



Communication print

Les flyers seront diffusés en Île-de-France au minimum dans :

- 40 clubs de sport ;
- 12 000 membres du Stade Français ;
- 56 centres de formation de santé ;
- 50 centres de bien-être ;
- des associations de patients ;
- différents CE ;
- en tractage sur différents sites d'entraînement (Longchamp, le Haras lupin, la Faisanderie) et événements ciblés (Paris Health Care week 2019, Journée olympique, Paris Plage, La Défense...).

Les affiches seront diffusées en Île-de-France dans les points suivants :

- le réseau d'affichage RATP (en cours de négociation) ;
- les panneaux d'affichages municipaux des mairies des communes avoisinantes : mairie de Paris (en cours de négociation), mairie de Saint-Cloud, mairie de Ville d'Avray, mairie de Sèvres, mairie de Marnes-la-Coquette ;
- les différents sites du Stade Français : La Faisanderie, Géo André, Golf de Courson, Haras Lupin... ;
- 40 clubs de sport ;
- 56 centres de formation de santé ;
- 50 centres de bien-être.

Les affiches et flyers seront également mis à la disposition des partenaires du Triathlon des Roses.

Plan relation presse

Communiqués de presse

- Diffusion d'un Save the Date à J-6 mois, J-90, puis J-30, J-10.

Site Internet

- Mise en place d'un onglet presse sur le site Internet ;
- mise en ligne des différents communiqués de presse ;
- mise à disposition de photos libres de droits.

Cibles presse

- Supports généralistes et spécialisés sport/santé/féminin/people.

Pige presse

- Réalisation d'une revue de presse post-événement.

Quelques retombées presse 2018

Radio / TV

- France 3, Émission 19-20 National, « Fête du Sport : le Triathlon des Roses dédié 100 % à la recherche sur le cancer du sein, lance Octobre Rose, objectif sensibiliser les femmes au dépistage » (22 sept. 2018).

Presse écrite

- *Le Parisien*, « Le boom des courses féminines » (7 sept. 2018)
- *Top Santé*, « Mini-triathlon... Maxi-solidarité contre le cancer du sein », (sept. 2018)

Web

- *Que Faire à Paris*, « Le Triathlon des Roses » (1^{er} août 2018)
- *L'Étudiant aujourd'hui*, « Triathlon des Roses » (22 sept. 2018)



Plan digital

Site Internet du Triathlon des Roses (www.triathlondesroses.fr) :

- des informations pratiques (« le concept de l'événement », « plan d'accès », « plan de course », etc.) ;
- des informations sur la maladie et la recherche ;
- un formulaire d'inscription ;
- les outils de collecte ;
- la liste des participants ;
- la présentation des partenaires.

En 2018

21 600
utilisateurs

28 400
sessions

61 500
pages vues

Réseaux sociaux

- Mise en ligne de contenus réguliers (infos, jeux concours, plan d'entraînement, informations partenaires...) sur les comptes du Triathlon des Roses ;
- relais depuis les comptes Facebook, Twitter et Instagram de la Fondation ARC ;
- achat d'espaces promotionnels (Facebook).

Plan média Facebook

Cible femme, parisienne, 18-50 ans

Emailing

Tout au long de l'opération, de nombreux emailings sont adressés : Save the date, suivi des collectes, préparation de l'événement... En 2018, plus de 300 000 personnes ont été contactées, dont :

- 950 anciennes participantes
- 130 000 abonnés à la newsletter de la Fondation ARC
- 1 268 demandeurs de brochures Fondation ARC

Audience octobre 2018

2 800
fans sur la page
Facebook Triathlon
des Roses

125 000
fans sur la
page Facebook
Fondation ARC

6 550
abonnés sur le
compte Twitter
Fondation ARC

626 048
personnes atteintes par
la campagne publicitaire
sur Facebook