

# STARTING GIRLS RUN

2015  
1<sup>re</sup> EDITION



## Préambule

- **Les concepts ludiques autour du running font actuellement un buzz** a dans les médias et sur les réseaux sociaux. Ils sont fortement prisés par le public 16/35 ans.
- *Profil des coureurs atypique. :*
  - 30% de femmes contre 18% sur un marathon,
  - 27 à 30 ans de moyenne d'âge contre 40 ans pour un marathon
  - 40 à 50% d'adeptes du running contre 100% pour un marathon.
  - Un nouveau public qui n'irait pas s'inscrire à un marathon.
- Dans la continuité des "mud run", de nouvelles courses en fait leur apparition aux Etats-Unis et arrivent en France cette année. Parmi elles, la Color Run qui s'est déroulée à Paris dimanche 13 avril. Organisée par IMG (Semi de Londres, Marathon de Melbourne), la 1ère édition de cette course a réuni 13.000 personnes.
- **La pratique du running est également en plein boom et notamment chez les femmes.**
- La tendance se confirme, les Français aiment courir:
- 7,8 millions de runners de 15 ans et plus, soit 1,9 million de coureurs supplémentaires par rapport à l'année précédente.
- Dont + 1,4 millions de coureuses soit 3,4 millions en 2013, contre 2 millions en 2012
- La Parisienne : 23 000 femmes alors qu'en 2008 elles étaient 10 000.
- Nike « WE OWN THE NIGHT » dans 5 grandes villes européennes et compte 5000 participantes par course.
- En 2013, ce sont 100 courses féminines qui se déroulaient en France, mais pas une sur le département de Loire Atlantique.

- Le concept :

Une course/parcours running pour les femmes qui s'appuie sur 2 principales valeurs :

- - L'esprit d'équipe et la solidarité
- - la pratique du sport dans un esprit fun et convivial

La **STARTING GIRLS RUN** est un parcours Running Nocturne délirant. A la tombée de la nuit, des femmes, accessorisées avec des tenues et objets lumineux/fluos, vont courir en équipe sous la lune et créer un bandeau lumineux semblable à un anneau planétaire

- Les participantes peuvent s'inscrire en Solo, en Duo ou en Company (entreprise) pour courir sur un parcours de 5 km.
- Vêtues et accessorisées en fluo, elles vont courir sur un parcours jalonné de lumières à la nuit tombée dans une ambiance musicale, lumineuse et fluo.



- Les objectifs :

- Développer la pratique du sport pour les femmes et les jeunes filles.
- Faire participer les femmes à un projet participatif, basé sur le réseau et le volontariat.
- Faire découvrir le patrimoine du site à un grand public, en proposant un concept novateur et avant-gardiste.
- Une cause Solidaire : L'événement s'associe à une cause solidaire qui promeut l'accès à l'éducation aux jeunes filles



## 1<sup>ère</sup> édition Samedi 28 mars 2015 à partir de 19h 1000 participantes et 1000 supporters

### Le règlement :

-> 3 GIRLS Team vont s'affronter : ROSE TEAM vs JAUNE TEAM vs BLEU TEAM

-> En s'inscrivant, la participante ou la team relai intègre au hasard une Couleur TEAM. Elle intègre ainsi un collectif de femmes ne se connaissant pas et devant alors être solidaires, s'encourager et se soutenir mutuellement.

### Les Inscriptions :

-> 3 modes d'inscriptions possibles :

- Solo Girl : 1 participante - 20€
- Duo Girl : 2 participantes – 36€
- Company Girl : Challenge Entreprises/Structures 4 participantes – 70€

-> Course ouverte au public féminin à partir de 14 ans.

### Les résultats :

- Pas de chronométrage mais un chronomètre sera présent à l'arrivée pour évaluer son temps personnel.
- Toutes les participantes se voient remettre une médaille à l'arrivée.

- Le speaker tire au sort 10 Numéros de participantes qui seront élues les Starting Girls QUEENS : Cadeau
- Le speaker récompense la plus jeune et la plus ancienne Starting Girl : Cadeau
- Le speaker récompense la Company la plus représentée : Trophée

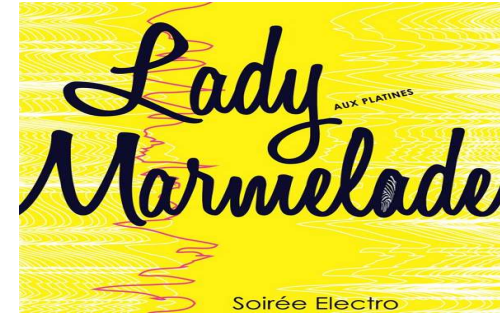
Soit au TOTAL 1 Trophée et 12 cadeaux

### Le Kit de départ des Starting Girls :

- 1 WELCOME BAG avec 1 tee shirt, 1 Accessoire fluo, 1 tatouage temporaire avec le numéro de dossard, 1 cadeau promotionnel, 1 goodies Ville, 1 boisson, 1 autocollant de l'évènement.

## Le Festival GIRLS IN MUSIC

Lady Marmelade Djette Nantaise assure l'ambiance avec un BEFORE et un AFTER dans un SOUND ELECTRO.



### Le lieu :

Sur les Iles de Loire entre Nantes et Saint Sébastien sur Loire, Ville active et sportive qui dispose de nombreuses associations sportives mais qui permet notamment à travers les Iles de Loire de favoriser la pratique du running pour toutes et tous.

- Label 2013 de la ville la plus sportive des Pays de la Loire, lauréate en 2000 et 2004 Label 2013 de la ville la plus ludique et sportive, lauréate en 2010.

### Le parcours :

- Sur les Iles de Loire à St Sébastien, dans le cadre de verdure exceptionnel de l'Ile Pinette.
- Un lieu d'accueil sur **boulevard des pas enchantés** dans une **ambiance musicale et lumineuse**. trois animations musicales et lumineuses au long du parcours.



Qu  
http

http://www.r



# Le site et le parcours sur les Iles de Loire



# Communication

La diffusion d'un encart de présentation de la course dans le bulletin d'informations municipal, départemental et régional  
L'information au travers du site internet de la ville, du département, de la région, de la Jeunesse et Sports

**Le point Presse à l'Hôtel de Ville : date souhaitée mi-mars – à confirmer**

La pose de calicots aux entrées de la ville

**L'autorisation de mettre un calicot (1.5m x 3.5m) sur le parcours dès début mars**

En complément de cette course il est important de prévoir :

**Une conférence de presse officielle en présence de Monsieur le Maire et des élus thématiques (Sport / Femmes) ainsi que de l'ensemble des partenaires.**

**Un affichage et une impression sur le réseau 2m2 de Saint Sébastien et du département**

La diffusion des affiches et flyers dans les équipements municipaux et établissements publics

L'organisation mettra en place un **site internet dédié à l'évènement** ou les partenaires seront mis en avant, une **page Facebook**, un compte **Twitter** et un **Hashtag**

Le site internet permettra de prendre toutes les inscriptions directement en ligne ainsi que de mobiliser des bénévoles.



- » Un plan de communication en lien avec les médias et presses locales et nationales pour faire découvrir ce nouvel événement. Une attachée de presse bénévole dédiée à cette communication.
- » Des médias nationaux qui nous font déjà confiance comme VITAL avec ses 18 000 Followers sur Facebook et 50 000 publications

•Site internet : [www.startinggirlsrun.com](http://www.startinggirlsrun.com)

Non activé à ce jour

# Echéancier

## **28 mars 2015 1ère édition : 1000 Starting Girls Run**

- 1er décembre 2014: Lancement du site internet & réseaux sociaux
- 28 décembre 2014 : Ouverture des web-inscriptions
- 28 décembre 2014 au 28 janvier 2015 : Spots radios ouverture des inscriptions et campagne d'affichage
- 28 janvier 2015 : Contractualisation des partenariats publics et privés
- 8 mars 2015: Conférence de presse lors de la Journée de la femme
- 8 au 28 mars 2015 : Spots Radio et campagne d'affichage
- 14 mars 2015 : Teasing sur ODYSSEA Nantes
- 28 mars 2015 : STARTING GIRLS RUN 1ère édition
- mi avril 2015 : Bilan et perspectives

## **2016 – 2ème édition : 5000 Starting Girls Run**

- Un effectif croissant et des partenariats fidélisés
- une visibilité sur le plan national
- la mobilisation forte des entreprises et des étudiants

## **Objectif 2015 à 2017 : 15 000 Starting Girls Run**



# Votre marque, vecteur de communication sur notre projet

**NAMING PARTNER**, en primeur la possibilité d'associer votre marque à cet Event innovant.

**3 prestations de partenariat pour assurer votre visibilité :**

→ **CRYSTAL PARTNER**, à partir de 11 000€

→ **SHINY PARTNER**, à partir de 3 200€

→ **FLUO PARTNER**, à partir de 1100€

## **VOS AVANTAGES :**

- L'intérêt médiatique,
- Le développement de votre clientèle,
- La démonstration de la qualité de votre entreprise et de son savoir-faire,
- Le développement de votre merchandising sur l'événement,
- **L'action de communication interne en inscrivant une équipe de vos collaboratrices à la course.**

*En tant que sponsor, vos dépenses de parrainage sont déductibles des résultats imposables de votre entreprise (Art 39-1-7 code général des impôts)*

*En tant que mécène, vous pouvez bénéficier de 60% de réduction d'impôts sur la somme versée.*

## NAMING PARTNER

**En choisissant le NAMING, votre société s'affiche aux côtés de l'évènement comme co-porteur du projet.**

**L'évènement porte donc le nom de votre société qui évolue dans un mode de partenariat moderne.**

**En plus du naming et de la forte visibilité, vous bénéficiez des prestations suivantes relatives à votre présence sur :**

- les affiches et flyers
- le village Event : podium + Ballon ou arche lumineuse
- la scénographie lumineuse
- + le Kit Impact incluant :**
  - Votre logo et lien sur le site internet de l'event
  - votre citation sur les pages facebook et twitter de l'event
  - Votre logo sur le dossier de presse et l'invitation à la conférence de presse
  - Votre publicité dans le Welcome bag des runneuses



**1 / CRYSTAL PARTNER**, votre présence sur :

- les affiches et flyers
- le village Event : podium + Ballon ou arche lumineuse
- la scénographie lumineuse

**+ le Kit Impact incluant :**

- Votre logo et lien sur le site internet de l'événement
- votre citation sur les pages facebook et twitter de l'événement
- Votre logo sur le dossier de presse et l'invitation à la conférence de presse
- Votre publicité dans le Welcome bag des runneuses

11 000€



**2 / SHINY PARTNER, votre présence sur :**

→ le village Event : ballon ou mobilier lumineux

**+ le Kit Impact incluant :**

→ Votre logo et lien sur le site internet de l'event

→ votre citation sur les pages facebook et twitter de l'event

→ Votre logo sur le dossier de presse et l'invitation à la conférence de presse

→ Votre publicité dans le Welcome Bag des runneuses





3 / **FLUO PARTNER**, votre présence sur :

→ le village Event : banderole

+ le Kit Impact incluant :

→ Votre logo et lien sur le site internet de l'event

→ votre citation sur les pages facebook et twitter de l'event

→ Votre logo sur le dossier de presse et l'invitation à la conférence de presse

→ Votre publicité dans le Welcome bag des runneuses

1100€



MECENAT : A partir de 200€

# Votre marque, partenaire de notre projet

- Tee shirts personnalisés : 1100 exemplaires
  - Welcome Bag personnalisé : 1100 exemplaires
  - Cadeau promotionnel : 1100 exemplaires \* 3 produits
  - Textiles Volontaires : 100 exemplaires
  - Objets fluos : 1100 lunettes – 1100 serre-têtes – 10 000 baguettes
  - 1000 goodies personnalisés pour boutique
  - 1100 tatouages temporaires dossards
  - 3000 autocollants
  - 1 trophée Company
  - 12 cadeaux podium
- 
- impression de 10 000 flyers et 400 affiches
  - impression d'affiches 2m2
  - encarts et spots publicitaires
  - reportage photo et crédits photo
  - reportage vidéo et film
- 
- Equipements leds sécurité \* 100 exemplaires
  - sonorisation et platines mix Festival
  - sonorisation 3 animations sur parcours
  - éclairage du parcours et village
  - animation scénographie village en lumière
- 
- boissons et alimentation pour buvette

**NOUS VOUS PROPOSONS DE VOUS INSTALLER SUR NOTRE VILLAGE PARTENAIRES  
POUR ASSURER LA PROMOTION DE VOTRE MARQUE**

# Equipe organisatrice

Sous l'organisation du SNAC et des Foulées de Saint Sébastien pilotées par Francis Le Gohebel, Président du comité d'organisation et Patrice Moysan, Directeur technique. Une équipe de volontaires largement féminine se mobilise pour piloter cet évènement du sport au féminin :

Fondatrice de l'évènement : Valérie MARQUETON, responsable évènements sportifs  
06 17 98 38 77 – valrugby@gmail.com

Directrice Technique de la course : Céline Viaud, éducatrice sportive

Responsable logistique et secours : Anne-Claire Dumergue, élève kinésithérapeute

Chargée de communication : Elsa Thual ; responsable projets métropolitains Européens

Chargée Partenariats et protocole : Valérie Marqueton, responsable évènements sportifs

Chargée de partenariats publics & Trésorière : Christine Salmon, Conseillère en Finances

Responsable des bénévoles : Mallory Couasnon, Chargée Ressources humaines

Attachée de presse et médias : Sandrine Blancher, Responsable Marketing

Chargée de relation Commerçants et Festival : Annah Geay, mère au foyer