propose un ballon officiel répondant aux standards de l'UEFA grâce à un processus rigoureux de recherche et développement.

### **Une campagne mondiale à grande échelle**

La campagne, qui met en avant les caractéristiques des ballons UEFA, comprend un film principal de 60 secondes et des formats courts de 30, 15 et 6 secondes, ainsi qu'une série de visuels. Fred de Pontcharra (Wanda), réalisateur reconnu pour ses œuvres avec des artistes comme Damso, Booba, Green Montana, ainsi que ses films publicitaires pour la Fédération Française de Tennis, Alpine ou Puma Slipstream, a été choisi pour sublimer cette campagne. Elle est déployée en deux phases : une première a été lancée le 16 juillet, suivie d'un second volet à partir du 20 septembre jusqu'à la fin des phases finales des compétitions, avec de nouveaux contenus mettant en avant les spécificités techniques du ballon. Le plan média global ciblera des marchés européens stratégiques, tels que le Royaume-Uni, l'Espagne, l'Italie, la Pologne, l'Allemagne, la France, les Pays-Bas, la Belgique et le Portugal, mais aussi des pays comme le Brésil, la Chine et le Chili.

Pour engager efficacement tous les publics, notamment les jeunes passionnés de football, chaque pays adaptera les supports et le plan média à l'échelle locale. En déployant la campagne sur des plateformes multiples – web, réseaux sociaux, en magasin, TV dont Canal+ pour la France, et même sur l'Apple Vision Pro – DECATHLON devient la première marque à promouvoir un produit sur le nouvel ordinateur spatial révolutionnaire.

**Thibaut Cornet, Président de LAFOURMI**, déclare : « *Nous sommes extrêmement fiers de donner vie à cette campagne pour une marque qui a toujours repoussé les limites et redéfini les standards. Lorsque le bon sens dicte qu'il faut plus de deux secondes pour monter une tente, que respirer sous l'eau est irréalisable avec un tuba, ou que le meilleur ballon ne peut jamais être le plus abordable, Decathlon réinvente les règles. C'est cette capacité à défier la logique qui rend la marque si exceptionnelle. Notre campagne raconte cette histoire : celle d'une marque qui ouvre de nouvelles perspectives.* »

**Fabien Brosse, Directeur mondial des sports et des produits chez DECATHLON**, ajoute : « *Nous sommes ravis d'entamer ce partenariat prestigieux avec l'UEFA en tant que fournisseur officiel des ballons de match de l'UEFA Europa League et de l'UEFA Conference League. La*

**LAFOURMI**



## **SPORTS LOVERS WHO MAKE ADS**

*sélection de notre ballon témoigne de nos efforts constants pour produire des équipements de haute qualité, dotés de caractéristiques techniques supérieures, capables d'être utilisés au plus haut niveau de la compétition. »*

**Frédéric Boistard, Directeur des sports fédérés chez DECATHLON**, conclut : « *Le football incarne à merveille la philosophie Ready-To-Play de DECATHLON. C'est un sport universel, que l'on peut pratiquer partout et par tous, dès lors qu'on a un groupe d'amis et un ballon. Avec KIPSTA, nous offrons un élément essentiel à chaque rencontre, améliorant l'expérience de chaque joueur, qu'il soit un professionnel sur le terrain lors d'un match UEFA, ou un jeune débutant jouant dans la cour de récréation. »*

## **CRÉDITS**

### **DECATHLON**

Team Sports Marketing Director : Anthony Farine  
Team Sports Art Director : Thomas Senez  
Team Sports Image Manager : Benjamin Rodriguez  
Team Sports Marketing Project Leader : Séverine Logez

### **LAFOURMI**

Management Agence : Céline Jobert & Thibaut Cornet  
Directeur de la Création : Clément Cimarro  
Directeur des Stratégies : Jordane Rabute  
Directeur New Business : Jeremy Nessim  
Concepteur Rédacteur : Clément Cimarro  
Directeur Artistique : Julien Hablainville  
Chef de Studio : Thibault Greffin  
TV Producer : Barbara Vaira  
Directeur Commercial : Raphaël Thierry  
Directrice de Clientèle : Marie-Julie Herrmann  
Chef de Groupe : Hugo Dhinaut  
Traffic Manager : Sophie Boule

### **WANDA**

Réalisateur : Fred de Pontcharra  
Productrice : China Presles  
Production Manager : Billie Aleman  
Directeur de la photographie : Julien Lascar  
Monteur : Tommy Gury  
Coloriste : Vincent Amor  
Étalonnage : ORAGE  
VFX : ORAGE  
Post-Production : ORAGE  
Post-Producteur : Olivier Glandais  
Executive production : Colonel  
Musique : 86Tales  
Sound Production : Circonflex  
Photographe principal : Fred de Pontcharra  
Photographe visuel de lancement : Aziz Camara



# LAFOURMI



## SPORTS LOVERS WHO MAKE ADS

### À PROPOS DE LAFOURMI

#### **Sports lovers who make ads.**

LAFOURMI est, au sein du groupe The Fan Syndicate, la 1ère agence créative indépendante dédiée au monde du sport. Stratégie, publicité, éditorial & fan experience sont au cœur de son expertise. Collaborant avec les plus grands acteurs du secteur, parmi lesquels Puma, beIN SPORTS, Intersport, le Crédit Agricole, Paris 2024, Danone, France Galop, Lacoste, le PSG, les fédérations françaises de Football, de Rugby et de Tennis (...), l'agence a 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.

Plus d'informations : [www.lafourmi.biz](http://www.lafourmi.biz)

### À PROPOS DE DECATHLON

Marque de sport multi-spécialiste répondant aux besoins des débutants comme des athlètes de haut niveau, DECATHLON est un fabricant d'articles de sport innovants pour toutes les compétences. Avec plus de 100 000 collaborateurs et 1700 magasins dans le monde entier, Decathlon et ses équipes travaillent depuis 1976 pour répondre à une ambition continue : Move people through the wonders of sport (Faire bouger l'Humanité grâce à la magie du sport), pour les aider à être en meilleure santé et plus heureux dans un avenir durable.

Plus d'information : [decathlon-united.media](http://decathlon-united.media)

### À PROPOS DE KIPSTA

The brand of all DECATHLON team sports, Kipsta has specialized in the design of football products since 2016. Based in the North of France, the brand's mission is to sustainably improve the daily lives of all footballers. Kipsta is part of an approach to excellence, providing its users with high-performance products, including at the highest level and at the most accessible price possible.

### À PROPOS DE L'UEFA

UEFA is the governing body of European football and a not-for-profit organisation which supports and ensures the world's most popular sport continues to thrive at all levels across its 55 member associations. As part of its commitment, UEFA invests 97% of its revenue in football-related activities, projects and initiatives that ensure the continued development of the men's and women's professional game as well as youth, grassroots and futsal.