

PLAN DE COMMUNICATION PARTENAIRE PRIVILEGIE

1° Supports papier :

- ✓ Insertion du logo sur les 15 000 bulletins d'inscription ;
- ✓ Insertion du logo sur les affiches (40x60) ;
- ✓ Insertion du logo sur les affiches « bus/Rtm) »
- ✓ Insertion du logo sur les confirmations d'inscription ;
- ✓ Insertion du logo sur les 15 000 consignes de course ;
- ✓ Insertion du logo sur les affiches 4x3 la semaine qui précède la manifestation
- ✓ Une Page de communication insérée dans le dossier de presse de la course (publicité ou publi-reportage)
- ✓ Insertion du logo sur le programme officiel de l'édition 2009, distribué à tous les clubs, entreprises, élus locaux, partenaires, presse locale nationale et coureurs.
- ✓ Insertion du logo sur le kakémono.

2° Internet :

- ✓ Visibilité du logo sur le site internet du « Marseille-Cassis » avec lien

3° Le plan média :

- ✓ Les insertions presse dans les quotidiens régionaux et nationaux avant et après la course ;
- ✓ Les reportages TV (présence visuelle via le marquage terrain) ;
- ✓ Le film promotionnel « Classique Internationale Marseille Cassis » (avec logos des partenaires)

4 °Les réceptions officielles :

En présence des médias, des élus et de très nombreuses personnalités ; les dates vous seront communiquées ultérieurement.

- ✓ Conférence de Presse ;
- ✓ Soirée des partenaires ;
- ✓ Le petit déjeuner à Renault Michelet ;
- ✓ Apéritif VIP sur le port de Cassis à l'arrivée ;

5 °Le marquage terrain :

- ✓ Pose de banderoles siglées au nom de la Communauté Urbaine Marseille Provence Métropole