

Décastar 2019

Plan Média

Président : Philippe VARELA

Responsable Presse/Média : Charles FOULGOT

PRODUCTION D'IMAGES

Société **TRIAXE**.

Conférence de presse jeudi 20 juin 2019 au mercure aéroport merignac:

- retransmission en direct sur notre site internet www.decastar.fr via notre chaine youtube
- résumé de la conférence de presse

Week-end

- fourniture du signal aux médias sur demande
- résumé journalier de 10 minutes à disposition des chaines tv
- résumé journalier décathlon et heptathlon
- résumé courses annexes : handisport, collègue athlète, comité
- teaser pour réseaux sociaux (facebook, instagram, twiter)

Post événement:

- Vidéo des courses par séries

TELEVISION

- **France 3 NOA**

(Chaine SFR 455, Orange 339, Bouygues 336, Free 326, France sat 325 et site internet na.france3.fr)

Présentation le dimanche 16/06/19 dans magazine « Tant d'effort » avec participation de Philippe VARELA en direct sur plateau.

Prise d'antenne

Samedi 22/06/2019

17h40

Direct : 200m femmes, course handisport, 400m hommes

Différé : 100m hommes, 100m haies, longueur hommes

Dimanche 23/06/2019

13h00

Direct : Perche hommes, 800m femmes, javelot hommes, finale relais 4*200m LANA, 100m handisport, 1500m hommes

Différé : 110m haies hommes

20h

Direct magazine « tant d'effort » depuis le stade

- **Canal Plus**

Magazine « Interieur Sport » préparation olympique de Kevin MAYER (diffusion fin octobre)

- **RMC Sport**

Reportage centré sur Solène NDAMA

- **Chaines TV Belge**

VRT Sporza

RTBF Sport

Athletieknieuws

VTM

Reprise d'images, reportage Nafissatou THIAM

RADIOS

- **France Bleu :**

- Diffusion d'un message promotionnel mettant en avant la manifestation du 17 juin 2019 au 22 juin 2019 avec des invitations offertes à l'antenne (25x2)

- Mise en ligne d'un dossier sur francebleu.fr

- Vendredi 21/06/2019 interview en direct dans l'émission « Place des grands hommes » 12h-13h (Intervenant Jacques LAVIE, photographe Décastar depuis plus de 30 ans)

- Réalisations d'interviews : Points en direct le samedi 22 juin depuis la manifestation

- Podcast et réécoute sur francebleu.fr

- Alimentation de réseaux sociaux (3 à 4 publications), article sur le site web de France Bleu

- **Virgin Radio Bordeaux:**

Diffusion d'un message promotionnel mettant en avant la manifestation du 17 juin 2019 au 22 juin 2019 avec des invitations offertes à l'antenne par un jeu (20 places)

- **Radio CHU :**

Présence de 2 journalistes diffusion en direct

- **La Grande Radio :**

Interview par téléphone de Charles FOULGOT responsable presse Jeudi 13 juin 2019 et reprises sur l'antenne. Podcast disponible sur www.lagrandradio.fr

PRESSE ECRITE

- **Sud Ouest :**

7 modules 105 (72 mm de H x L 248.5 mm) - en pages Sports Gironde les 24 et 28 mai ainsi que les 7, 12, 16, 19 et 21 juin

Campagne digitale sur sudouest.fr

Mise en place d'un jeu sur le site de Sud Ouest afin de faire gagner des entrées auprès des abonnés

Annonce de l'opération sur la page facebook de Sud Ouest et Cross Sud Ouest

- **Courrier Français de Gironde :**

3 parutions ¼ de page visuel les 07/06, 14/06 et 21/06 (module 261*90)+ deux articles rédactionnels les 14/06 et 28/06

La une Décastar, article page 1 et page 2 axé sur l'expérience bénévole

- **Le Journal du Médoc :**

2 bandeaux sport en parution les 14/06 et 21/06 (module 248,5*80)+ rédactionnel le 14/06

- **AFP ET REUTERS :**

Communiqués de presse en amont largement relayés

Présence de deux journalistes AFP Paris

- **20 MINUTES Bordeaux**

Interview le 18/06/2019 de Philippe VARELA diffusion avant l'événement.

ADEM

Diffusion de 6 **communiqués de presse** de mars à juin.

Organisation d'une conférence de presse le 20 juin 2019 à l'hôtel Mercure avec la présence de Nafissatou THIAM et de Kevin MAYER.

Diffusion de l'affiche sur grand écran lors des « **Epicuriales** » de Bordeaux, allées de Tourny. **40 passages** par jour du **15 au 23 juin 2019**

Au total : 80 Accréditations :

- Equipes Techniques : 18
- TV : 28
- Radio : 5
- Quotidiens : 14
- Agence Presse : 2
- Photographe Indépendants : 7
- Divers : 6

INTERNET

Sur www.decastar.fr : Information, promotion, streaming en live avec large communication sur le lien permettant de voir la transmission en directe. Diffusion des résultats.

Couverture par plusieurs sites internet accrédités

- Bordeaux Gazette
- Decathlonpedia
- IAAF
- AQUIPRESS
- Decathlon2000

En amont Communiqués sur plusieurs sites Partenaires souvent accompagnés de jeu pour gain de places. Annonce des résultats et commentaires

- Annonce, résultats et commentaires sur les sites de divers partenaires (France Bleu Gironde, France 3 Nouvelle-Aquitaine, Crédit Agricole, Fondation Pichet, Conseil Régional, Conseil Départemental, Bordeaux Métropole, Atos...)

- Annonce de l'événement sur sites internet de différentes ligues régionales et différents clubs d'athlétisme.

COMMUNICATION DIGITALE

La communication digitale sur les réseaux sociaux pendant le Décastar sera composée de plusieurs canaux :

- **Facebook (@decastar.official)**
- **Twitter (@decastar_off)**
- **Instagram (@decastar_officiel)**

Sur Instagram et Twitter, utilisation du #Decastar pour donner de la visibilité à nos publications et inciter les internautes à l'utiliser pour créer de l'engouement autour de l'événement. Veille sur différents hashtags : #Decastar2019, #Decastar, #Talence, #Deca2019 pour ne rater aucune publication du public ou des athlètes.

Répartition des rôles des différents réseaux sociaux :

- **Facebook** : informations principales, renvois vers le site, publication de vidéos
- **Twitter** : lien avec les athlètes, partenaires & officiels (retweet) actualités, information pure (résultats, live-tweet)
- **Instagram** : vitrine du Décastar, publication de belles images, stories dynamiques plus créatives et spontanées pendant l'événement, publication de teasers vidéo

CAMPAGNES PUBLICITAIRES

Axe principal : lien vers la billetterie

- Sponsorisation de l'événement Facebook: 6 – 15 juin
- Création d'une campagne de plusieurs publicités autour de la billetterie en ligne avec lien direct d'achat Facebook + Instagram : 6 – 21 juin

FACEBOOK

Avant l'événement :

- Création d'un événement Facebook (en janvier)
- Jeu concours pour remporter des places pour l'événement (on pose une question sur le Décastar et tirage au sort parmi les bonnes réponses),
 - o Lundi 10 juin : 5x2 places samedi
- Présentation du plateau d'athlètes sous forme de photo,
- Mise en avant très régulière de la billetterie
- Compte à rebours avant l'événement

Pendant l'événement (maximum 5 publications par jour)

- Live Facebook de la soirée de présentation (3 minutes maximum),
- Live Facebook de la présentation des athlètes (entrée d'un athlète connu, probablement Kevin Mayer -> vidéo le temps de son entrée),
- Un live le dimanche : courses ou perche ou podiums,

- Relai du lien du streaming par Triaxe
- Diffusion d'information sur les activités, les partenaires, les courses annexes,
- Poster des photos de l'événement, de différents espaces,
- Parler des résultats à chaque mi-journée,
- Diffusion de vidéos transmises par Triaxe (résumé des demi-journées ou journées)

Après l'événement :

- Résultats finaux,
- Remerciements,
- Photos du week-end (albums)
- Interviews/petites vidéos de réactions des athlètes récupérées à la fin du week-end

TWITTER

Avant l'événement :

- Présentation du plateau d'athlètes,
- Présentation du programme,
- Veille quotidienne pour retweeter et faire vivre la communauté, mettre en avant les partenaires & les athlètes

Pendant l'événement (nombre de tweets/jour illimité)

- Poster des photos de la soirée de présentation,
- Live-tweet des épreuves (un tweet après chaque épreuve) et rappel du classement,
- Tweets avec photos à propos des actions menées, des partenaires, des courses annexes,
- Photos et vidéos des épreuves,
- Diffusion de vidéos transmises par les vidéastes (résumé des demi-journées ou journées),
- Relai du lien du streaming.
- Retweet et veille

Après l'événement :

- Résultats finaux,
- Remerciements,
- Photos du week-end.
- Interviews/petites vidéos de réactions des athlètes récupérées à la fin du week-end

INSTAGRAM

Avant l'événement :

- Présentation du plateau d'athlètes + stories individuelles avec identifications,
- Création des catégories highlights (Athlètes, Start-List, Vous, Décastar 2019),
- Photo du stade prêt la veille,

- Animation en story la semaine de l'événement pour intégrer les internautes aux préparatifs, photos/vidéos du montage, de réunions.
- Veille quotidienne pour faire vivre la communauté

Pendant l'événement (maximum 5 publications par jour + très nombreuses stories)

- Animation continue toute la journée des stories : épreuves, courses annexes, ambiance, public, athlètes, partenaires... (vidéos, photos...) + tri par catégorie dans les highlights
- Direct (un par jour, ne pas faire le même que Facebook) en story
- Photo du stade avant le début de la compétition
- Belles photos (première course = lancement) suivant les clichés au cours des deux journées,
- Annonce des podiums.

Après l'événement :

- Résultats finaux,
- Remerciements,
- Photos du week-end.