

## **NEYMAR JR, KINGLSEY COMAN, LAMELO BALL ET ROMEO BECKHAM EMBARQUENT LA PUMA FAM DANS LA NAVETTE SLIPSTREAM.**

**En 2022, PUMA relance une icône des années 90' : La Slipstream.** Créé par Puma pour des lycéens et universitaires américains amateurs de basket à la fin des années 80', le modèle séduit par sa stabilité et son amorti en avance sur son temps, le fameux "ANTI SHOCK SYSTEM". Additionné à un large choix de couleurs, la basket séduit toute une frange de la population et dépasse les limites des terrains de basket pour se répandre partout dans les rues aux Etats-Unis, au début des années 90'.

En 2002, c'est à l'autre bout de la planète que la paire devient iconique. Avec le modèle "The Beast" qui mixe cuir et fausse fourrure et le "Slipstream Snake" qui imite la peau de serpent, elle séduit le très exigeant public japonais et devient l'un des modèles signature de la marque dans le pays.

En 2021, puis 2022 la marque réinvente ce modèle chargé d'histoire tout en gardant sa silhouette originelle. Alors que Slipstream a su conquérir les jeunesse américaine et japonaise à différentes époques, **la marque souhaite aujourd'hui en faire un vaisseau amiral pour conquérir les "Sneaker head" de toute la planète.**

Pour capter ces cool kids, nés après 2000, qui ont grandi avec la culture sneakers et qui valident les modèles iconiques des années 90', **PUMA a fait appel à l'agence LAFOURMI pour créer la campagne de relancement de la slipstream. Rassemblant pas moins de 12 ambassadeurs de tous les univers (sportifs, chanteurs et influenceurs), la Puma FAM embarque pour le plus incroyable des voyages !**

**Jordane Rabute, Directeur des stratégies LaFourmi :** *"Puma nous a demandé une campagne qui saura séduire les Sneakerhead nés après 2000, qui ont baigné dans la culture sneaker depuis toujours. Une cible exigeante, pas toujours sensible à l'exercice publicitaire car sur-exposée à celle-ci. On voulait faire écho à leur envie de faire bouger les choses, le style, la culture, les valeurs, qui vont souvent beaucoup plus vite que la société. Puis il y avait ce mot "Slipstream" le courant laissé par les Formule 1 et les navettes spatiales par leur vitesse."*



### **"Welcome Unbored" Le film.**

Réalisé par Frédéric de Pontcharra, met en scène plus d'une dizaine d'ambassadeurs de la marque allemande dans un film rétro-futuriste d'1 minute et 36 secondes, dont l'élément central est la Slipstream et les sneakerhead.

**L'idée de la campagne : une génération qui va tellement vite pour notre société, que plutôt que d'attendre de la changer, préfère en créer une nouvelle ailleurs, sur une autre planète.** Tel des Elon Musk ou des Jeff Bezos post-2000 avec des looks assumés, sans règle.

**Les ambassadeurs de la PUMA FAM, se reconvertissent en équipage de la compagnie spatiale la plus cool de la galaxie, et invitent tous ceux qui s'ennuient dans notre société à monter avec eux à bord de la navette Slipstream.**

**Clément Cimarro, directeur de la création LaFourmi déclare :** « *On ne peut toucher les gens que si on les plonge dans un univers fort où la narration et l'esthétique se répondent. C'est ce qu'on a voulu faire pour Slipstream dans une catégorie, le sportstyle, où la forme prend parfois le dessus sur le fond.* »

Finis l'ennui, embarquez dans la navette spatiale pilotée par Kingsley Coman. À bord, Memphis Depay et LaMelo Ball vous donneront les dernières consignes de sécurité pour un voyage intergalactique vers un nouveau monde fait de milliers de possibilités. Mais attention, la Slipstream sera votre seul ticket d'entrée !



Écrans flottants, hologrammes et cockpit numérique, l'univers Slipstream est directement inspiré des œuvres de la pop culture comme Le Cinquième Élément, Star Trek ou MIB.

C'est le studio de post-production parisien Mathematic, reconnu internationalement pour ses réalisations (Coca-Cola, Mercedes, Tencent, Disney+...), qui s'est chargé d'enrichir en effets visuels ce film au style rétro-futuriste maîtrisé.

### **Une campagne diffusée dans le monde entier**

Le film et les assets qui en découlent, est diffusé en 100% digital et social media, s'appuyant sur l'écosystème ultra puissant des acteurs et de ce casting d'exception, en complément des points de contact de PUMA.

La campagne Slipstream se dévoile également en OOH à travers toute l'Europe (Paris, Londres, Madrid, Berlin, Milan, Amsterdam, Stockholm) grâce à un dispositif média puissant : bâches géantes, station de métro, DOOH...

**Thibaut Cornet, co-président de Lafourmi :** "Nous sommes très heureux de signer cette campagne particulièrement ambitieuse, d'autant plus que celle-ci, après nombre de campagnes Football, marque notre première incursion dans la catégorie Sportstyle pour Puma !"

## **CASTING :**

### **Sportif de haut niveau :**

- Neymar Jr
- Romeo Beckham
- Kingsley Coman
- Memphis Depay
- LaMelo Ball
- Armand Duplantis
- Gianmarco Tamberi

### **Artistes et Influenceurs :**

- Danna Paola
- Pamela Reif
- Nessi
- Just Riadh
- Imenella
- Don Strapzy

## **ANNONCEUR : Puma**

Responsables annonceur : Benoit Menard, Laurent David, Messilia Ourak

## **AGENCE : LaFourmi**

Direction agence : Thibaut Cornet, Céline Jobert

Direction de la création : Clément Cimarro

Copywriter : Clément Cimarro

Directeur des stratégies : Jordane Rabute

Directeur de clientèle : Louis Pierre-Adolphe

Chef de groupe : Mikael Ramirez

Chef de publicité : Laura Conroy

Productrice TV & achat d'art : Barbara Vaira

Direction artistique Print : Coralie Mapouata-Barlerin & Julien Hablainville

## **PRODUCTION : HVH**

Réalisateur : Frédéric De Pontcharra

Producteur : Nils Haagensen, Maxime Bouyer

Directeur de production : Adèle Barach

Directeur de la photographie : Madhi Lepart

Set designer : Lucie Libotte

Wardrobe : Axelle Gomila

Make up : Pauline du Manoir

Hair : Manon Cana

## **POST-PRODUCTION**

Post-Producteur : Damien Fernandez

Chef Monteur : Antoine Deslandes  
Assistant Monteur : Nicolas Macé  
Étalonnage : Nicolas Gauthier

#### **VFX**

Visual Effects : Mathematic  
Line Producer : Claire English  
VFX : Daniel Rodriguez  
Executive production : Falka

#### **MUSIQUE :**

Producteur : Joseph Petitpain  
Compositeur : Senbei  
Sound Design : Samuel Jurkovič

#### **PHOTOGRAPHE : Louise Carrasco**

Productrice : Adèle Villemin  
Assistante de Production : Bianca Javogue

#### **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.*

<https://about.puma.com>

#### **A PROPOS DE LAFOURMI.**

##### **LAFOURMI est la 1e agence créative indépendante dédiée à l'industrie du Sport & de l'Entertainment.**

*Elle 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).*

*Avec près de 50 collaborateurs, elle compte parmi ses clients : Puma, Uber Eats, la Fédération Française de Football, le Crédit Agricole, Ubisoft, Lacoste, la Fédération Française de Rugby, Airbnb, Paris Saint-Germain...*

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

Contact presse : Marion Weill-Collange - [marion@lafourmi.biz](mailto:marion@lafourmi.biz) - 07 70 44 71 59