



**Le Presqu'île Contest** est une compétition de Skateboard, BMX, Trotinette et Roller qui se déroule en 4 étapes sur les skateparks de La Baule, La Turballe, Pornichet et Le Pouliguen.

Elle est organisée par une union de commerçants dans le domaine du sport et en partenariat avec les collectivités locales.

J'étais responsable de l'élaboration du plan de communication pour l'édition 2018 avec un budget limité.

Les amateurs de glisse seront servis samedi !



Au programme de l'après-midi : de la technique, de l'originalité, et de la découverte de tricks créatifs au son d'un DJ. Le Contest se déroulera sous le contrôle et l'œil expert d'un speaker. Des lots, offerts par de nombreux sponsors, seront remis aux trois premiers de chaque catégorie, les 8-16 ans et les plus de 16 ans.

Après Saint-Nazaire, La Baule, Pornichet et Le Pouliguen, c'est au tour de Guerande d'accueillir la dernière étape du Presqu'île Contest. Il s'agit de la cinquième édition de la compétition de rollers, trotinette, BMX, et skateboard. Le projet est à l'initiative d'adolescents passionnés, qui souhaitent s'organiser en collectif afin de promouvoir la culture et les activités de glisse urbaine. C'est donc au Spot Ados, la structure jeunesse de Guerande, gérée par l'association des PEP Atlantique Anjou, d'organiser l'événement le 30 juin. Les jeunes

afin d'autofinancer des projets au sein de leur local. Pour participer à cette compétition dont les maîtres mots seront plaisir, convivialité, et passion de la glisse, il est obligatoire de présenter un certificat médical, une autorisation parentale pour les mineurs, et de porter un casque. Une participation de 2 € est demandée par discipline. Le rendez-vous ? Au skate park de la ville, situé à de La Praction début des inscriptions des épreuves.



## ANALYSE DE LA COMMUNICATION DE L'ÉDITION 2017

Pour commencer, j'ai analysé les outils spécifiques à l'édition précédente. Pour corriger le point faible qui est la communication et permettre au Presqu'île Contest d'avoir un rayonnement au niveau local : étude sur les outils de communication utilisés lors de l'édition 2017 (Affiche, réseaux sociaux et retombées médias), bilan des outils de communication utilisés et benchmarking sur les tournois du genre en région de Loire-Atlantique. Nous distinguons des points positifs comme l'utilisation de nombreux outils visuels avec la réalisation d'une affiche, des articles de presse ... Mais aussi des points négatifs avec une présence très faible au niveau des réseaux sociaux, ce qui empêche la fidélisation du public. Cet élément doit être rectifié pour permettre au tournoi de redevenir attractif tant au niveau sportif que pour sa région et ses partenaires.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION POUR L'ÉDITION 2017

La stratégie de communication va s'appuyer sur une communication dite « classique » avec l'utilisation d'outils

média (affiches, flyers, réseaux sociaux ...) mais aussi de trois outils hors média (conférence de presse et soirée des partenaires). Ces derniers vont permettre au tournoi de se distinguer des autres et de renforcer son attractivité sur le territoire. L'élaboration de nos trois cibles (sportifs, jeunes, partenaires) tout en prenant en compte les limites que peut avoir un événement, nous permet de définir les actions à mener pour atteindre des objectifs opérationnels selon un calendrier précis à l'aide d'un rétro planning.

**Objectifs :** augmenter le nombre de participants, accroître la notoriété du tournoi et promouvoir le territoire

**Outils :** Internet et réseaux sociaux (page Facebook à valoriser, création de la page Twitter du club et site Internet) , presse (annonce de l'événement et suivi des résultats, journaux municipaux et radio.