

DOSSIER DE PRESSE

UNE TOILE INÉDITE

By Paolo Del Vecchio

“J’ai pensé cette tunique comme une toile en construction. Elle engage la créativité de celui qui la porte. elle invite l’acheteur à imaginer ce qu’il aurait fait s’il était à ma place.”

Paolo Del Vecchio



Pour la première fois de son histoire, le FC Metz s'associe à un artiste plasticien, Paolo Del Vecchio, pour créer un maillot-œuvre littéralement unique, produit par Kappa en seulement **500 exemplaires**. Ces derniers ont été **brodés et numérotés de 1 à 500**. Ainsi, chacun des maillots de cette série limitée est un véritable objet de collection, puisque chaque toile présente une broderie exclusive.





Un maillot porté pour Metz - Lyon

Ce maillot-œuvre, tout droit sorti de l'imagination de Paolo Del Vecchio, conjugue l'identité du club à la Croix de Lorraine à la vision iconoclaste de ce jeune artiste contemporain. Il sera **porté** par l'effectif professionnel messin, au Stade Saint-Symphorien, **lors de la rencontre opposant le FC Metz à l'Olympique Lyonnais** comptant pour la 23^e journée de Ligue 1 Uber Eats, le **vendredi 23 février 2024**. Les joueurs grenats joueront donc avec cette tunique spéciale à une seule reprise, soulignant encore un peu plus le caractère exceptionnel du produit.

Une toile inédite

La tunique évoque la matière d'une toile de lin vierge, terrain de jeu d'un peintre en action. Paolo Del Vecchio joue ici avec les préjugés qui entourent le statut d'artiste. Car, contrairement aux idées reçues, un artiste ne fait pas nécessairement de la peinture. L'art s'inscrit partout et transcende les frontières traditionnelles, la preuve en est avec ce multiple artistique. L'artiste a utilisé le maillot comme un véritable espace d'expression artistique. Il a pensé tous les détails de cette œuvre d'art originale que l'on peut fièrement exhiber à tous les coins de rue.

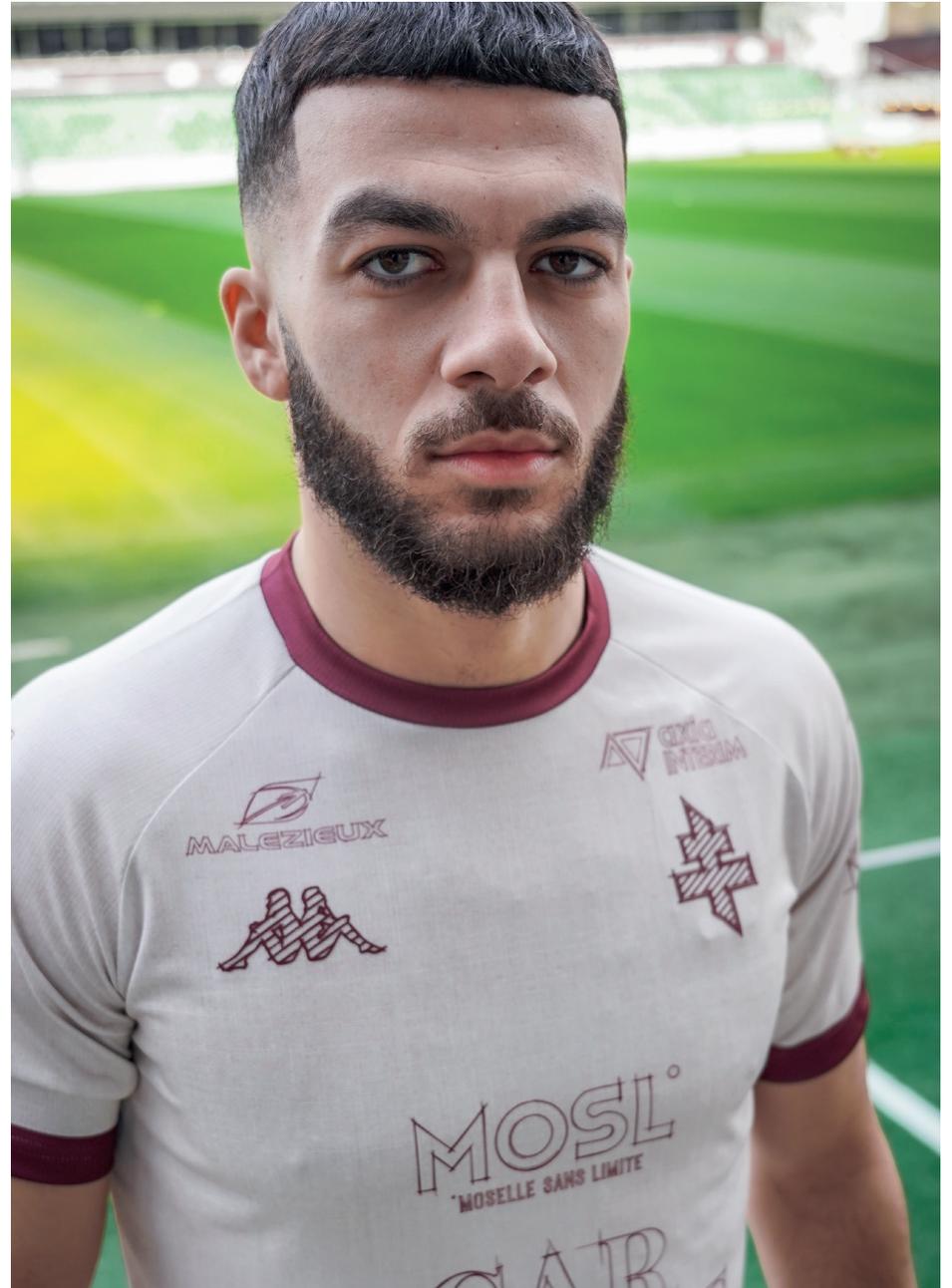






Des sponsors crayonnés

Sur l'avant et l'arrière du maillot, en reprenant les codes de la peinture, les sponsors sont comme crayonnés numériquement. En regardant de plus près, on remarque que les tracés des croquis sont encore visibles. La toile de lin ainsi que les sponsors, tous colorés en grenat, ont été apposés par sublimation et se fondent totalement au cœur du textile, pour un rendu optimal et harmonieux. Le logo du club ainsi que celui de l'équipementier Kappa, thermocollés avec soin, sont symboliquement les deux seuls éléments du maillot-œuvre en relief. Aussi, les liserés contrastés grenat sur le col et le bas des manches viennent structurer la tunique.



Un badge collector exceptionnel

Pour inscrire réellement ce maillot-toile dans une autre dimension, ce dernier est produit en édition limitée de 500 exemplaires. Et puisque chaque détail compte, **la tunique est ornée d'un badge Ligue 1 Uber Eats exclusif en couleur grenat** qui se marie parfaitement avec le reste de l'œuvre... Depuis 2008, la Ligue de Football Professionnel (LFP) n'a délivré que deux dérogations autorisant un club à arborer un badge différent de celui porté le reste de la saison, que ce soit en Ligue 1 ou en Ligue 2. Il s'agit donc d'un fait exceptionnel dans le monde du football professionnel français.





Finitions artisanales messines

Le maillot, vendu au prix de 149 €, est livré dans une boîte, fabriquée grâce à des machines de fabrication numérique, qui ne doit rien au hasard. L'écrin, rappelle la caisse navette en bois dans laquelle les tableaux sont transportés, en toute sécurité. Il est le fruit d'une **collaboration avec des ébénistes messins** évoluant dans la grande serre de **BLIIDA**, ce tiers-lieu d'inspiration, d'innovation et d'intelligence collective. Un endroit emblématique du paysage messin où professionnels, amateurs, artistes, artisans, compagnies de spectacle, associations, entrepreneurs et startups peuvent concrétiser leurs idées et développer leurs projets.



Cette série limitée est un véritable objet de collection.

Des maillots rares et numérotés

Ainsi, à l'image des peintures faites par des artistes de renom, les **500 maillots ont été brodés et numérotés de 1 à 500** par une brodeuse mosellane, Iseult Brault. Chaque toile est unique, originale et authentique. La signature brodée de l'artiste, Paolo Del Vecchio, figure aussi en bas de tous les maillots-toiles.







Un projet unique en France

Cette toile met un coup de projecteur au projet initié au début de la saison 2023-2024, dans le cadre des Olympiades Culturelles Paris 2024, entre le club grenat et l'artiste messin. Le FC Metz a ainsi mis à disposition à Paolo Del Vecchio un atelier au cœur de la Tribune Nord du Stade Saint-Symphorien. Cette résidence artistique permet à Paolo Del Vecchio de travailler sur différents projets mêlant l'art, le design et la photographie au football, à ses valeurs, celles du club grenat et bien évidemment celles de l'olympisme. Ce projet unique de « Résidence à Domicile » est le premier et le seul en France. On découvre ainsi sur le maillot la mention « **Résidence à Domicile by Paolo Del Vecchio** » au niveau de la nuque, dans une typographie moderne.



Paolo Del Vecchio

Né à Metz en 1990, Paolo Del Vecchio est un « artiste-footballeur » franco-italien. Depuis 2014, il explore les liens entre le champ de l'art et celui du football. Ses recherches et ses créations mettent en lumière les points de convergence entre ces deux univers. Elles soulignent à quel point l'émotion, la croyance et le respect de l'autre se développent et se cultivent dans l'expérience artistique comme dans la pratique sportive.







Un engouement record

Cette collaboration avec l'artiste messin Paolo Del Vecchio a rencontré un fort engouement auprès des supporters du FC Metz. Moins de 48h après le lancement de la précommande à l'aveugle, la moitié des maillots avait déjà trouvé preneur ! Et ce alors même que le design restait totalement confidentiel. À ce jour, le 20 février 2024, déjà **370 des 400** maillots disponibles à la vente **ont été vendus**.

Sébastien Gobbi

Attaché de presse

sgobbi@fcmetz.com

06 78 32 98 43