



PLAN DE COMMUNICATION

Betty Jam Snow 2010
Association l'm a Girl

POLITIQUE DE COMMUNICATION DE L'ASSOCIATION « I'M A GIRL »	5
SES DISCOURS.....	5
COMMUNICATION MÉDIAS	5
Presse	
Internet	
Vidéos	
COMMUNICATION HORS-MÉDIAS.....	6
Événementiel : Betty jam Snow	
 RÉALISATION DU BETTY JAM SNOW 2010	 9
LE CONCEPT	9
LA CIBLE.....	9
HISTORIQUE.....	10
UN SOUTIEN RELATION PRESSE PUISSANT	10
UN PLAN MÉDIA SOLIDE	11
 MISE EN PLACE DE L'ÉVÈNEMENT.....	 13
LES DIVERSES OPÉRATIONS.....	13
LES PARTENAIRES	13
LE CHOIX DE LA STATION	14
LA PARTIE LOGISTIQUE.....	18
 L'IMAGE « I'M A GIRL » À L'ÉVÈNEMENT.....	 21
FACTEURS SUCCÈS	21
CONTACTS	21
 CONCLUSION.....	 23

POLITIQUE DE COMMUNICATION DE L'ASSOCIATION « I'M A GIRL »

SES DISCOURS

La communication de l'association **I'm a girl** via l'évènement **Betty Jam Snow** est basée sur l'authenticité des valeurs du ski et du snowboard.

Le slogan de l'évènement permet de l'exprimer : « **No Comment, Ride like a Girl** ». Il rappelle la quête perpétuelle qui anime les pratiquantes et de même que les filles sont capables de pratiquer ces disciplines aussi bien que les garçons.

COMMUNICATION MÉDIAS

Presse

De plus, **I'm a girl** possède un soutien presse important et est une des seules association en France à proposer des compétitions de ski et snowboard exclusivement réservées aux filles professionnelles ou amatrices.

- Spécialisée pour les pages de publicités
- Professionnelle pour la communication corporate

Internet

En 2008, **I'm a girl** lance le site internet et un myspace de l'association mais également de ses évènements. Le site de l'association décrit les activités de celle-ci et l'équipe fondatrice.

Site officiel: www.imagirl.fr

Vidéos

Une vidéo de 6 minutes sera réalisée sur l'évènement et sera par la suite diffusée sur le site www.bettyjam.fr.

Les images vidéo seront mises à disposition libres de droit sur le site internet de l'association **I'm a girl** www.imagirl.fr

COMMUNICATION HORS-MÉDIAS

Événementiel : Betty jam Snow

I'm a girl organise des événements sportifs et culturels féminins tout au long de l'année :

- Betty Jam Snow : compétition de ski et snowboard
- Betty Jam Street : compétition de skate
- Betty Jam Live : concerts

Ces événements sont dédiés aux filles et servent à renforcer leur présence dans des milieux souvent trop masculins.

RÉALISATION DU BETTY JAM SNOW 2010

LE CONCEPT

Le snowboard est le sport le plus attrayant pour les jeunes filles. En effet, 33.5 % des jeunes filles de 12-30 ans pratiquent ou aimeraient pratiquer le snowboard. L'univers du snowboard leur inspire des valeurs positives comme la jeunesse, la nature, le bien être et l'aventure. C'est pourquoi **I'm a Girl** a voulu créer cet évènement, pour permettre aux filles de mieux découvrir ce sport de glisse et pour être plus à l'écoute des compétitrices.

Le **Betty Jam Snow** est un évènement entièrement dédié aux filles. Il a lieu chaque année à St Lary (65) au cours d'un week-end. Il se déroule sur deux jours. Le samedi, les filles participent à la compétition et le dimanche, elles se rassemblent sur le site de l'évènement pour rider ensemble et participer à un shooting photo.

De nombreuses animations seront présentes avec la mise en place d'un village en bas des pistes.

Le samedi soir, une soirée est organisée dans un bar local avec un concert et la remise des prix.

Le format du **Betty Jam** reste convivial et ouvert à tous les niveaux.

LA CIBLE

La Cible principale de l'évènement reste les filles entre 8 et 30 ans, de toutes nationalités, qui pratiquent les sports de glisse. Le niveau de pratique est peu important car la compétition est ouverte autant aux professionnelles qu'aux amatrices.

HISTORIQUE

Le **Betty Jam Snow** a vu le jour en 2007 à Saint Lary grâce à un groupe d'étudiantes du Master Ingénierie et Management du Sport de Bayonne. Après deux éditions, en 2008, Julie Chartrou et Cécile Lagarde ont créées l'association I'm a girl pour pouvoir donner de l'ampleur à l'évènement et surtout développer le concept sur d'autres secteurs. En effet, le but de l'association est de développer des évènements sportifs et culturels exclusivement dédiés aux femmes.

Par la suite, le **Betty Jam Street** a vu le jour en 2009, suivi de prêt par le Betty Jam Live en 2010.

Le **Betty jam** se place ici en tant que leader au niveau des Pyrénées Françaises sur ce type de compétition. Ceci est dû grâce à son ancienneté, son savoir-faire sur ce type d'évènement, le nom de compétitrices évoluant chaque année du fait de la notoriété de l'association I'm a girl.

UN SOUTIEN RELATION PRESSE PUISSANT

Il comporte un contenu original et de nombreux angles relations presse relayés par l'association.

De plus, un package d'outils Relations Presse complet est utilisé pour promouvoir le **Betty Jam Snow** :

- Dossier de presse (+ de 50 contacts nationaux)
- Des communiqués de presse
- Un média center en ligne

Et de nombreux rédactionnels sont présents dans la presse spécialisée sports de glisse...

UN PLAN MÉDIA SOLIDE

Placement dans la presse

Dans la presse spécialisée ou régionale :

- Chick's power
- Surfeuses
- Respyr
- La Dépêche du midi
- Beach Brother

Campagne radio

En national et un décrochage local sont organisés pour promouvoir l'événement :

- NRJ
- Fun Radio

Plan web

Diffusion de l'information via de nombreux sites spécialisés :

- Beach Brother
- Flavor
- But A Girl
- Boardladies
- Snow Surf

Affichage

Une campagne d'affichage en local (1000 exemplaires) et une distribution de flyers (500 exemplaires) et autocollants (500) sont organisées.

MISE EN PLACE DE L'ÉVÈNEMENT

LES DIVERSES OPÉRATIONS

Lors de cette 4^{ème} édition du Betty Jam Snow, 9 partenaires ont accepté de nous soutenir et de s'associer à l'évènement.

Un village sera mis en place sur le site de l'évènement permettant une meilleure visibilité de nos partenaires.

LES PARTENAIRES

Nikita

La célèbre marque de vêtements streetwear féminin s'associe de nouveau avec le Betty Jam Snow après une année d'absence. Toujours à la recherche de nouveaux talents, Nikita est associé au monde de la glisse, et a toujours encouragé au travers de ses collections et de son état d'esprit, le dépassement de soi. Nikita a souhaité concrétiser les valeurs qu'elle véhicule en s'associant avec le Betty Jam Snow.

Les Ettes

La célèbre marque internationale de cosmétiques accompagne le style de vie que sont les sports de glisse. Profondément soucieux de l'environnement, Les Ettes, ont choisi de nous accompagner pour la 3^{ème} année consécutive.

Truc de Fou

Boisson énergisante partenaire de nombreux évènements et sportifs de spots de glisse.

Mountain Ride

Association basée à Toulouse qui travaille auprès des professionnels et du grand public pour promouvoir le développement durable pour les stations de montagne.

Keep a Breast

Association dont l'objectif est « d'éradiquer le cancer du sein » en essayant d'éduquer les jeunes sur les méthodes de prévention, une détection précoce et en leur apportant un soutien. Grâce à des expositions artistiques, des programmes d'éducation et l'organisation d'évènements afin de récolter des fonds.

Lockwood skateshop

Basé sur Albi, le shop porte son soutien au Betty Jam depuis 2009.

Saint Lary Soulan Pyrénées

Saint Lary Brown Bears

Snowboard club de St Lary Soulan

Boardladies.com

Site internet spécialisé dans les sports de glisse féminins.

Les partenaires du **Betty Jam Snow** ont toujours encouragé au travers de leur communication le dépassement de soi. Ces marques ont souhaité concrétiser les valeurs qu'elles véhiculent en s'associant à notre évènement.

LE CHOIX DE LA STATION

Saint Lary village connaît une phase de dynamisme indéniable au plan des pistes de skis et de son activité thermale.

Le domaine skiable est le 2ème domaine pyrénéen et connaît une évolution très significative, offrant des potentiels de ski en constante progression, sur des ambiances de glisse variées.

L'ouverture à l'International visée au plan marketing par Saint Lary implique une cohérence touristique à tous les niveaux d'altitude du site. La fiabilité de l'offre neige pyrénéenne implique une plus forte professionnalisation des hébergements anciens.

De plus, St Lary propose un domaine unique tant par ses grands espaces que par des équipements. Le domaine reste vaste pour les skieurs confirmés et il est élu domicile par les familles autour du jardin des neiges. Les amoureux du snowboard et de freestyle sont servis avec un snowpark qui propose des modules pour tous les niveaux. Un spécialiste assure l'entretien de ce lieu à l'ambition du très sympathique club des Brown Bears.

Caractéristiques du domaine skiable

100 kms de pistes

700 ha de domaine skiable

250 enneigeurs

31 remontées mécaniques

LES HAUTES-PYRÉNÉES
1er département touristique de midi-pyrénées

ski (9 stations de ski de piste)
thermalisme (8 stations thermales)
sites naturels prestigieux et préservés (Cirque de Gavarnie, Pic du Midi de Bigorre, Réserve Naturelle du Néouvielle, Parc National des Pyrénées...)
Lourdes centre mondial de pèlerinages, 2ième ville hôtelière de France, accueille 5,5 millions de visiteurs par an.

Premier département touristique de Midi-Pyrénées, les Hautes-Pyrénées comptent **Plus de 6 millions de visiteurs par an, dont 1 million d'étrangers**

STATIONS DE SKI DE PISTE		STATIONS THERMALES			
Chiffre d'affaires en milliers d'euros		Fréquentation des stations thermales en 2005			
Station de ski	2004/2005	Stations thermales	Curistes	Courts séjours	Entrées détente
Tourmalet	12 391	Argelès-Gazot	1185	858	nd
Saint-Lary	11 775	Bagnères de Bigorre	8122	395	108 989
Peyragudes	7 291	Barègnes-Barzon	2427	980	23 511
Cauterets	4 879	Beaucens	603	32	38
Piau Engaly	4 806	Caprem-les Bains	4190	131	185
Luc Ardiden	3 970	Cauterets	6223	108	19147
Val Louron	1 093	Loudervelle	nd	nd	103 843
Gavarie	620	Luz-Saint-Sauveur	1804	1539	21 574
Hautacam	440	Saint-Lary-Soulan	22 15	4483	32 745
Total	47 265	Total	20775	8480	310 042

Les Hautes-Pyrénées concentrent **70,3%** des activités de détente et d'thermoludisme de Midi-Pyrénées

AUGMENTATION DU NOMBRE DE JOURNÉES SKIEURS

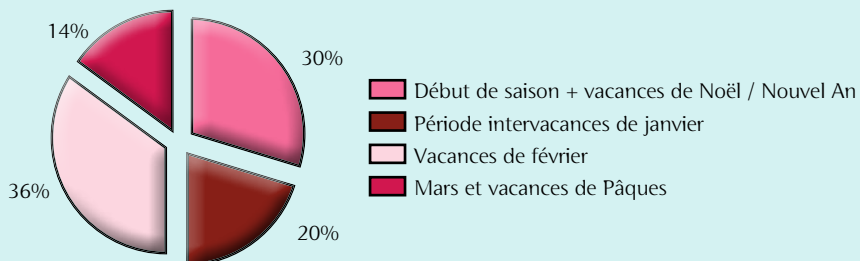
Nombre de journées skieurs des stations de ski de piste de Midi-Pyrénées

	En millier		En %
	Nombre de journée skieurs		Évolution
	Saison 2006-2007	Saison 2006-2008	
Arlège	358	373	+4,2
Hautes-Garonnes	660	616	+9,8
Hautes-Pyrénées	1 748	1 943	+11,2
Total Midi-Pyrénées	2 666	2 931	+9,9
Total Massif-Pyrénéen	4 186	4 549	+8,7

Sources : Suivi économique sur l'activité des remontées mécaniques (SNTF) / Confédération Pyrénéenne du Tourisme

LES VACANCES DE FÉVRIER REPRÉSENTENT PLUS D'UN TIERS DES SKIEURS

Répartition par période des journées skieurs 2007-2008



Sources : Suivi économique sur l'activité des remontées mécaniques (SNTF) / Confédération Pyrénéenne du Tourisme

LA PARTIE LOGISTIQUE

Tentes

Oriflammes

Bannières

Affiches

Village

L'IMAGE « I'M A GIRL » À L'ÉVÈNEMENT

FACTEURS SUCCÈS

Une partenaire de renommée qui fédère dans toute la France.

- Un Week-end qui anime la station de St Lary, pendant les vacances scolaires dans une station reconnue à l'échelle européenne.
- Une équipe expérimentée et dédiée à l'événement
- La présence de rideuses de talents
- Deux grandes marques qui s'associent dans un événement sportif dédié au grand public dans une atmosphère conviviale qui génère une image jeune et amicale dans les Pyrénées.
- Les partenaires ont tout à gagner dans cet événement en terme de notoriété et de ventes.
- Les participantes associent les médias (radios, magazines ...) comme le moyen de communication des sports de glisse et utilisent d'avantage ces médias pour suivre l'état d'esprit de ceux-ci.

CONTACTS

Cécile Calmes cecile-calmes@imagirl.fr
06 79 42 61 79

CONCLUSION

Le **Betty Jam Snow** est un événement entièrement financé par les partenaires de grandes notoriétés.

Ainsi, **I'm a girl** utilise son savoir-faire et organise avec son équipe l'événement de A à Z.

Nous avons le privilège d'avoir le soutien à l'heure actuelle de 9 partenaires afin de promouvoir au mieux le **Betty Jam Snow** mais aussi pour développer un univers entièrement dédié au ski et snowboard féminin.

CONCLUSION



Board Ladies.com!



BETTY JAM