

PLAN MEDIA

1- OBJECTIFS

- ✓ Entretien et renforcer l'image de cette course unique auprès de la presse, du grand public et des partenaires.
- ✓ Valoriser et encourager les liens économiques, culturels et environnementaux entre les pays méditerranéens.
- ✓ Générer les intérêts économiques pour les investisseurs et les institutions étrangères entre la France et la Turquie ainsi que la Grèce et l'Italie.
- ✓ Renforcer la notoriété des partenaires, villes et pays.
- ✓ Offrir un maximum d'opportunités aux partenaires des skippers pour qu'ils puissent promouvoir leur image.

2- CIBLES

- ✓ En externe:
 - Presse généraliste
 - Presse économique
 - Presse sportive
 - Presse spécialisée
- ✓ Cible Indirecte:
 - Grand Public
- ✓ En interne:
 - Communication interne des partenaires

Toutes les cibles citées ci-dessus seront visées à l'international.

3- POSITIONNEMENT

Le positionnement de la course est professionnel, haut de gamme avec une politique de services et de transparence envers les coureurs, la presse, les partenaires privés et institutionnels de la course et des bateaux avec une véritable valeur ajoutée en terme de suivi médiatique grâce aux développements de nouvelles technologies de gestion de l'information.

4- STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Notre objectif est de créer, déterminer et décliner une stratégie de communication globale avec les médias et de construire une communication de presse optimale valorisée et rythmée tout au long de l'année avec une équipe de relations presse en France et en Turquie, et des collaborateurs dans chaque pays d'étape.

a. Télévision

- **Production:**

- ✓ Suivi de la course par hélicoptère, bateau média et sur terre.
- ✓ Production vidéo quotidienne de 3 minutes avec reportage pendant la course.
- ✓ Production de reportages de 15 minutes pendant le prologue, le départ à Hyères-TPM, l'arrivée d'Istanbul, le postlogue et la remise des prix.
- ✓ Production d'une heure en direct pour l'arrivée à Istanbul.
- ✓ Production d'une heure en direct pendant la course de clôture sur le Bosphore d'Istanbul.
- ✓ Production d'une vidéo de 26 minutes sur toute la course.

- **Diffusion:**

- ✓ Les vidéos quotidiennes de 3 minutes seront envoyées aux partenaires TV et par satellite à Eurovision Satellite Network afin que toutes les chaînes de télévisions européennes puissent y accéder.
- ✓ Les vidéos de 15 minutes du prologue, du départ, de l'arrivée, du postlogue et de la remise des prix par faisceaux seront accessibles par satellite.
- ✓ Une vidéo de 26 minutes sur toute la course sera diffusée aux partenaires TV et autres TV.

b. Radio

- ✓ Suivi de la course sur le bateau média pour captation des vacations radios.
- ✓ Captations radio quotidiennes diffusées aux médias nationaux et régionaux de chaque pays.

c. Presse écrite

- ✓ Un dossier de presse sera envoyé en amont à toute la presse avec toutes les informations clés sur la course et ses partenaires.
- ✓ Communiqués de presse: avant la course, envois de communiqués en fonction de l'actualité sur la course (nouveaux concurrents, partenaires medias...) et pendant la course, un envoi quotidien de communiqué à un fichier presse qui couvre la France, la Grèce, l'Italie et la Turquie. Ces communiqués seront disponibles en français, turc, et anglais.

d. Photographie

- ✓ Prises de vues depuis un hélicoptère et un bateau média pendant toute la durée de la course.
- ✓ Envoi de photos sélectionnées de la journée avec chaque communiqué.

e. Internet

- ✓ Sur le site officiel de la course, une cartographie est mise à disposition afin de voir en temps réel le positionnement de chaque bateau et ainsi suivre la course en direct.
- ✓ Site Internet officiel de la Cap Istanbul 2010 sera traduit en 3 langues (français, turc, anglais).
- ✓ Sur le site officiel, tous les contenus multimédia, communiqués, vidéos, vacations radio, interviews et photos, mis à jour quotidiennement, pourront être téléchargés libres de droits pour la presse.

f. Course Virtuelle

- ✓ Une course virtuelle en temps réel permettra d'augmenter la visibilité des partenaires. Des milliers de joueurs du monde entier entreront dans la compétition avec le jeu vidéo de Cap Istanbul 2010. Ce jeu offrira la possibilité de faire traverser la Méditerranée sur un Figaro Bénéteau 2, dans les conditions météo réelles. Un prix spécial sera versé au gagnant.

g. Campagne d'affichage

- ✓ Campagne d'affichage dans les villes de départ (Hyères-TPM) et d'arrivée (Istanbul) : Panneaux d'affichages et affiches

h. Achats Médias

- ✓ Le budget d'achats médias en Europe, en plus de la campagne d'affichage, sera à définir avec le partenaire principal

5. EVENEMENTS**• Villages de course:**

- ✓ Hyères-TPM: village disponible cinq jours avant le départ de la course pour l'accueil des journalistes, des skippers et des partenaires de la course avec installation du PC Presse et du PC Course.
- ✓ Istanbul : village disponible pendant une semaine pour l'accueil des journalistes, des navigateurs et des partenaires avec installation du PC Presse et du PC Course.
- ✓ Les partenaires de bateaux ainsi que les partenaires de la course auront la possibilité d'avoir un stand.
- ✓ Des animations se feront dans les villages à Hyères-TPM et à Istanbul.

- **Remise des prix et dîners officiels:**
 - ✓ Hyères-TPM: Dîner d'ouverture et remise des prix du prologue pour environ 400 personnes.
 - ✓ Istanbul: Dîner de remise des prix du classement général et du postlogue pour environ 500 personnes dans un lieu de prestige.
- **Conférence de presse:**
 - ✓ Une conférence de presse sera donnée en France et en Turquie pour présenter le parcours, le programme et les partenaires de la Cap Istanbul 2010.
- **Suivi VIP et Journalistes:**
 - ✓ Un bateau sera présent au départ (Hyères-TPM) et à l'arrivée (Istanbul) ainsi que pendant le prologue et le postlogue pour 100 VIP et journalistes.

* * *