

COMMUNIQUE DE PRESSE – 15 JUIN 2010
POUR DIFFUSION IMMEDIATE

UNE EQUIPE DE 11 AMIS VEND DE LA PELOUSE SUR INTERNET POUR PARTIR ASSISTER À LA FINALE DE LA COUPE DU MONDE

En seulement 14 jours, cette initiative un brin folle est devenue l'un des buzz de la Coupe du Monde. Lumière sur l'équipe la plus inattendue du Mondial.

J-40 de la finale de la Coupe du Monde. Une bande de 11 amis fans de foot, lançait le 1^{er} juin 2010 MyPelouse.com, un pari fou qui consiste à partager le moment de foot et de fête par excellence : la finale de la Coupe du Monde en Afrique du Sud. Comment ? En vendant en 40 jours 2500 carrés de pelouse virtuelle (40€ le carré) sur leur site Internet.

Vidéo de présentation en 22 secondes : www.mypelouse.com/le_projet.html



J-26 : La déferlante verte « MyPelouse.com » bat son plein

Grâce à ses « football flashmobs » (happenings ludiques et décalés), son CanaPelouse itinérant et à d'autres actions et contenus liés aux carrés de pelouse, l'initiative fait parler d'elle et MyPelouse se retrouve rapidement en interview à la radio et à la télévision, comme sur le web. Badauds, supporters, people, journalistes, tous s'amuse du projet.

MyPelouse.com dans les médias



D'abord repéré sur Dailymotion et sur Twitter par CanalPlus.fr et La Tribune, le projet audacieux arrive dès le 7 juin, à l'antenne de RTL.

Le 11 juin, MyPelouse.com est invité à partager le plateau de LCI Le Buzz avec Olivier Abecassis, D.G. adjoint de e-TF1, qui déclare « *J'investirai sur MyPelouse.com car l'esprit est positif [...], ce sont les valeurs du foot* ». L'émission se conclut par un freeze, happening surprise en direct, reflet de l'audace, de la créativité et de l'esprit d'équipe du projet.



Ce même jour, l'initiative MyPelouse.com est présentée dans l'émission Morandini ! sur Direct 8. Trois jours plus tard, elle est reprise dans un article de TF1.fr.



MyPelouse.com entre les mains des people

Pascal Légitimus, Christophe Dominici, Christian Morin, Christophe Barratier, Céline Géraud, Jean-Francois Derec, et bien d'autres s'affichent avec le carré MyPelouse. Les photos sur le [blog](#).

MyPelouse.com avec les supporters

En fans de football, les membres de MyPelouse ont regardé le premier match des Bleus au Trocadéro. A cette occasion, la bande a créé la surprise en partageant avec les autres supporters l'une de ses mascottes, le CanaPelouse. Les photos [ici](#).



MyPelouse.com en action

Bien lancée, l'équipe MyPelouse, accompagnée de 30 de ses complices, s'est illustrée le week-end dernier, avec un second football flashmob. L'idée : [diffuser la bonne humeur de la Coupe du Monde jusque dans le métro en le transformant en un gradin de supporters](#).

Pour être tenu informé des prochains football flashmobs et des instructions, rejoignez la page [Facebook](#).

MyPelouse.com et ses partenaires

Parmi les annonceurs les plus visibles sur le terrain MyPelouse se trouvent Coyote, société de production de Christophe Dechavanne et de Fabrice Bonanno et Shiseido, annonceur prestigieux du secteur cosmétique. Cécile Pellissier, chef de projet CRM Shiseido, explique : «*J'ai trouvé le concept innovant et j'ai tout de suite pensé que ce serait une visibilité audacieuse pour notre ligne de soin Shiseido Men.*».

Désormais à J-26 de la finale, l'équipe reste motivée. Wale, capitaine de l'équipe MyPelouse, lançait vendredi dernier : « *Supportez la 33^{ème} équipe du Mondial !* »

CONTACTS

WALE
06 42 98 58 24

MARIA
06 14 80 91 03

E-mail : pressemypelouse@gmail.com
Site web : www.mypelouse.com
Facebook : www.facebook.com/mypelouse
Twitter : www.twitter.com/mypelouse
Dailymotion : www.dailymotion.com/mypelouse
Youtube : www.youtube.com/mypelouse