

TOUS EN COEUR

UNE COURSE SOLIDAIRE ORGANISÉE POUR

Loane Calleda
Julie Capedeville
Ilona de Valon
Emma Grandjean



PRÉSENTATION ET ANALYSE DU BRIEF



Notre agence : Agence UNEXPECTED



Brief : créer un **road show** qui aura pour but de **récolter un maximum de dons** et de **recueillir de nouveaux bénévoles**.
Nous devons organiser un événement pour **les 30-40 ans** qui peut se dupliquer sur plusieurs villes.



LES OBJECTIFS

- **Objectif de visibilité** : Rafraîchir l'image de l'association
- **Objectif humain** : Recruter de nouveaux bénévoles
- **Objectif financier** : Récolter un maximum de dons
- **Objectif de communication** : Sensibiliser à la précarité
- **Objectif interne** : Créer un sentiment de famille et de communauté

CIBLES

Cible principale

Les 30-40 ans

Coeur de cible

Les sportifs de 30-40 ans avec une situation financière aisée

Cible secondaire

Les influenceurs locaux, les journalistes, les marques partenaires, les bénévoles actuels, les figures locales, les célébrités membres des Enfoirés, les **spectateurs**



DIAGNOSTIC ET PROBLÉMATIQUE

- **Notoriété nationale et locale** tournée vers l'aide alimentaire
- Proposer des formats immersifs, interactifs et numériques pour une **cible sensible à l'engagement civique**
- **Concurrence** accrue (ex. Banques Alimentaires)
- **Dépendance aux dons** et difficultés à mobiliser des bénévoles

COMMENT RENFORCER L'ENGAGEMENT DES BORDELAIS ÂGÉS DE 30 À 40 ANS FACE À LA MONTÉE DE LA PRÉCARITÉ, À TRAVERS UN ÉVÉNEMENT ORGANISÉ PAR LES RESTOS DU CŒUR?

PRÉSENTATION DU CONCEPT



CARACTÉRISTIQUES DE LA COURSE



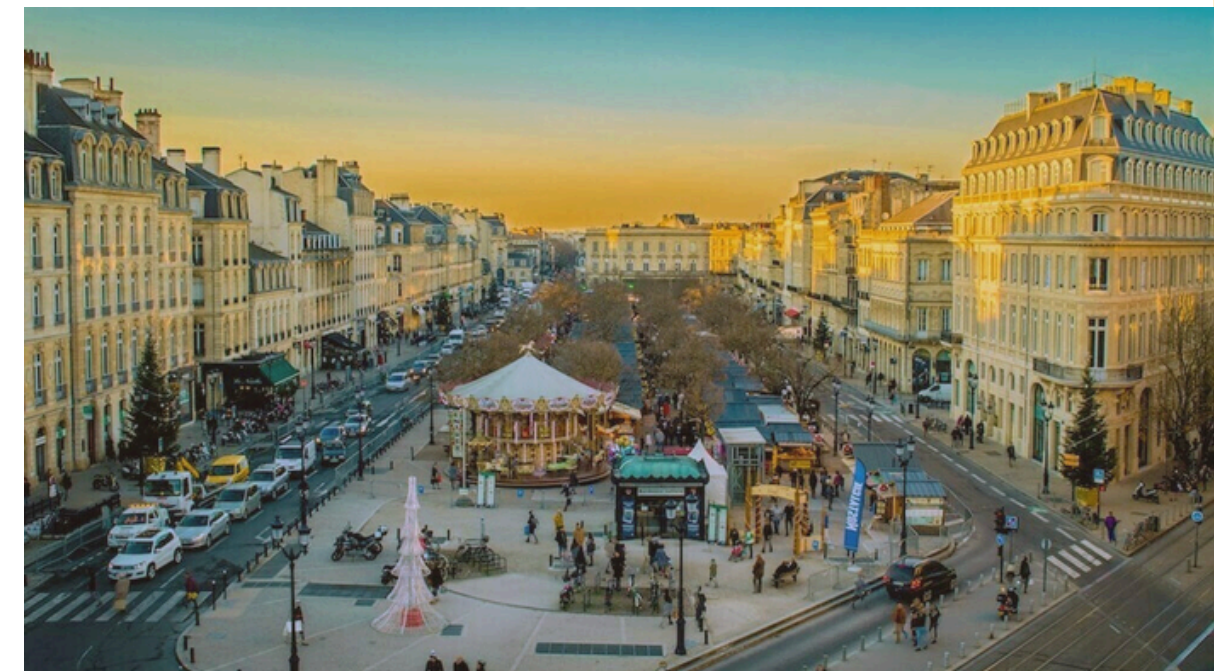
“Tous en Cœur” - Course solidaire des Restos du Cœur en partenariat avec l'application Runningheroes



Dimanche 18 mai 2025

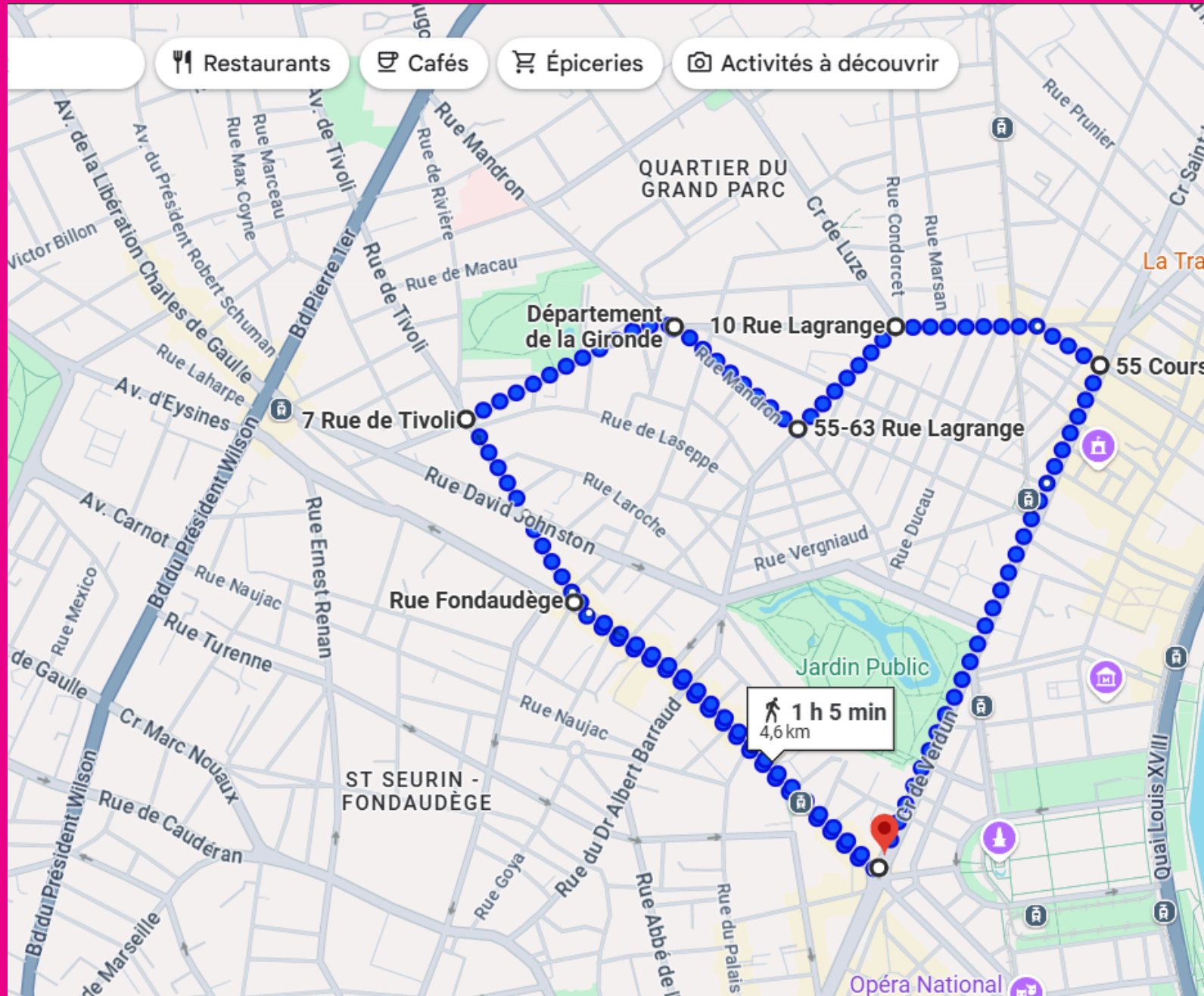


Départ et arrivée aux Allées de Tourny

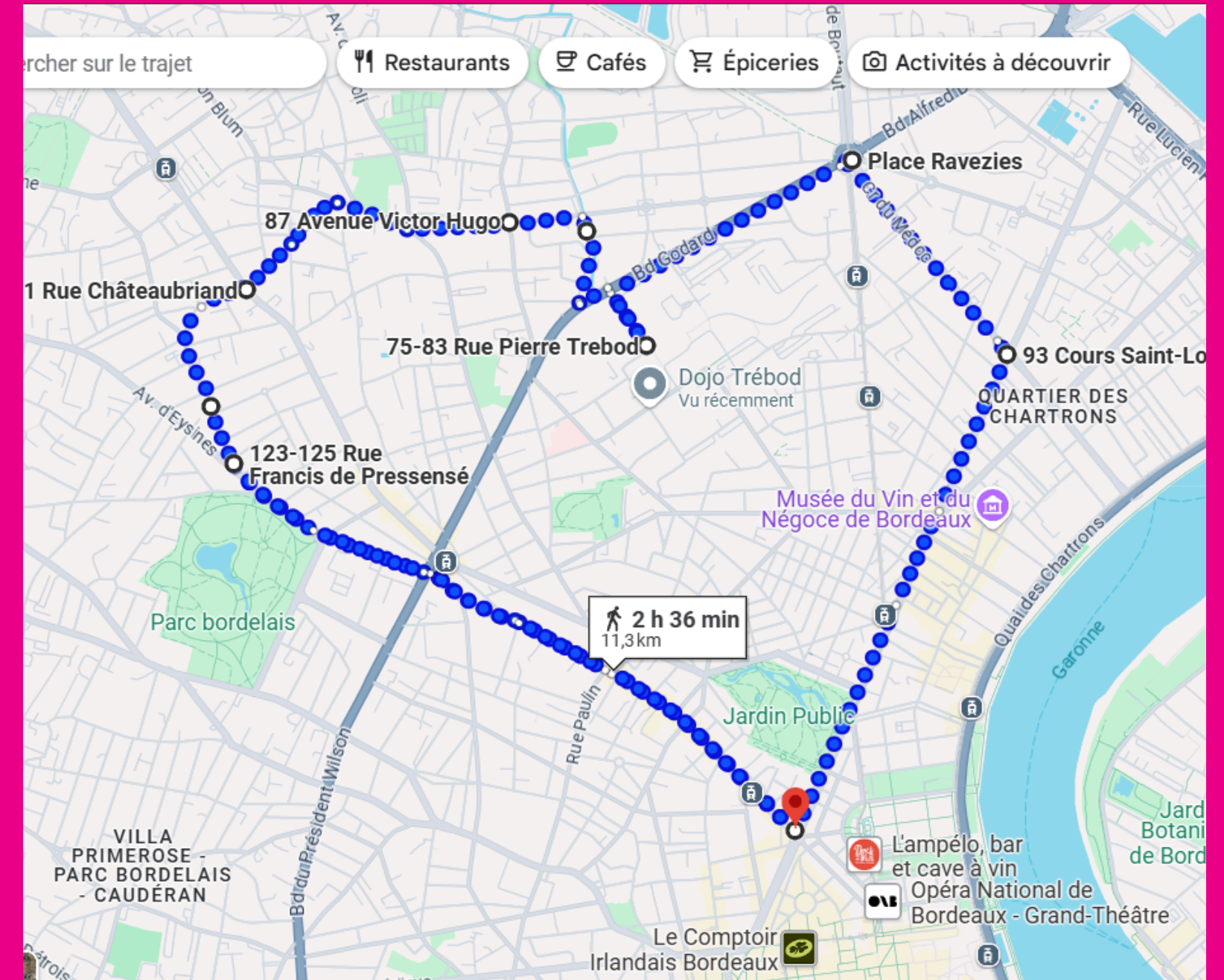


LES PARCOURS

LES RESTAURANTS
DU CŒUR



4,6 km



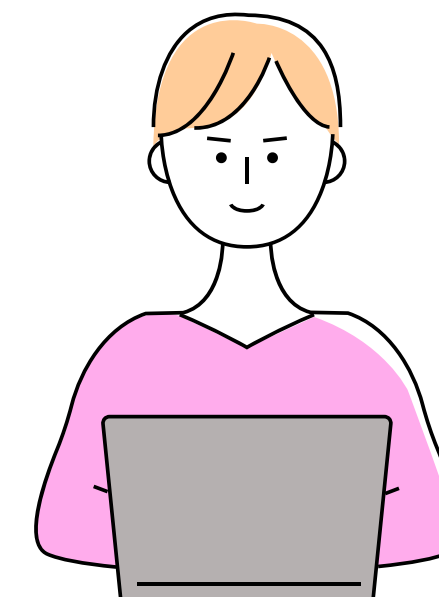
11,3 km

INSCRIPTIONS



- Montant libre entre 5 et 30 euros
- Tee-shirts offerts en fonction du montant de l'inscription
- Inscription via le site internet des Restos du Cœur
- Redirection vers l'application Runningheroes
- Case "Je souhaite en savoir plus sur le bénévolat"

DÉBUT DES INSCRIPTIONS 3 MOIS AVANT LE JOUR J !



S'abonner à la newsletter

Mon espace bénévole Mon espace donateur

DEVENIR
BÉNÉVOLE

FAIRE UN
DON



LES RESTOS DU COEUR | ACTIONS | NOUS SOUTENIR | AGIR AVEC NOUS | MÉCÉNAT ET PARTENARIAT | ÉVÉNEMENTS | CONTACT



SCÉNOGRAPHIE

- Village aux Allées de Tourny
- Stands des Restos du Cœur / partenaires
- Food Trucks



PARTENAIRES

- La mairie du lieu de la course (barrières, service de la voirie)
- Le département
- La région
- La préfecture (gestion de la sécurité)



DOUBLET



Ville de

BORDEAUX

LOGISTIQUE DE L'ÉVÉNEMENT

Les bénévoles → main d'œuvre essentielle de l'événement

Avant l'événement

Installation des infrastructures : village + ravitaillement + signalétique



Mobilisation des équipes : bénévoles + sécurité + secours médicaux



LOGISTIQUE DE L'ÉVÉNEMENT

Pendant l'événement

Animations

Ravitaillements

Sécurité : sur le parcours + fouille à l'entrée du village

Arrêt de ligne C

Après l'événement

Nettoyage et démontage : bénévoles + service de la voirie

DÉROULÉ LE JOUR J



08h00 : Ouverture du village solidaire aux Allées de Tourny

09h30 : Échauffement collectif animé par un coach sportif bénévole

10h00 : Départ de la course (4,6 km et 11,3 km simultanément)

12h00 : Retour des participants et cérémonie des vainqueurs

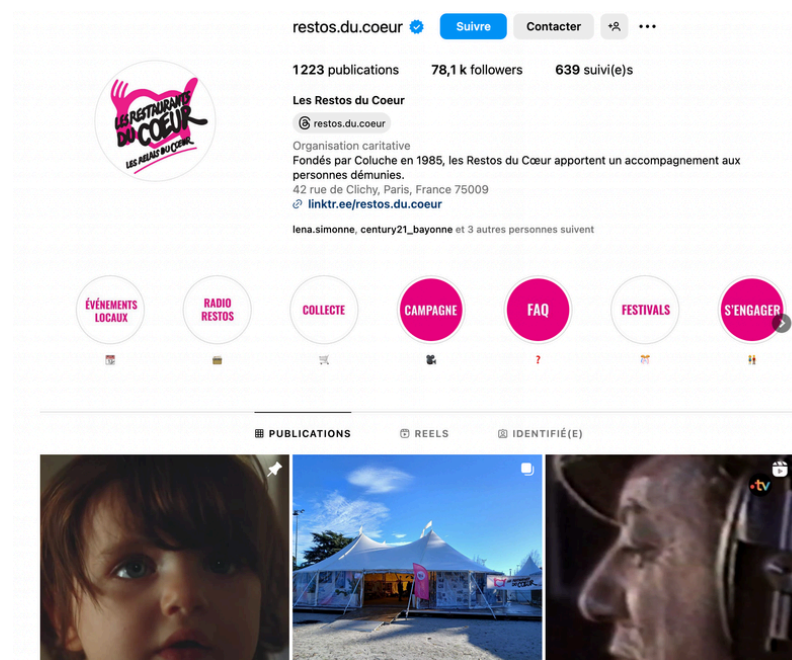
12h30 : Discours de clôture par un représentant des Restos du Cœur

14h00 - 16h00 : Village solidaire ouvert / animations

COMMUNICATION



- Réseaux sociaux : hashtags (#TousenCœur #JeCoursPourLesRestos #Run'hearts), événement Facebook, stories Instagram à repartager



COMMUNICATION

- Aftermovie du parcours en forme de cœur, témoignages, photos des participants



COMMUNICATION

- Partenariat avec "Runningheroes" : challenges via l'application et communication via leurs canaux



- Page dédiée sur le site des Restos du Cœur avec modalités d'inscription, suivi réel du nombre d'inscrits et des fonds collectés, témoignages de bénéficiaires et bénévoles, transparence financière
- Médias traditionnels avec CP (radios locales, journaux régionaux)



COMMUNICATION



- Emailing et newsletter aux donateurs et bénévoles
- Affichage local : panneaux publicitaires, flyers



**TOUS EN CŒUR : ENSEMBLE, DESSINONS LA
SOLIDARITÉ !**

