

VIII^{ES} JEUX DE LA FRANCOPHONIE 21-30 JUILLET. CÔTE D'IVOIRE ABIDJAN 2017

SOLIDARITÉ - DIVERSITÉ - EXCELLENCE

GUIDE DE PARTENARIAT



POUR UN PARTENARIAT SOLIDAIRE ET DURABLE

Devenez partenaire

et associez votre organisation au plus grand événement sportif et culturel de la Francophonie dédié à la jeunesse.

Participez à un projet de développement social et économique.

Obtenez une visibilité d'envergure internationale

à travers les 80 États et gouvernements de la Francophonie sur les 5 continents.

Contenu

- ♦ 10 concours culturels
- ♦ 9 compétitions sportives
- ♦ 2 concours « activités de développement »
- ♦ Des cérémonies d'ouverture et de clôture
- ♦ Un gala des lauréats haut en couleur
- ♦ De nombreuses activités périphériques

Image et valeurs

- ♦ Développez votre image à travers les valeurs des VIII^{es} Jeux de la Francophonie : Solidarité, Diversité et Excellence ;
- ♦ et les valeurs de la Francophonie : diversité culturelle et linguistique, paix, fraternité, démocratie, coopération et développement.

Public cible

- ♦ 80 États et gouvernements invités
- ♦ Participation de 4 000 jeunes talents sportifs, artistes et créateurs attendue
- ♦ Présence de vedettes internationales sportives et culturelles
- ♦ 15 000 personnes accréditées dont plus de 3 000 bénévoles
- ♦ Plus de 500 000 spectateurs attendus
- ♦ Plus de 500 millions de téléspectateurs attendus

Promotion et médiatisation

- ♦ Promotion et couverture TV nationales et internationales aux heures de grandes écoutes
- ♦ Reprise des images et télédiffusion en direct et différée par :
 - Les chaînes de télévisions internationales partenaires potentielles : TV5 Monde, Télésud, Africable, France24, Eurosport, RTI, Africa 24, Vox Africa, Trace, Beur FM, CCTV, Arte, etc.
 - Les chaînes publiques et privées nationales des 80 États et gouvernements de la Francophonie
- ♦ Radiodiffusion sur RFI, Radio Canada, RTBF, RFP, RTL, RMC, BBC, Africa n°1, Radio Okapi...
- ♦ Présence attendue de 700 journalistes dont 300 internationaux et 400 nationaux
- ♦ Presse nationale et internationale : Frat mat, Jeune Afrique, Diasporas News, AFP, Panapress, Newspress, Afrique magazine
- ♦ Internet : jeux.francophonie.org, abidjan2017.ci

SOMMAIRE

Présentation générale de l'événement	2
Le public cible	7
Pourquoi devenir partenaire des Jeux de la Francophonie?	9
La promotion et la couverture médiatique	10
Les supports de communication mis à disposition de nos partenaires	13
Niveaux et structure de partenariat	20
Présentation synthétique du plan de visibilité offert aux partenaires	20
Détails des catégories de partenariat et des formules proposées	24
Le partenaire de catégorie DIAMANT	24
Le partenaire de catégorie OR	24
Le partenaire de catégorie ARGENT	27
Le partenaire de catégorie BRONZE	29
Principes de Partenariats	31



© CIJF - Ruszniewski

Lutte libre, le cambodgien Kang contre le français Sticker médaillé de bronze, Nice 2013.



© CIJF - Lazic

La conteuse Rahina Balarabe Idi (Niger), Nice 2013.

LE PLUS GRAND ÉVÉNEMENT **SPORTIF** ET **CULTUREL** DE LA **FRANCOPHONIE** DÉDIÉ À LA JEUNESSE

Quand la Jeunesse, le sport et les arts se retrouvent sur une même scène et témoignent de la solidarité francophone, cela donne « les Jeux de la Francophonie », une formidable rencontre entre jeunes artistes, athlètes et créateurs venus du monde entier.

PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE L'ÉVÉNEMENT



© CIF

DE LA SOLIDARITÉ



© CIF

DE LA DIVERSITÉ



© CIF

ET DE L'EXCELLENCE

EN SPORTS...



© CIF

Un concept original, un événement d'envergure internationale

Les Jeux de la Francophonie, manifestation d'envergure internationale, regroupent tous les 4 ans près de 4 000 jeunes talents issus des 80 États et gouvernements de la Francophonie.

Cette manifestation à la fois festive, jeune, populaire mais également de haut niveau sportif et artistique comprend des concours culturels, des compétitions sportives, des concours « activités de développement », des cérémonies et des animations périphériques.

Organisés en alternance dans un pays du Sud et un pays du Nord, ils sont l'expression concrète de la solidarité et de la coopération, principes fondateurs de la Francophonie.



© CIF

ET EN ARTS



Juillet 1989 - **Maroc** - 1^{ers} Jeux de la Francophonie



Juillet 1994 - **France** - 2^{es} Jeux de la Francophonie



Septembre 1997 - **Madagascar** - 3^{es} Jeux de la Francophonie



Juillet 2001 - **Canada** - 4^{es} Jeux de la Francophonie



Décembre 2005 - **Niger** - 5^{es} Jeux de la Francophonie



Septembre-Octobre 2009 - **Liban** - 6^{es} Jeux de la Francophonie



Septembre 2013 - **France** - 7^{es} Jeux de la Francophonie

SEPT ÉDITIONS INOUBLIABLES

Les Jeux de la Francophonie ont plus de 25 ans d'existence. En effet depuis leur création à Québec en 1987 lors de la 2^e Conférence des Chefs d'États et de Gouvernement ayant le français en partage, 7 éditions ont été organisées alternativement dans les pays du Nord et du Sud. Sur les 7 éditions, plus de 20 000 jeunes artistes et sportifs ont participé aux concours culturels et aux compétitions sportives des Jeux.



CÔTE D'IVOIRE
ABIDJAN 2017
8^{es} Jeux de la Francophonie

**Du 21 au
30 juillet 2017,
la Côte d'Ivoire
accueillera
la 8^e édition
des Jeux de
la Francophonie
à Abidjan**

UN **ÉVÉNEMENT** RÉVÉLATEUR DE TALENTS **SPORTIFS** ET **ARTISTIQUES**

Un grand nombre de vedettes sportives et artistiques sont passées par les Jeux de la Francophonie : **Marie-Josée Pérec** (France) ; **David Douillet** (France) ; **Donovan Bailey** (Canada) ; **Chantal Petitclerc** (Canada-Québec) ; **Hicham El Guerrouj** (Maroc) ; **Ayanleh Souleiman** (Djibouti) ; **Alexandre Najjar** (Liban) ; **Nicolas Fraissinet** (Suisse) ; **Jean Jean Roosevelt** (Haïti), **Pockemon Crew** (France), pour n'en citer que quelques-uns. Les Jeux de la Francophonie révèlent les stars culturelles et sportives de demain !



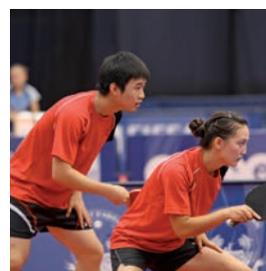
© CJF - Lazic
Podium création pour le développement durable, Nice 2013.



© CJF - Lazic
Danse Niger, Nice 2013.



© CJF - Ruzmiewski
Judo féminin, Nice 2013.



© CJF - Ruzmiewski
Tennis de table mixte, Canada, Nice 2013.

Les objectifs des Jeux de la Francophonie

- ◆ Promouvoir la paix et le développement à travers les rencontres et les échanges entre jeunes francophones
- ◆ Rapprocher les pays de la Francophonie et contribuer à la solidarité internationale
- ◆ Favoriser l'égalité entre les genres
- ◆ Développer les échanges artistiques entre les pays francophones et faire connaître l'originalité des cultures francophones
- ◆ Favoriser l'émergence de jeunes talents artistiques francophones sur la scène internationale
- ◆ Contribuer à la relève sportive francophone en vue de sa participation à d'autres grands événements
- ◆ Promouvoir la langue française

L'ORGANISATION DES JEUX DE LA FRANCOPHONIE

Les Jeux de la Francophonie sont organisés par le Comité international des Jeux de la Francophonie et le Comité national des Jeux de la Francophonie sous l'égide de l'Organisation internationale de la Francophonie.



L'Organisation internationale de la Francophonie (OIF)

Forte d'une population de plus de 900 millions d'habitants et près de 274 millions de locuteurs de français de par le monde, l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF) a pour mission de donner corps à une solidarité active entre les 80 États et gouvernements qui la composent.



© Cyril Baillet/OIF

Madame Michaëlle Jean, Secrétaire Générale de la Francophonie.



Le Comité International des Jeux de la Francophonie (CIJF)

Organe subsidiaire de l'OIF, le Comité international des Jeux de la Francophonie (CIJF) est chargé, à l'échelle internationale, de préparer et superviser l'organisation des Jeux en étroite collaboration avec le pays hôte, d'assurer la promotion et la diffusion vers le public des Jeux, de protéger la propriété exclusive des Jeux et les droits qui en découlent dont les droits de parrainage, de diffusion et de production commerciale liés aux Jeux.



Le Comité National des Jeux de la Francophonie (CNJF)

Il est constitué, pour chaque édition des Jeux, dans et par le pays organisateur, un Comité national des Jeux de la Francophonie (CNJF). Le CNJF a pour mission de réaliser les Jeux de la Francophonie conformément aux règles édictées par le CIJF en organisant notamment l'accueil et l'hébergement, le transport local, le centre de presse, les manifestations, y compris les cérémonies d'ouverture et de clôture, le service médical, la sécurité, les assurances, la promotion sur son territoire national et l'accréditation.



© DR

SEM Alassane Ouattara, Président de la République de Côte d'Ivoire.

À chaque édition des Jeux, le CIJF et le CNJF sont soutenus par

- ♦ L'ensemble des directions et services de l'OIF
- ♦ Les opérateurs et conférences de la Francophonie dont la CONFEJES et la CONFEMEN
- ♦ Les Fédérations sportives internationales compétentes dans les disciplines retenues
- ♦ Les organisateurs de festivals internationaux
- ♦ Des partenaires institutionnels, médias et privés internationaux et nationaux

PROCHAIN RDV :

LES VIII^{ES} JEUX DE LA FRANCOPHONIE

CÔTE D'IVOIRE / ABIDJAN 2017,

DU 21 AU 30 JUILLET

Akwaba / Bienvenue !

La Côte d'Ivoire accueillera la 8^e édition des Jeux de la Francophonie dans la ville d'Abidjan du 21 au 30 juillet 2017. Événement dédié à la jeunesse, les VIII^{es} Jeux sont placés sous le signe de la Solidarité, de la Diversité et de l'Excellence et se voudront des Jeux modernes et écologiques.

Avec un objectif de participation de 4 000 jeunes concurrents aux concours culturels et aux compétitions sportives ainsi qu'un record d'audience attendu de 500 millions de téléspectateurs, la 8^e édition des Jeux de la Francophonie sera pour l'OIF des Jeux de référence et s'intégrera, pour la Côte d'Ivoire, dans le cadre d'un projet de développement et de renforcement de la cohésion nationale.

Programmation officielle des VIII^{es} Jeux de la Francophonie

- ♦ 10 concours culturels : chanson, conte, danse, littérature, photo, arts plastiques et visuels : peinture, sculpture/installation et arts de la rue : hip-hop, marionnettes, jonglerie
- ♦ 9 disciplines sportives : athlétisme, lutte libre et lutte africaine, basket-ball, football (– de 20 ans), judo, tennis de table, handisport athlétisme, cyclisme sur route (en animation)
- ♦ 2 activités de développement : création numérique et écologique
- ♦ Des cérémonies d'ouverture, de clôture et le Gala des Lauréats dont les images seront retransmises en direct auprès de millions de téléspectateurs sur les chaînes du monde entier
 - La cérémonie d'ouverture prévue le 21 juillet 2017 sera notamment l'occasion de mettre en valeur, promouvoir et faire rayonner la Francophonie dans toute sa diversité culturelle
 - Le Gala des Lauréats prévu le 29 juillet 2017 en soirée mettra en valeur les artistes et sportifs médaillés lors des Jeux à l'occasion d'un spectacle original mis en scène avec les lauréats eux-mêmes
 - La cérémonie de clôture prévue le 30 juillet 2017 sera l'occasion de mettre en valeur tout particulièrement les attraits du pays hôte la Côte d'Ivoire et d'offrir un spectacle magnifique à l'ensemble des participants, du grand public et des téléspectateurs du monde entier
- ♦ De multiples animations périphériques



© CNJF



© CNJF



© CNJF

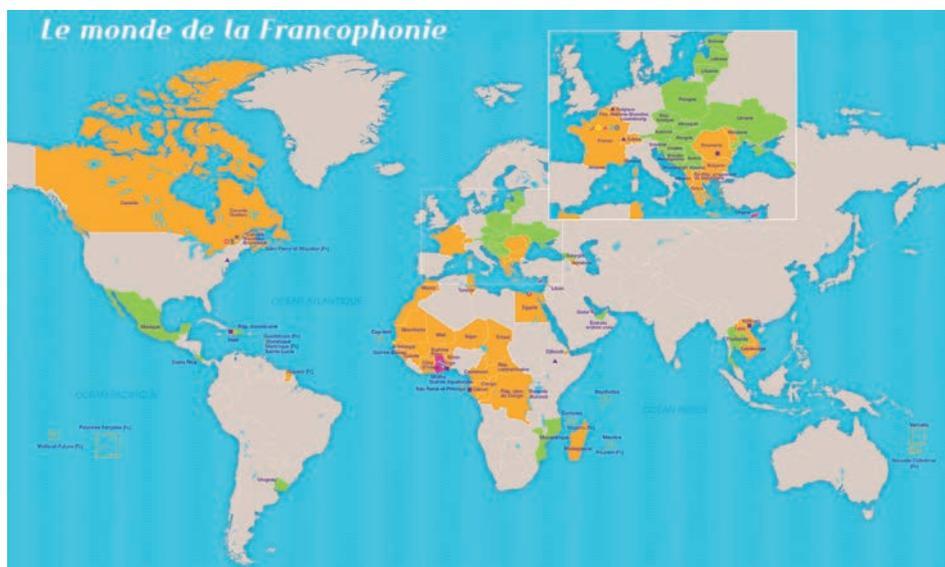
LE PUBLIC CIBLE

- ♦ 80 États et gouvernements invités
- ♦ 4 000 jeunes talents sportifs, artistes et créateurs attendus
- ♦ Des vedettes internationales sportives et culturelles
- ♦ Des personnalités du milieu sportif et culturel
- ♦ 15 000 personnes accréditées dont plus de 3 000 bénévoles
- ♦ + de 500 000 spectateurs attendus dans les stades et salles de spectacle
- ♦ + de 500 millions d'auditeurs et téléspectateurs attendus

Les 80 États et gouvernements invités de l'espace francophone

Albanie ; Andorre ; Arménie ; Autriche ; Belgique ; Bénin ; Bosnie Herzégovine ; Bulgarie ; Burkina Faso ; Burundi ; Cambodge ; Cameroun ; Canada ; Canada Nouveau Brunswick ; Canada Québec ; Cap Vert ; Centrafrique ; Chypre ; Comores ; Congo ; Congo RD ; Costa Rica ; Côte d'Ivoire ; Croatie ; Djibouti ; Dominique ; Égypte ; Émirats arabes unis ; Estonie ; Ex-rép. Yougoslave de Macédoine ; France ; Gabon ; Géorgie ; Ghana ; Grèce ; Guinée ; Guinée-Bissau ; Guinée Équatoriale ; Haïti ; Hongrie ; Kosovo ; Laos ; Lettonie ; Liban ; Lituanie ; Luxembourg ; Madagascar ; Mali ; Maroc ; Maurice ; Mauritanie ; Mexique ; Moldavie ; Monaco ; Monténégro ; Mozambique ; Niger ; Pologne ; Qatar ; République Dominicaine ; République Tchèque ; Roumanie ; Rwanda ; Sainte-Lucie ; Sao Tomé Et Principe ; Sénégal ; Serbie ; Seychelles ; Slovaquie ; Slovénie ; Suisse ; Tchad ; Thaïlande ; Togo ; Tunisie ; Ukraine ; Uruguay ; Vanuatu ; Vietnam ; Fédération Wallonie-Bruxelles.

Ils représentent une population de **900 millions de personnes...**



© OIF

Le monde de la Francophonie.

Les délégations participantes aux VIII^{es} Jeux de la Francophonie

Les personnalités présentes issues du monde politique, sportif, culturel et médias

- ♦ Des Chefs d'États et/ou Ministres des Sports et de la Culture
- ♦ Des personnalités des instances sportives internationales : Comité international Olympique (CIO), Comités nationaux olympiques (CNO), Fédérations sportives internationales (FSI), Association des comités nationaux olympiques africains (ACNOA)
- ♦ Des délégués techniques sportifs et membres du jury culturel, personnalités reconnues
- ♦ Des vedettes sportives et artistiques, en tant que parrains des Jeux de la Francophonie
- ♦ Des Directeurs de Festivals internationaux
- ♦ Des Directeurs de médias internationaux

L'audience attendue

L'espace francophone compte une population de 900 millions de personnes.

- ♦ Spectateurs : Durant les 10 jours de l'événement, 500 000 spectateurs seront attendus et plus de 15 000 personnes seront accréditées, dont plus de 3 000 bénévoles
- ♦ Auditeurs : Plus de 50 millions d'auditeurs attendus (RFI, Radio-Canada, RTBF, RSR, BBC en français, radios ivoiriennes)
- ♦ Internauts : 300 000 visiteurs uniques sont attendus lors des Jeux de la Francophonie sur le site officiel
- ♦ Téléspectateurs : audience cumulée attendue : plus de 500 millions de téléspectateurs sur la période des Jeux. Audience cumulée attendue sur la période des Jeux sur le réseau international de nos partenaires télédiffuseurs internationaux :
 - TV5 Monde : plus de 70 millions de téléspectateurs
 - Autres chaînes partenaires : plus de 50 millions de téléspectateurs
 - + reprise des images par les télévisions nationales francophones membres du CIRTEF (Conseil international des Radios-Télévisions d'Expression Française)
- ♦ Au niveau national, à travers le réseau RTI en tant que RTDH : audience cumulée attendue : 5 millions d'audience quotidienne, soit plus de 50 millions d'audience cumulés durant la période des Jeux



© CIJF

Réception des experts du CIJF et du CNJF par le Gouverneur du District Autonome d'Abidjan, M. Robert Beugré Mambé, décembre 2013.



© CIJF

Signature des ententes de partenariats entre le CIJF et le CNJF, juillet 2015. Adama Ouane, Administrateur de l'OIF; Latifa Moftaqir, Présidente du Conseil d'Orientation du CIJF et Daniel Kablan Duncan, Premier ministre de la Côte d'Ivoire.



© CIJF - LaziC

Le groupe de musique ivoirien Magic system lors de la Cérémonie d'ouverture des VII^{es} Jeux, Nice 2013.

Une retransmission télévisuelle en direct et en différé sera assurée par le biais de nos télédiffuseurs partenaires de l'événement, représentant plus de 60 heures de programmes (directs et résumés quotidiens) avec des images diffusées à travers les 80 États et gouvernements de la Francophonie.

Les images seront mises à disposition gratuitement à plus d'une centaine de chaînes de télévision nationales et internationales publiques et privées pour assurer à ces Jeux une diffusion mondiale.

POURQUOI DEVENIR PARTENAIRE DES JEUX DE LA FRANCOPHONIE ?



© CIJF

Plage à Bassam.

- ◆ Pour associer son image au **plus grand événement sportif et artistique de la Francophonie** dédié à la jeunesse
- ◆ Pour bénéficier d'une couverture médiatique mondiale
- ◆ Pour associer son image à la 8^e édition des Jeux de la Francophonie Côte d'Ivoire / Abidjan 2017 placée sous les signes des valeurs de **Solidarité**, de **Diversité** et d'**Excellence**
- ◆ Pour s'associer à un événementiel destiné à renforcer la cohésion nationale et un événementiel intégré à un projet de développement social, économique et touristique, afin d'accompagner la Côte d'Ivoire dans son processus de « pays émergent à l'horizon 2020 »
- ◆ Pour s'associer à un événement **festif, jeune et populaire** d'envergure **internationale**
- ◆ Pour rejoindre un public cible passionné sur l'ensemble de l'espace francophone : 274 millions de locuteurs en français dans le monde dont environ 60 % ont moins de 30 ans
- ◆ Pour soutenir des actions directes visant à accroître le rayonnement de la Francophonie dans le monde
- ◆ Pour soutenir des actions directes s'adressant aux jeunes francophones de 18 à 35 ans



© CIJF

Palais des sports.



© CIJF

Grand Stade Félix Houphouët-Boigny, Abidjan.



© CIJF

Hôtel Ivoire.

LES **PARTENAIRES** **MÉDIAS** DE **L'ÉVÉNEMENT**



© CIF

LA PROMOTION ET LA COUVERTURE MÉDIATIQUE

TV – 500 millions de téléspectateurs attendus
– 60 h de programme – images en HD

Télédiffuseurs partenaires

TV5 Monde, Télésud, Africable, Vox Africa, Eurosport, France 24, RTS, RTI en tant que radio télédiffuseur hôte et une centaine de télévisions nationales (publiques et privées). Plus de 60 heures de programmes seront réalisées au niveau du signal international (en direct ou en résumés quotidiens). Production d'un signal international dont les images seront retransmises en haute définition en direct au niveau mondial sur les cinq continents :

- Cérémonie d'ouverture (120 min)
 - Finales des 9 compétitions sportives
 - Finales des 11 concours culturels
 - Finales des 2 concours de création numérique et développement durable
 - Gala des médaillés (52 min)
 - Des résumés quotidiens (5,13 min) reprenant les temps forts de la journée
 - Certaines animations périphériques riches en couleurs
 - Les meilleurs moments des Jeux (26 ou 52 min)
-
- Délocalisations envisagées d'émissions spéciales avant et pendant les Jeux; diffusion nationale et internationale
 - Plateau TV quotidien envisagé par RTI en tant que Radio télédiffuseur hôte (RTDH) et/ou certaines chaînes TV partenaires; diffusion nationale et internationale
 - Émissions quotidiennes spéciales réalisées pour l'occasion par les chaînes TV partenaires; diffusion nationale et internationale



© CIF

Car régie RTI, RTDH des VIII^{es} Jeux.

RADIO – 100 millions d’auditeurs attendus **– émissions quotidiennes en direct**

Radiodiffuseurs partenaires

RFP, RFI, MCD, Media 1, Radio Canada. Radiodiffusion et reportages (émissions spéciales et/ou délocalisées) sur des stations internationales et nationales.

Au niveau national ; partenariat envisagé avec plusieurs radios nationales de Côte d’Ivoire, Radio Bouaké, Radio Fréquence 2, radios confessionnelles, ONUCI FM, radios commerciales (Jam FM, Nostalgie, Ivoire FM, Trace, Alpha Blondy FM...).

PRESSE – 10 millions de lecteurs **– 700 journalistes attendus dont** **300 internationaux et 400 nationaux**

Les partenaires presse

Panapress, AFP, NewsPress, Jeune Afrique, Afrique Magazine, Diasporas News, la gazette francophone, la Revue, Afriki presse.

Insertions presse dans plusieurs magazines panafricains leader tels que Jeune Afrique ainsi que dans des journaux nationaux et internationaux et dans la presse de compagnie aérienne (ex. Air France magazine).

Au niveau national des journaux de presse quotidien, hebdomadaires, mensuels et certains magazines spécialisés seront associés à la promotion des Jeux : Fraternité Matin, Notre Voie, Le Patriote, Le Nouveau Réveil, Soir Info, Le Temps, L’Intelligent d’Abidjan, Top Visages, Abidjan Sport, Super Sport, le Sport, le Codivoirien, Go Magazine, Mouso d’AFRIQUE, Déclic mag, Life, TIPS, l’Anonneur, Tycoon, PME MAG, Abidjan Planet, le B A BA, Publications des collectivités, KOUNDAN, le mensuel du Centre d’Information et de Communication Gouvernementale (CICG)...

Un journal des Jeux sera distribué quotidiennement durant les Jeux à l’ensemble des 15 000 personnes accréditées.

INTERNET – 1 million de visiteurs internautes

Couverture Internet

Diffusion et reprises d’informations et d’articles de presse via le réseau de la Francophonie, du site internet du CIJF www.jeux.francophonie.org (500 000 visites en 2017 dont 300 000 visiteurs attendus durant les Jeux) ainsi que sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Google+, Instagram), du site internet du CNJF www.abidjan2017.ci, du site portail jeunesse www.jeunesse.francophonie.org (500 000 visiteurs par an) ainsi que du site de l’OIF www.francophonie.org et des sites web des partenaires médias.

Mise en ligne des résultats en temps réel et de l'actualité quotidienne des Jeux à travers les sites internet du CIJF, du CNJF et des sites des partenaires médias ainsi que sur mobile.

Streaming en direct sur le site des Jeux ; près de 60 heures de programmes : cérémonies, finales et résumés quotidiens.



Site internet des Jeux de la Francophonie.
(<http://jeux.francophonie.org>)



Site internet du CNJF.
(<http://abidjan2017.ci>)

Une stratégie webmarketing, mobile et SMS tournée vers les jeunes (Côte d'Ivoire/International)

- ♦ Animation du site internet des Jeux de la Francophonie (www.jeux.francophonie.org), et du site de la 8^e édition 2017 (www.abidjan2017.ci) : actualités, portraits, jeux, concours, partenariats
- ♦ Stratégie sur les réseaux sociaux : activation des comptes des Jeux de la Francophonie sur Facebook, Twitter, Youtube, Instagram et Google+
- ♦ Mise en place d'une newsletter
- ♦ Présence sur les sites des partenaires média et création de jeux concours
- ♦ Lien avec les sites internet et e-mailing vers les adhérents :
 - des clubs sportifs de la ville et des comités départementaux
 - des associations culturelles
 - des sites universités, écoles de commerce, organismes étudiants, etc.

LES ACTIONS MÉDIAS PROMOTIONNELLES

- ♦ Tirages au sort des sélections football et basket-ball participant au quatrième trimestre 2016
- ♦ Conférences de presse : une dizaine de conférences de presse sur 2015-2018 dont 2 à 3 conférences de presse durant l'année des Jeux (en 2017) avec la présence de vedettes internationales du monde sportif et artistique
- ♦ Communiqués de presse trimestriels
- ♦ Des résumés et émissions TV et radio avant et pendant l'événement au niveau national et international
- ♦ La diffusion d'un spot promotionnel de 1,30 minute en début 2016 pour annoncer les Jeux et notamment les sélections culturelles nationales et les qualifications sportives
- ♦ La diffusion d'un spot TV 30 secondes et radio promotionnel durant le mois précédent l'événement au niveau national et international
- ♦ Envoi régulier d'une lettre électronique aux participants et partenaires (institutionnels, médias et commerciaux) selon une base de données de plus de 10 000 personnes

De nombreux supports de communication sont diffusés pour cet événement d'envergure, sur lesquels le logo ou les messages de nos partenaires pourront être visibles.

ASSOCIATION ET VISIBILITÉ DU **PARTENAIRE** SUR LE **PLAN MÉDIA** **NATIONAL** ET **INTERNATIONAL**

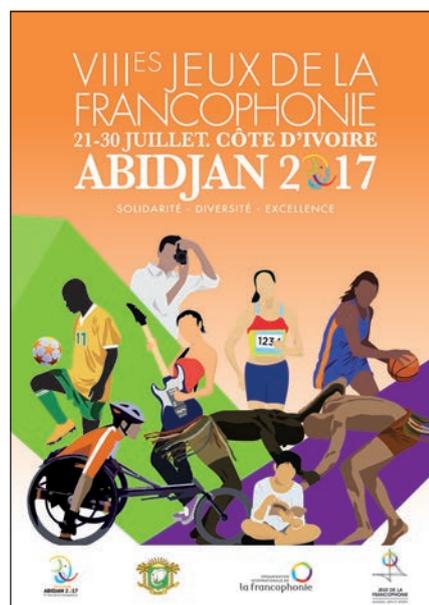
LES SUPPORTS DE COMMUNICATION MIS À DISPOSITION DE NOS PARTENAIRES

Visibilité sur les supports promotionnels

L'affichage urbain local et national

- ♦ Réseau ville d'Abidjan : affichage urbain 4x3, bus et panneaux sur sites culturels et sportifs
- ♦ Affichage à l'aéroport international Félix Houphouët Boigny
- ♦ Habillage événementiel : bus, véhicules, village francophone, bâches grand format sur lieux stratégiques, pavoisement ville d'Abidjan
- ♦ Création d'un kit de communication adapté à chaque événement local organisé en amont des Jeux, dans le sport et la culture (une vingtaine d'événements identifiés) :
 - publicité dans le programme ;
 - mur de dédicaces décliné sur chaque discipline « avec les Jeux de la Francophonie, je m'engage pour la Solidarité, la Diversité, l'Excellence » ;
 - oriflammes ;
 - présence stand ;
 - distribution tracts (300 000) et produits promotionnels (bracelets « j'aime les Jeux de la Francophonie »).

Affiche officielle dédiée à l'international : ce visuel sera décliné sur l'ensemble des supports de visibilité au niveau international.



Outils de communication

◆ Dossier de presse

Position des logos	Fiche spéciale partenaire et page de couverture arrière
Cibles	Médias internationaux et nationaux
Canal distribution/diffusion	Journalistes internationaux et nationaux lors d'occasions (événements ou conférences de presse) + délégations + format web sur site des jeux
Quantité	1 000 ex.

◆ Dépliant promotionnel

Position des logos	Couverture arrière
Cibles	Grand public international et national
Canal distribution/diffusion	Grand public – distribution papier international et national lors d'occasions
Quantité	5 000 ex.

◆ Affiche promotionnelle

Position des logos	Bandeau du bas
Cibles	Diffusion au niveau des 80 États et gouvernements de la Francophonie
Canal distribution/diffusion	Transmission par le CIJF aux chargés de communication nationaux pour placement dans des lieux stratégiques au niveau de tous les pays de la francophonie + téléchargement en ligne sur le site des Jeux
Quantité	1 000 ex.

◆ Kakémono promotionnel

Position des logos	Bandeau du bas
Cibles	Grand public international et national
Canal distribution/diffusion	Placement lors d'occasions
Quantité	10 ex.

◆ Tracts

Position des logos	Bandeau du bas
Cibles	Grand public international et national
Canal distribution/diffusion	Distribution lors d'occasions et juste avant l'événement au niveau national
Quantité	10 000 ex.

◆ Manuels techniques sport, culture, création

Position des logos	Couverture arrière
Cibles	Délégations participantes (80)
Canal distribution/diffusion	Distribution aux responsables dossiers par CIJF/CNJF format web et papier
Quantité	10 ex. par délégation soit 800 ex.



© CIJF - Rusneveski
Hayat Lambarki (Maroc), médaille d'or en 400 m haies, Nice 2013.

♦ Livret des résultats

Position des logos	Fiche intérieur
Cibles	Délégations participantes (80) + experts, délégués techniques, jurys culturels, lauréats... soit environ 1 000 personnes
Canal distribution/diffusion	Envoi après jeux en format papier et diffusion web
Quantité	1 000 à 2 000 ex.

♦ Communiqués de presse

Position des logos	Bandeau du bas
Cibles	Médias internationaux et nationaux + délégations + abonnés lettre des jeux
Canal distribution/diffusion	Web
Quantité	Base de données CIJF (5 à 10 000)

♦ Le programme officiel des Jeux

Position des logos	Bandeau du bas et/ou couverture arrière
Cibles	Participants accrédités x 15 000 Grand public spectateurs 100 000
Canal distribution/diffusion	Papier et web
Quantité	100 000 ex. + envoi numérique à base de données

♦ Catalogue des artistes

Position des logos	Fiche intérieur
Cibles	Délégations et experts et grand public
Canal distribution/diffusion	Papier et web
Quantité	1 000 à 2 000 ex.

♦ Catalogue des sportifs

Position des logos	Fiche intérieur
Cibles	Délégations et experts et grand public
Canal distribution/diffusion	Papier et web
Quantité	1 000 à 2 000 ex.

♦ Carte accréditation

Position des logos	Verso
Cibles	Participants accrédités x 15 000
Canal distribution/diffusion	Papier
Quantité	10 000 ex.

♦ Billet d'entrée

Position des logos	Verso
Cibles	Public spectateurs
Canal distribution/diffusion	Papier et électronique
Quantité	500 000 ex.



© CIJF - Lazic

Jean Jean Roosevelt (Haïti), médaille d'or en Chanson, Nice 2013.

Supports médias promotionnels TV

♦ Spot TV promotionnel

Position des logos Panneau de fermeture partenaire
Canal distribution/diffusion Chaînes partenaires et chaînes francophones + site internet
Quantité 500 millions téléspectateurs

♦ Résumés quotidiens

Position des logos Panneau ouverture ou fermeture partenaire
Canal distribution/diffusion Chaînes partenaires et chaînes francophones + site internet
Quantité 500 millions téléspectateurs

♦ Spot TV partenaire

Position des logos Insertion du spot publicitaire durant les Jeux
Canal distribution/diffusion Chaînes partenaires et chaînes francophones
Quantité 500 millions téléspectateurs

♦ Panneautique sur site positionné face caméra

Position des logos Panneau 6x1 fixe ou led
Canal distribution/diffusion Chaînes partenaires et chaînes francophones
Quantité 500 millions téléspectateurs

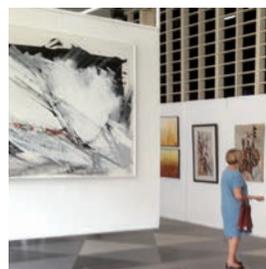
♦ Film des Jeux

Position des logos Panneau fermeture
Canal distribution/diffusion Chaînes partenaires et chaînes francophones + site internet
Quantité 500 millions téléspectateurs



© CUIF

Palais des sports, Abidjan.



© CUIF

Institut Français de Côte d'Ivoire,
Abidjan.

Supports médias promotionnels RADIO

♦ Spot radio promotionnel

Position des logos À négocier
Canal distribution/diffusion Chaînes radios partenaires
Quantité 100 millions auditeurs

♦ Annonce partenaires

Position des logos À négocier
Canal distribution/diffusion Chaînes radios partenaires
Quantité 100 millions auditeurs

Supports médias promotionnels PRESSE (achat d'espace et échange visibilité à préciser à l'international)

♦ Pleine page couverture

Position des logos	Bandeau bas
Support	Jeune Afrique / Afrique magazine / diasporas news / autre à préciser
Audience	À préciser ; des millions de lecteurs

♦ Insertion pleine page

Position des logos	Bandeau bas
Support	Jeune Afrique / Afrique magazine / diasporas news / autre à préciser
Audience	À préciser ; des millions de lecteurs

♦ Insertion demi-page

Position des logos	Bandeau bas
Support	Jeune Afrique / Afrique magazine / diasporas news / autre à préciser
Audience	À préciser ; des millions de lecteurs

♦ Cahier spécial

Position des logos	Bandeau bas
Support	Jeune Afrique / Afrique magazine / diasporas news / autre à préciser
Audience	À préciser ; des millions de lecteurs

Internet

- Site internet officiel des Jeux

Position des logos	Logo sur page d'accueil et page partenaire du site
Cibles	Internautes francophones
Quantité	10 000 visiteurs par mois et 300 000 visiteurs durant les Jeux

- Lettre électronique des Jeux

Position des logos	Logo en bas de page
Cibles	Abonnés à la lettre des jeux
Quantité	10 000 abonnés

- Réseaux sociaux CIJF

Position des logos	Annonce du partenariat sur les comptes réseaux sociaux Facebook, Twitter et Google+ des jeux
Cibles	Internautes francophones
Quantité	3 000 à 10 000 fans et amis

Visibilité sur site (spectateur et grand public)

◆ Stand partenaire sur site de compétition

Position des logos À préciser
Cibles Spectateurs et grand public
Quantité 500 000 spectateurs attendus

◆ Stand OIF Village partenaire

Position des logos À préciser
Cibles Spectateurs et grand public
Quantité 500 000 spectateurs attendus

◆ Stand partenaire Village partenaire

Position des logos À préciser
Cibles Spectateurs et grand public
Quantité 500 000 spectateurs attendus

◆ Bannières Panneautique (face cam. TV à l'intérieur des aires)

Position des logos À préciser
Cibles Spectateurs et grand public
Quantité 500 000 spectateurs attendus

◆ Échantillonnage sur site

Position des logos À préciser
Cibles Spectateurs et grand public
Quantité 500 000 spectateurs attendus

◆ Visibilité majeure sur un site, une épreuve ou une animation

Position des logos À préciser
Cibles Spectateurs et grand public
Quantité 500 000 spectateurs attendus

◆ Organisation d'une animation

Position des logos À préciser
Cibles Spectateurs et grand public
Quantité 500 000 spectateurs attendus

◆ Parrainage d'une épreuve

Position des logos À préciser
Cibles Spectateurs et grand public
Quantité 500 000 spectateurs attendus

◆ Écran géant sur site

Position des logos À préciser
Cibles Spectateurs et grand public
Quantité 500 000 spectateurs attendus

◆ Annonces au micro sur chaque site

Position des logos À préciser
Cibles Spectateurs et grand public
Quantité 500 000 spectateurs attendus



© CIJF - Lazic

Lutte africaine, Nice 2013.



© CIJF - Lazic

Danse de création (France),
Nice 2013.



© CIJF - Ruszniewski

Interview d'une cycliste, Nice 2013.



© CIJF - Ruszniewski

Interview d'un artiste devant
son œuvre, Nice 2013.

Un plan média international et national

- ♦ Ciblant une population francophone de tout âge et de toutes les catégories socio-professionnelles
- ♦ Sur une large zone géographique francophone :
 - au niveau international sur les cinq continents des 80 pays de l'espace francophone
 - au niveau national en Côte d'Ivoire, au niveau de ses différentes villes et principalement à Abidjan la capitale
- ♦ Après de 4 000 participants, 15 000 accrédités; 500 000 spectateurs; 500 millions de téléspectateurs à travers le monde



© CIF

Studio à la RTI, RTDH des VIII^{es} jeux.



© CIF

Délégation du Vietnam, Niger 2005.



© CIF

Village des Jeux.

AVANTAGES ET PRIVILÈGES

OFFERTS AUX PARTENARIATS,

EN FONCTION DE LA **CATÉGORIE**

- ♦ Possibilité d'être associé et invité à l'ensemble des activités et manifestations qui rythmeront l'année 2016 et 2017 au niveau national (concours, manifestations sportives et culturelles, conférences...) et au niveau international (sélections culturelles, tirages au sort, conférences de presse, etc.)
- ♦ Accès gratuit aux sites des manifestations
- ♦ Accès gratuit aux salons d'honneurs et VIP sur les sites des manifestations
- ♦ Possibilité de distribution de produits promotionnels sur les sites des compétitions et concours
- ♦ Droit d'utilisation et d'exploitation des signes distinctif des Jeux de la Francophonie pour ses campagnes de promotion (logo, mascotte...)

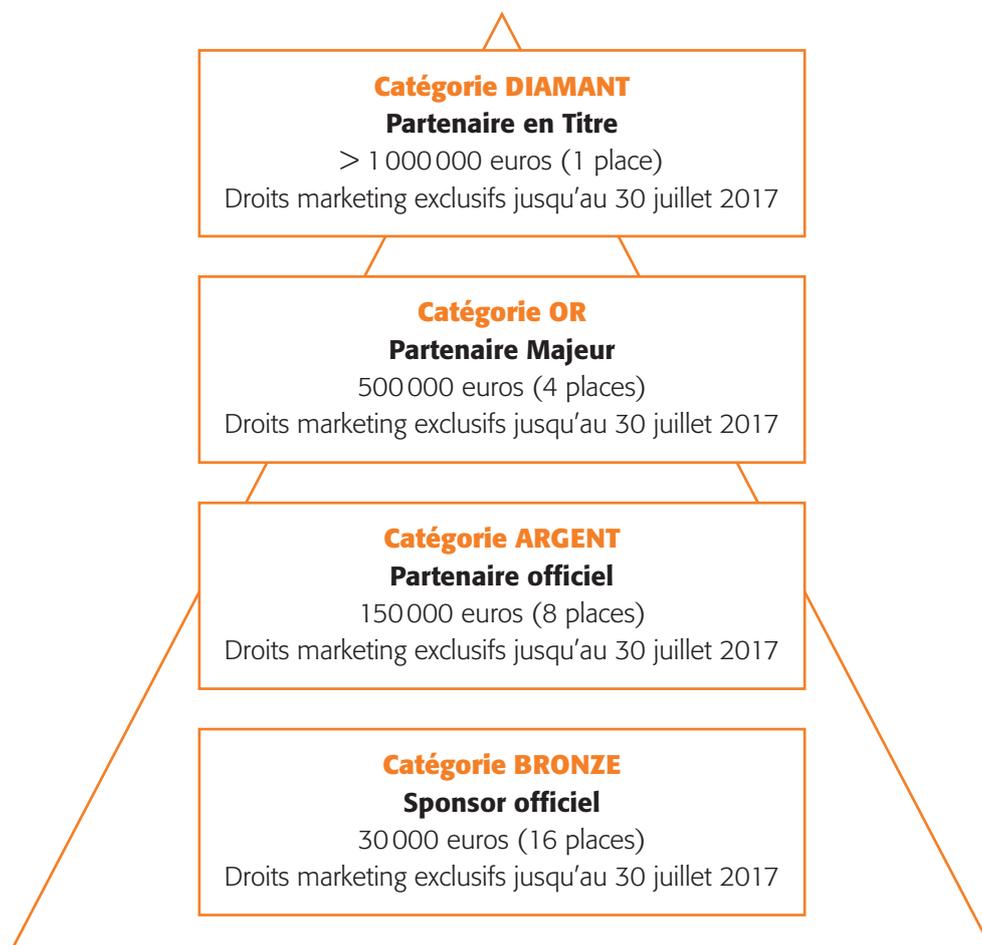
Différentes formules, adaptées en fonction de vos objectifs et du budget que vous souhaitez accorder, vous permettront de devenir Partenaire officiel des Jeux de la Francophonie.

Ces formules sont valables pour l'édition de 2017 mais il vous est également possible de devenir dès à présent Partenaire officiel des Jeux de la Francophonie pour l'édition suivante de 2021, en doublant les valeurs proposées dans ces formules. Une formule personnalisée sur une période de quatre années sera alors étudiée afin de valoriser au mieux un tel partenariat.

Ces formules proposent un cadre de référence, il vous est ainsi possible de nous faire part de vos suggestions afin d'établir ensemble un partenariat efficace, constructif et durable en fonction de vos besoins, de vos objectifs et de votre budget.

NIVEAUX ET STRUCTURE DE PARTENARIAT

PRÉSENTATION SYNTHÉTIQUE DU PLAN DE VISIBILITÉ OFFERT AUX PARTENAIRES



	Catégorie DIAMANT	Catégorie OR	Catégorie ARGENT	Catégorie BRONZE
Visibilité offerte	Partenaire en Titre > 1 000 000 euros (1 place) Droits marketing exclusifs jusqu'au 30 juillet 2017	Partenaire Majeur 500 000 euros (4 places) Droits marketing exclusifs jusqu'au 30 juillet 2017	Partenaire officiel 150 000 euros (8 places) Droits marketing exclusifs jusqu'au 30 juillet 2017	Sponsor officiel 30 000 euros (16 places) Droits marketing exclusifs jusqu'au 30 juillet 2017

DANS LES MÉDIAS

Intégration au plan média TV	100 %	60 %	30 %	
Intégration au plan média Presse	Nom et % logo en International/National	% logo en International/National	Selon possibilité	
Intégration à la campagne d'affichage nationale et internationale	Logo position principale sur les 4x3 m + oriflammes	Logo 1 ^{ère} position sur les 4x3 m + oriflammes	Logo 2 ^e position sur les 4x3 m + oriflammes	
Intégration au plan média Internet	Hyperlien et logo sur pages Accueil et Partenaires CIJF et CNJF + toutes les lettres électroniques	Hyperlien et logo sur pages Accueil et Partenaires CIJF et CNJF + > 3 lettres électroniques	Hyperlien et logo sur pages Partenaires CIJF et CNJF	Hyperlien et logo sur pages Partenaires CIJF et CNJF

SUR LES SUPPORTS DE COMMUNICATION

Manuels techniques sport et culture	Logo – position principale	Logo – 1 ^{ère} position		
Activités promotionnelles et animations périphériques 2016 et 2017 (nationales et internationales)	Logo – position principale	Logo – 1 ^{ère} position		
Affiches et tracts	Logo – position principale	Logo – 1 ^{ère} position		
Dossier de presse	Logo – position principale	Logo – 1 ^{ère} position	Logo – 2 ^e position	Logo – 3 ^e position
Catalogue artistes et sportifs	Couverture arrière + Logo – position principale sur la page partenaire	Logo – 1 ^{ère} position sur la page partenaire	Logo - 2 ^e position sur la page partenaire	
Livret des résultats	Logo – position principale	Logo – 1 ^{ère} position	Logo – 2 ^e position	
Chanson des Jeux	Logo – position principale sur la jaquette	Logo – 1 ^{ère} position sur la jaquette		
Communiqués de presse	Logo bandeau du bas + annonce du partenariat	Logo bandeau du bas + annonce du partenariat		
Le Journal des Jeux (quotidien durant l'événement)	Couverture arrière toutes parutions + 1 page insertion intérieur	2 ^e ou 3 ^e de couverture toutes parutions + 1 page insertion intérieur	1/2 page dans > 5 numéros	Logo sur page partenaire
Le programme des Jeux	Logo – position principale	Logo – 1 ^{ère} position	Logo – 2 ^e position	
Le film officiel des Jeux	Logo + nom – position principale	Logo + nom – 1 ^{ère} position		

	Catégorie DIAMANT	Catégorie OR	Catégorie ARGENT	Catégorie BRONZE
Visibilité offerte	Partenaire en Titre > 1 000 000 euros (1 place) Droits marketing exclusifs jusqu'au 30 juillet 2017	Partenaire Majeur 500 000 euros (4 places) Droits marketing exclusifs jusqu'au 30 juillet 2017	Partenaire officiel 150 000 euros (8 places) Droits marketing exclusifs jusqu'au 30 juillet 2017	Sponsor officiel 30 000 euros (16 places) Droits marketing exclusifs jusqu'au 30 juillet 2017

SUR LES SITES

Stand aux abords de certains sites sportifs et culturels	Oui (16 m ² max)	Oui (16 m ² max)		
Bannières - panneaux (face cam. TV à l'intérieur des aires ou à l'entrée des sites; cf. détails ci-après)	20 (sites cérémonies, compétitions sportives, concours culturels) – positionnement principal sur terrain	20 (sites cérémonies, compétitions sportives, concours culturels) – positionnement prioritaire 1 ^{ère} position	11 (sites compétitions sportives) – positionnement privilégié - 2 ^e position	4 (sites compétitions sportives) – positionnement selon disponibilité - 3 ^e position
Échantillonnage sur site	Oui	Oui	Oui	Oui
Visibilité majeure sur un site, une épreuve ou une animation	Oui	Oui		
Parrainage d'une épreuve	Oui	Oui		
Kakémono partenaires sur les sites des cérémonies (positionnés à l'entrée ou aux abords de chaque site)	Oui – position principale	Oui – 1 ^{ère} position	Oui – 2 ^e position	
Kakémonos partenaires sur les sites culturels (positionnés à l'entrée de chaque site culturel)	Oui – position principale	Oui – 1 ^{ère} position	Oui – 2 ^e position	Oui – 3 ^e position – selon disponibilité
Panneaux ITV (au centre international médias et sur certains sites)	Oui – position principale	Oui – 1 ^{ère} position	Oui – 2 ^e position	
Insertion du logo sur la carte d'accréditation	Oui – position principale	Oui – 1 ^{ère} position	Oui – 2 ^e position	
Insertion du logo sur les billets	Oui	Oui		
Annonces au micro sur chaque site	Oui (4 fois par jour)	Oui (3 fois par jour)	Oui (2 fois par jour)	
Stade Félix Houphouët-Boigny – extérieur stade	Oui – position principale sur bache entrée stade (coté boulevard lagunaire)	Oui – 1 ^{ère} position sur bache (coté boulevard lagunaire)	Oui – 2 ^e position sur oriflammes (coté Assemblée nationale)	
Stade Félix Houphouët-Boigny, Stade Robert Champroux et Palais des Sports	Écran géant et entrée stades	Écran géant, toiture abri banc de touche ou toblerone ou cubes	Oriflammes et/ou panneau sur fronton et/ou bâches en bordure gradins	

	Catégorie DIAMANT	Catégorie OR	Catégorie ARGENT	Catégorie BRONZE
Visibilité offerte	Partenaire en Titre > 1 000 000 euros (1 place) Droits marketing exclusifs jusqu'au 30 juillet 2017	Partenaire Majeur 500 000 euros (4 places) Droits marketing exclusifs jusqu'au 30 juillet 2017	Partenaire officiel 150 000 euros (8 places) Droits marketing exclusifs jusqu'au 30 juillet 2017	Sponsor officiel 30 000 euros (16 places) Droits marketing exclusifs jusqu'au 30 juillet 2017
Palais de la culture, Musée des civilisations et Bibliothèque, Sofitel, CNAC, institut français, canal au bois	Entrée du site	Gonflables ou bâches	Oriflammes	
Aéroport international Félix Houphouët-Boigny	Passerelles – Écrans/panneaux	Passerelles – Écrans/panneaux	Kakémonos et oriflammes partenaires	
Village des Partenaires	Entrée du site	Bâches ou toberones	Kakémonos entrées	Oriflammes
Village des Jeux de la Francophonie (au niveau des points de passage)	Entrée/gonflable	Bâches	Kakémonos et oriflammes	
Tirage au sort (football et basket-ball) / conférences de presse internationale	Logo sur kakémono en position principale + affichage écran + citation	Logo sur kakémono en 1 ^{ère} position + affichage écran + citation	Logo sur kakémono en 2 ^e position + affichage écran + citation	Citation
AVANTAGES ET PRIVILÈGES				
Invitations aux tirages au sort et conférences de presse	Invitations (x 5 pers.)	Invitations (x 4 pers.)	Invitations (x 3 pers.)	Invitations (x 2 pers.)
Stand/Espace au Village Partenaires	(4x4) 16 m ²	(4x3) 12 m ²	(3x3) 9 m ²	(3x2) 6 m ²
Accès aux salons VIP et tribune officielle	5 personnes accréditées	4 personnes accréditées	3 personnes accréditées	2 personnes accréditées
Dotation en billets d'entrée	200	100	60	30
Exclusivité jusqu'au 30 juillet 2017	Oui	Oui		
Droit d'utiliser le logo et la mascotte des Jeux	Oui	Oui	Oui	Oui
Droit d'utiliser la dénomination	Partenaire en titre ou partenaire officiel ou partenaire principal	Partenaire majeur ou Fournisseur officiel ou Partenaire Or ou Partenaire 1 ^{er} niveau	Partenaire officiel ou Fournisseur officiel ou Partenaire Argent	Sponsor officiel ou Partenaire Bronze ou Fournisseur officiel

NB : le partenaire en titre de catégorie Diamant serait intégré à 100 % au plan média et le nom ou logo apparaîtra sur l'ensemble des supports de communication des Jeux. Le montant de l'investissement demandé sera négocié. Il sera supérieur à 1 million d'euros.

LE **PARTENAIRE** DE **CATÉGORIE DIAMANT**

ou « partenaire en titre »,
investissement > 1 000 000 euros
(1 place disponible)

Partenaire en titre à négocier de façon personnalisée avec une intégration totale au plan média (TV, radio, presse, internet, affichage urbain), sur l'ensemble des supports de communication des Jeux de la Francophonie et sur l'ensemble des sites (panneaux et stands).

Le montant de l'investissement sera supérieur ou égal à 1 million d'euros. 1 seule place est disponible.

DÉTAILS DES CATÉGORIES DE PARTENARIAT ET DES FORMULES PROPOSÉES

LE **PARTENAIRE** DE **CATÉGORIE OR**

ou « partenaire majeur », investissement 500 000 euros
(4 places disponibles)

La visibilité offerte

Visibilité médias offerte – Intégration au plan média national et international

TV : intégration au plan média TV (incrustations, panneaux ouverture et clôture et spots publicitaires à négocier)

- ♦ **Spot TV officiel de 30 sec. avec diffusion internationale et nationale (spot produit par les organisateurs)** : Logo sur panneau clôture
- ♦ **Spot TV commercial partenaire de 30 sec. sur diffusion réseau RTI (spot produit par le partenaire)** : 20 passages (1 par jour) du 1^{er} au 21 juillet avant les Jeux puis 20 passages (2 par jour) du 21 au 30 juillet durant les Jeux
- ♦ **Émissions spéciales Jeux RTI** : apparition logo
- ♦ **Bande défilante RTI durant les Jeux** : apparition logo
- ♦ **Film officiel des Jeux** : logo sur panneau clôture

RADIO : intégration au plan média radio international et national à négocier (citation à négocier)

- ♦ Citation du nom du partenaire lors d'émissions spéciales Jeux au niveau national

PRESSE : insertion du logo sur les encarts publicitaires dans la presse nationale et internationale (autant que possible)

- ♦ Annonces dans presse nationale + insertion pleine page dans le journal des jeux pour chaque parution (distribué aux 15 000 accrédités)

AFFICHAGE URBAIN : insertion du logo sur les affiches officielles, sur les panneaux aéroport et urbains 4x3 m lors d'une campagne promotionnelle de trois mois à Abidjan et sur le territoire ivoirien

INTERNET : insertion du logo avec hyperlien sur les pages partenaires des sites Internet du CIJF et du CNJF + Insertion du logo dans au moins trois lettres électroniques et annonce de la signature de partenariat

Visibilité offerte sur les supports promotionnels suivants

- ♦ Le dossier de presse : insertion du nom et du logo sur la page de présentation des partenaires (en première position)
- ♦ Les affiches officielles 60x60 et A3 : insertion du logo ; distribution à l'international
- ♦ Les tracts : insertion du logo
- ♦ Flyers distribués lors des événements ivoiriens 2016 et 2017, animations périphériques avant et pendant les Jeux
- ♦ Le livret des résultats : insertion du logo sur la page de couverture arrière
- ♦ Les communiqués de presse : annonce du nom du partenaire et insertion du logo dans certains communiqués de presse avant et pendant l'événement
- ♦ Le programme des Jeux : insertion du logo
- ♦ Le Catalogue des artistes et sportifs : insertion du logo
- ♦ Journal des Jeux quotidien durant les Jeux : 1 insertion dans chaque parution
- ♦ La chanson des Jeux : logo sur la jaquette – 1^{ère} position
- ♦ + Autres supports promotionnels des activités préliminaires aux Jeux de 2017 : insertion du logo

Visibilité offerte durant l'événement

- ♦ Sur les sites des cérémonies ouverture, clôture, gala des lauréats : 1 panneau ou kakémono sur chaque site de cérémonie (entrée ou coté) ; affichage à préciser – 1^{ère} position
- ♦ **Sous total : 3 pnx**

Sur les sites des compétitions sportives

- ♦ Panneaux - Bannières
 - 1 bannière (6 m x 0,90 m) sur les sites de compétition sportive avec retransmission en direct sur le signal international (x 9 sites) : 1 demi-finale football, 1 finale football, 1 demi-finale basket-ball, 1 finale basket-ball, 1 athlétisme (x 4 jours), 1, finale tennis de table, 1 finale lutte libre, 1 finale judo, 1 finale lutte africaine
 - **Sous total : 9 pnx**
 - Panneau, bâche ou autre (à préciser) au niveau du cyclisme sur route (épreuve en animation) et du marathon (au départ et/ou à l'arrivée)
 - **Sous total : 2 pnx**

Sur les sites des concours culturels

- ♦ 1 panneau ou kakémono – format et habillage personnalisé sur les principaux sites de concours culturels (entrée ou coté) (x 5) : chanson, danse de création, hip-hop, jonglerie avec ballon, contes et conteurs, création numérique/écologique
- ♦ **Sous total : 6 pnx**
- ♦ **Total : 20 panneaux/bannières – emplacement privilégié ; 1^{ère} position**
- ♦ Panneautique sur les sites (panneaux publicitaires de 1^{ère} catégorie face caméras TV à l'intérieur des aires de compétition)

- ▶ Logo sur les kakémonos partenaires : présence sur tous les sites de compétition en première position (x 21 sites) (entrée ou coté)
- ▶ Panneaux ITV (situé au centre international médias et sur certains sites) : placement du logo en nombre et en première position
- ▶ Grand écran dans le stade : annonce du nom ou passage du logo du partenaire
- ▶ Signalétique directionnelle et événementielle (image intégrée dans le dispositif de communication des Jeux et d'information)
- ▶ Échantillonnage : possibilité de disposer d'un emplacement pour distribuer/vendre des produits à l'entrée et aux abords des sites sportifs et culturels
- ▶ Carte d'accréditation : insertion du logo (au dos)
- ▶ Billets : insertion du logo
- ▶ Animations sonores et événementielles : 3 messages/jour sur chaque site (régulièrement citée dans les lieux de compétition)
- ▶ Visibilité majeure accordée sur une animation, une épreuve ou un site de compétition/concours, ou organisation d'une animation (à la demande du partenaire et en fonction des possibilités)
- ▶ Stand sur chaque site des Jeux 16 m² max (possibilité mettre en place des opérations communication : produits ou savoir-faire, sur les sites des compétitions)
- ▶ 1 Stand Village des partenaires (4x3 m)

Visibilité au niveau de l'affichage urbain

- ▶ Stade Félix Houphouët-Boigny (extérieur stade) : bâche côté boulevard lagunaire – 1^{ère} position
- ▶ Sites sportifs (Stade Félix Houphouët-Boigny, Stade Robert Champroux et Palais des Sports) : nom/logo sur l'écran géant, toiture abri banc de touche ou toblerone ou cubes
- ▶ Sites culturels (Palais de la culture, Musée des civilisations et Bibliothèques, Sofitel, CNAC, Institut Français et Canal au Bois) : nom/logo sur gonflables ou bâches
- ▶ Village des partenaires : logo sur bâches ou toblerone
- ▶ Village des Jeux de la Francophonie : logo sur bâches
- ▶ Aéroport international Félix Houphouët-Boigny : logo sur passerelles – écrans/panneaux

Les avantages et privilèges offerts

- ▶ Accès gratuit aux sites des manifestations :
 - 4 invitations journalières VIP sur tous les sites + 100 billets/jour pour vos collaborateurs
 - Invitation d'un représentant pour assister au Gala des lauréats, manifestations, concerts, conférences... qui se dérouleront avant et pendant la période des Jeux
- ▶ Passages du nom et/ou du logo du partenaire sur la « bande de défilement » durant les résumés/émissions TV durant l'événement
- ▶ Droit d'être associé à toutes les manifestations du CIJF et du CNJF qui rythmeront l'année 2017 (visibilité à préciser en fonction des possibilités)
- ▶ Invitations à toutes les opérations de relations publiques avant et pendant les Jeux
- ▶ Droit d'utilisation et d'exploitation commerciale de la dénomination : « Partenaire majeur » ou « Partenaire 1^{er} niveau » des Jeux de la Francophonie ou « Fournisseur officiel » ou « Partenaire Or » et/ou tout autre signe distinctif des Jeux pour ses campagnes de promotion (logo, mascotte...)
- ▶ Droit de développer des objets promotionnels associant votre logo à celui des VIII^{es} Jeux de la Francophonie
- ▶ Visibilité et invitation aux tirages au sort et conférences de presse
- ▶ Invitations à participer à des tables rondes économiques durant les Jeux
- ▶ Espace et/ou visibilité spéciale au Village de la Francophonie

Investissement demandé

- ♦ L'investissement demandé est de 500 000 euros pour l'édition de 2017
- ♦ Les modalités de paiement restent à déterminer et à négocier. La formule suivante sera toutefois privilégiée: 40 % à la signature, 40 % en janvier 2017 (6 mois avant l'événement) et 20 % le 25 juillet 2017 (durant l'événement)
- ♦ Pour un parrainage TV supplémentaire (spot de 30 sec. et incrustation du logo) sur les chaînes TV partenaires, un investissement supplémentaire est à négocier
- ♦ Exclusivité du partenaire dans son secteur d'activité: étendue de l'exclusivité à négocier. L'ensemble des droits est concédé à l'entreprise à titre exclusif dans la catégorie de produits et/ou de services dans tous les pays, de la signature du contrat au 4 août 2017
- ♦ Investissement en biens et services: à négocier

LE PARTENAIRE DE CATÉGORIE ARGENT

ou « partenaire officiel des Jeux », investissement 150 000 euros
(8 places disponibles)

La visibilité offerte

Visibilité médias offerte – Intégration au plan média national

TV: bande défilante RTI durant les Jeux, apparition logo

RADIO: citation du nom du partenaire lors d'émissions spéciales Jeux au niveau national

PRESSE: insertion du logo sur les encarts publicitaires dans la presse nationale et internationale (autant que possible)

- ♦ Annonces dans presse nationale + insertion demi-page dans le journal des jeux pour chaque parution (tiré en x exemplaires)

AFFICHAGE URBAIN: insertion du logo sur les panneaux aéroport et urbains 4x3 m lors d'une campagne promotionnelle de trois mois à Abidjan et sur le territoire ivoirien

INTERNET: insertion du logo avec hyperlien sur les pages partenaires des sites Internet du CIJF et du CNJF + annonce de la signature de partenariat

Visibilité offerte sur les supports promotionnels suivants

- ♦ Le dossier de presse: insertion du nom et du logo sur la page de présentation des partenaires (en deuxième)
- ♦ Flyers distribués lors des événements ivoiriens 2016-2017 avant les Jeux
- ♦ Le livret des résultats: insertion du logo sur la page de couverture arrière
- ♦ Le programme des Jeux: insertion du logo
- ♦ Gazette des Jeux: 1/2 page dans au moins 5 numéros

Visibilité offerte durant l'événement

Sur les sites des compétitions sportives

- ♦ Panneaux - Bannières :
 - 1 bannière (6 m x 0,90 m) sur les principaux sites de compétition sportive avec retransmission en direct sur le signal international (x 5 sites): 1 demi-finale football, 1 finale football, 1 demi-finale basket-ball, 1 finale basket-ball, 1 athlétisme (x 4 jours), 1 finale tennis de table, 1 finale lutte libre, 1 finale judo, 1 finale lutte africaine
 - **Sous total: 9 pnx**
 - Panneau, bâche ou autre (à préciser) au niveau du cyclisme sur route (épreuve en animation) et du marathon (au départ et/ou à l'arrivée)
 - **Sous total: 2 pnx**
 - **Total: 11 panneaux/bannières – emplacement privilégié; 2^e position**

NB: visibilité sur les sites des cérémonies et des concours culturels à travers l'insertion du logo sur les kakémonos partenaires positionnés sur chaque site – 2^e position Panneautique sur les sites (panneaux publicitaires de 2^e catégorie face caméras TV ou coté selon places disponibles à l'intérieur des aires de compétition).

- ♦ Kakémonos partenaires: visibilité sur le kakémono partenaire présent sur tous les sites de compétition en première position (x 21 sites) (entrée ou coté)
- ♦ Panneaux ITV (situé au centre international médias et sur certains sites): placement du logo en deuxième position
- ♦ Échantillonnage: possibilité de disposer d'un emplacement pour distribuer ou vendre des produits à l'entrée et aux abords des sites de manifestations sportives et culturelles
- ♦ Carte d'accréditation: insertion du logo (au dos)
- ♦ Animations sonores et événementielles: 2 messages/jour sur chaque site (régulièrement citée dans les lieux de compétition, possibilité parrainage d'une épreuve)
- ♦ Stand sur chaque site des Jeux 9 m² (possibilité mettre en place des opérations communication: produits ou savoir-faire, sur les sites des compétitions)
- ♦ 1 Stand au Village des partenaires (3x3 m)

Visibilité au niveau de l'affichage urbain

- ♦ Stade Félix Houphouët-Boigny (extérieur stade): oriflammes côté Assemblée nationale – 2^e position
- ♦ Sites sportifs (Stade Félix Houphouët-Boigny, Stade Robert Champroux et Palais des Sports): nom/logo sur oriflammes et/ou panneau sur fronton et/ou bâches en bordure gradins
- ♦ Sites culturels (Palais de la culture, Musée des civilisations et Bibliothèques, Sofitel, CNAC, Institut Français et Canal au Bois): nom/logo sur oriflammes
- ♦ Village des partenaires: nom/logo sur kakémonos entrées
- ♦ Village des Jeux de la Francophonie: nom/logo sur kakémonos et oriflammes
- ♦ Aéroport international Félix Houphouët-Boigny: nom/logo sur kakémonos et oriflammes partenaires



Médaille d'or en football pour les diables rouges du Congo, Nice 2013.

Les avantages et privilèges offerts

- ♦ Accès gratuit aux sites des manifestations :
 - 3 invitations journalières VIP sur tous les sites + 60 billets/jour pour vos collaborateurs
 - Invitation d'un représentant pour assister aux Gala, manifestations, conférences de presse, etc. qui se dérouleront pendant la période des Jeux
- ♦ Passages du nom et/ou du logo du partenaire sur la « bande de défilement » durant les résumés/ émissions TV durant l'événement
- ♦ Droit d'utilisation et d'exploitation commerciale de la dénomination : « Partenaire officiel des Jeux de la Francophonie » ou « Fournisseur officiel » ou « Partenaire Argent » et/ou tout autre signe distinctif des Jeux pour ses campagnes de promotion (logo, mascotte...)
- ♦ Droit de développer des objets promotionnels associant votre logo à celui des VIII^{es} Jeux de la Francophonie
- ♦ Invitations à toutes les opérations de relations publiques avant et pendant les Jeux
- ♦ Visibilité et invitation aux tirages au sort et conférences de presse
- ♦ Invitations à participer à des tables rondes économiques durant les Jeux

Investissement demandé

- ♦ L'investissement demandé est de 150 000 euros pour l'édition de 2017
- ♦ Les modalités de paiement restent à déterminer et à négocier. La formule suivante sera toutefois privilégiée : 40 % à la signature, 40 % en janvier 2017 (6 mois avant l'événement) et 20 % le 25 juillet 2017 (durant l'événement)
- ♦ Pas d'exclusivité dans son secteur d'activité
- ♦ L'ensemble des droits est concédé à l'entreprise à titre exclusif dans la catégorie de produits et/ou de services dans tous les pays, de la signature du contrat au 30 juillet 2017
- ♦ Investissement en biens et services : à négocier

LE **PARTENAIRE** DE **CATÉGORIE BRONZE**

ou « sponsor officiel des Jeux », investissement 30 000 euros
(16 places disponibles)

La visibilité offerte

Visibilité médias offerte – Intégration au plan média national

INTERNET : insertion du logo avec hyperlien sur la page des partenaires des sites internet du CIJF et du CNJF

Visibilité offerte sur les supports promotionnels suivants

- ♦ Le dossier de presse : insertion du nom et du logo sur la page de présentation des partenaires (en troisième position)
- ♦ Gazette des Jeux quotidienne : insertion logo page partenaire

Visibilité offerte durant l'événement, sur les sites des compétitions

- ♦ Bannières :
 - 1 bannière (3 m x 0,90 m) sur certains sites de compétition sportive avec retransmission en direct sur le signal international (x 4 sites) : demi-finale football, finale football, finale basket-ball et athlétisme et autres sites selon disponibilités
 - **Total : 4 bannières**

NB : visibilité sur les sites des concours culturels à travers l'insertion du logo sur les kakémonos partenaires positionnés sur chaque site – 3^e position et selon disponibilités.

- ♦ Panneautique sur les sites des concours culturels (panneaux publicitaires de 3^e catégorie sur le côté à l'intérieur des aires de compétition selon disponibilités)
- ♦ Échantillonnage : possibilité de disposer d'un emplacement pour distribuer ou vendre des produits à l'entrée et aux abords des sites de manifestations sportives et culturelles
- ♦ 1 Stand au Village des partenaires (3x2 m)
- ♦ Village des partenaires : nom/logo sur oriflammes

Les avantages et privilèges offerts

- ♦ Accès gratuit aux sites des manifestations :
 - 2 invitations journalières VIP sur tous les sites + 30 places/jour pour vos collaborateurs
 - Invitation d'un représentant pour assister aux Gala, manifestations, conférences de presse, etc. qui se dérouleront pendant la période des Jeux
- ♦ Passages du nom et/ou du logo du partenaire sur la « bande de défilement » durant les résumés/ émissions TV durant l'événement
- ♦ Droit d'utilisation et d'exploitation commerciale de la dénomination : « Sponsor Officiel » des Jeux de la Francophonie ou « Fournisseur officiel » ou « Partenaire Bronze » et/ou tout autre signe distinctif des Jeux pour ses campagnes de promotion (logo, mascotte...)
- ♦ Droit de développer des objets promotionnels associant votre logo à celui des VIII^{es} Jeux de la Francophonie
- ♦ Invitations à toutes les opérations de relations publiques avant et pendant les Jeux
- ♦ Visibilité et invitation aux tirages au sort et conférences de presse
- ♦ Invitations à participer à des tables rondes économiques durant les Jeux

Investissement demandé

- ♦ L'investissement demandé est de 30 000 euros pour l'édition de 2017
- ♦ Les modalités de paiement restent à déterminer et à négocier. La formule suivante sera toutefois privilégiée : 40 % à la signature, 40 % en janvier 2017 (6 mois avant l'événement) et 20 % le 25 juillet 2017 (durant l'événement)
- ♦ Pas d'exclusivité dans son secteur d'activité
- ♦ L'ensemble des droits est concédé à l'entreprise à titre exclusif dans la catégorie de produits et/ou de services dans tous les pays, de la signature du contrat au 30 juillet 2017
- ♦ Investissement en biens et services : à négocier

PRINCIPES DE PARTENARIATS

1. Le respect des contrats de partenariat et la maximisation de la visibilité offerte aux partenaires

Le CIJF et le CNJF garantissent qu'ils détiennent les droits marketing et TV relatifs à l'exploitation commerciale des signes distinctifs des Jeux de la Francophonie, et, s'engage à respecter le contrat de partenariat qui sera signé avec le partenaire commercial et à mettre en œuvre tous les moyens nécessaires à la maximisation de la visibilité offerte au partenaire.

2. Le respect d'exclusivité

En cas d'exclusivité accordée dans un secteur d'activité spécifique prévu contractuellement (boisson, carburant, impression, transport routier, téléphonie mobile, transfert financier, etc.), le CIJF et le CNJF s'engagent à ne signer aucun autre contrat avec un partenaire concurrent en produits/services exerçant sur le même marché.

3. Les frais techniques annexes

Les frais de création du matériel publicitaire (bannière, visuel, spot, etc.) seront à la charge du partenaire; les frais de production des supports promotionnels (bannières et autres supports promotionnels mentionnés dans le contrat) seront à la charge du CIJF et/ou du CNJF. Les frais de placement, de distribution, de diffusion et d'édition seront à la charge du CIJF et/ou du CNJF.

4. La personnalisation des contrats de partenariat

Les contrats de partenariat seront adaptés et personnalisés au mieux en fonction de la demande et des besoins du partenaire que ce soit en termes de visibilité, en termes de distribution de produits promotionnels du partenaire ou en termes d'association du partenaire à certaines manifestations annexes. En fonction de la visibilité offerte, ces montants proposés pourront être révisés. Le partenaire pourrait également, selon ses relations, faire venir une vedette sportive ou artistique à l'occasion des Jeux.

5. L'assurance

Les partenaires majeurs associés à l'événement pourront contracter une assurance à cet effet.

6. TV

Les possibilités et montants concernant l'achat d'espace publicitaire TV (nationales et internationales) pourront être communiqués sur demande.

7. Le Village des partenaires

Les espaces et tarifs concernant l'achat de stands (ou d'espace d'exposition) au Village des partenaires pourront être communiqués sur demande.

8. La philosophie du CIJF et du CNJF

Le CIJF et le CNJF souhaitent disposer de partenaires qui les accompagneront de façon active et dynamique dans l'organisation des Jeux de la Francophonie afin de contribuer à leur rayonnement sur la scène nationale et internationale ; le CIJF et le CNJF souhaitent nouer des relations d'échanges avec leurs partenaires de façon durable et profitable.

9. Le respect des valeurs de la Francophonie et des Jeux

Les entreprises engagées dans le cadre d'un contrat de partenariat avec les Jeux de la Francophonie devront veiller au respect et à la promotion des valeurs et de l'image véhiculées par la Francophonie : respect de la diversité culturelle, promotion de la paix et de la démocratie ainsi que des Jeux de la Francophonie : diversité, solidarité, excellence.

10. Les besoins en produits/services

Les besoins en terme organisationnel, de façon quantitative et qualitative seront communiqués sur demande dans un souci d'actualisation.

11. Contrat de partenariat

Tout accord de partenariat entre le CIJF, le CNJF et une entreprise désireuse de devenir partenaire des Jeux de la Francophonie devra être porté officiellement à la signature du Directeur du CIJF et du Directeur du CNJF, afin de pouvoir prendre effet ; aucune note, proposition ou accord verbal ou non, de quelques natures que ce soit, ne pourra donc engager le CIJF et le CNJF sans un contrat écrit approuvé et signé par ceux-ci.



CONTACTS

Pour toute demande de renseignements complémentaires ou pour obtenir une proposition de partenariat personnalisée, veuillez vous adresser à :

Pour le Comité national des Jeux de la Francophonie (CNJF)

Épiphane Zoro

Directeur Général du CNJF
Tél.: (+225) 22 52 00 62 / 55 51 99 25
zoro@abidjan2017.ci

Jean-Louis Koffi

Directeur Général Adjoint du CNJF
Tél.: (+225) 22 52 00 62 (poste 109) / 07 09 11 99
koffi@abidjan2017.ci

Mam Camara

Conseiller Technique du Directeur Général du CNJF
Tél.: (+225) 22 52 00 62 / 09 47 50 57
mam@abidjan2017.ci

Alexandre Franck Hermene Brou

Président de la Commission Marketing et Partenariat du CNJF
Tél.: (+225) 07 33 16 16
brou@abidjan2017.ci

Jean-Claude T. Allah-Kouadio

Vice-président de la Commission Marketing et Partenariat du CNJF
Tél.: (+225) 07 07 41 13
kouadio@abidjan2017.ci

Marie-Angélique Linger Djira

Vice-présidente de la Commission Marketing et Partenariat du CNJF
Tél.: (+225) 07 07 18 91
djira@abidjan2017.ci

Pour le Comité international des Jeux de la Francophonie (CIJF)

Mahaman Lawan Sériba

Directeur du CIJF
Tél.: +33 (0)1 44 37 32 04
mahaman-lawan.seriba@francophonie.org

Isabelle Finkelstein

Directrice de la communication et du partenariat de l'OIF
Tél.: +33 (0)1 44 37 33 65
isabelle.finkelstein@francophonie.org

Thomas Gil

Responsable des partenariats, du marketing et de la communication au CIJF
Tél.: +33 (0)1 44 37 71 87
thomas.gil@francophonie.org



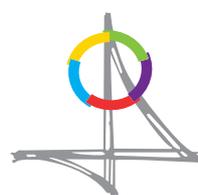
CNJF

Abidjan Cocody nord - Cité des Arts
3 rue Booker Washington
28 BP 707 Abidjan 28
Tél.: +225 22 52 00 62
info@abidjan2017.ci
www.abidjan2017.ci



CIJF

19-21, avenue Bosquet
75007 Paris – France
Tél.: 01 44 37 33 56
cijf@francophonie.org
www.jeux.francophonie.org



**JEUX DE LA
FRANCOPHONIE**
JEUNESSE, ARTS ET SPORTS