

[Lien vidéo](#)



re lyon nous

EDITION 2025



EVENEMENT CIEL

Bastien Doutré, Adélie Lambert, Elina Eko,
Ambre Cattelin, Orane Poirot, Eloïse Picard et Justine Guichard

Notre agence...

Responsable de la
Communication &
du Marketing



Chef de projet /
Graphiste



Responsable
de la logistique



Responsable des
Partenariats &
Sponsoring



EVENTIEN CIEL

Responsable de
la Technique et
Audiovisuel



Responsable de l'Accueil &
du Service Client



Responsable de
l'Animation &
du Programme

Re Lyon Nous en musique pour 2025



La stratégie de com' globale

- L'événement Re Lyon Nous 2025 s'inscrit dans la stratégie de communication globale de la ville de Lyon.
- Il permet de :
 - (Re)découvrir le patrimoine de la ville.
 - Promouvoir Lyon comme une ville attractive et engagée dans le développement durable.
 - Soutenir l'économie locale.
- Pour qui ?
 - Les habitants de Lyon et de ses environs.
 - Les familles, jeunes adultes, seniors et enfants de tous âges.
 - Les touristes intéressés par la culture et le patrimoine.

Le concept

- Thème général : La musique.
- Signature : Lyon en musique.
- Programmation : plusieurs activités autour de différents styles musicaux.
- Objectif : attirer un large public et permettre la découverte de la ville et de son patrimoine sous un angle historique et architectural.

Le déroulé prévisionnel

- Date de l'événement : Le 15 juin 2025 (jour de la fête des pères)
- Horaires : 8h à 18h
- Lieu : Espaces publics emblématiques de Lyon.
- Nombre de départs : 1 toutes les 10 minutes.
- Nombre de participants par départs : 83 soit 5000 personnes sur la journée

Le parcours

- Départ au Parc de la Tête d'Or, traversée du Rhône en direction de la place Carnot suivi de l'Opéra, puis traversée de la Saône en direction du Vieux Lyon, montée à pied ou en transport (au choix du participant) jusqu'à Fourvière, pour arriver enfin au Théâtre Romain pour participer aux Nuits de Fourvière.

L'objectif de la journée

- Découvrir les lieux emblématiques de Lyon à travers la musique.
- Remporter des lettres à chaque activité réalisée pour trouver le mot final : NUITS FOURVIÈRE.
- NUITS FOURVIÈRE = 14 lettres pour 5 lieux (activités traversées par le petit et le grand parcours) soit 3 lettres sur les 4 premiers lieux et 2 lettres sur le dernier lieu.

Le matériel

- Un passeport pour chaque participant pour valider chaque activité et trouver le mot final. (en papier recyclé et recyclable)
- Un tampon sera mis sur le passeport à chaque passage à une activité. (en bois et matériaux recyclés)
- Un plan de la ville de Lyon avec les lieux emblématiques du parcours par lesquels les participants devront passer pour réaliser les activités. (en papier recyclé et recyclable)

BUDGET ALLOUÉ ÉDITION 2025 : 200 000 € HT

+ Voir détails process accueil/visuels du matériel fourni en annexes

Les activités...

Les 5 étapes du petit parcours

Etape 1 : Atelier de percussions au Parc de la Tête d'Or

Déroulement : Atelier découverte musique avec des percussions au Parc de la Tête d'Or.

Aspect musical : Apprendre à jouer avec des percussions sur des musiques style africaines en rythme avec le groupe.

Monuments : Parc de la Tête d'Or, Grande serre, Jardin zoologique.

Timing : 15 min de musique en rythme.

Moyens :

Matériaux recyclés pour les percussions (djembés, tambourins, maracas, hochets)

3 animateurs pour faire 3 groupes de 25 personnes environ.

Etape 6 : Karaoké en plein air

Déroulement : Karaoké sur le parvis de la Basilique de Fourvière où les participants peuvent monter sur scène pour chanter leurs chansons préférées.

À la fin de l'activité, les participants tamponnent leurs passeports et reçoivent leurs places pour le concert du soir aux Nuits de Fourvière.

Activité physique : Danse, déplacement, applaudissements des participants pendant les performances, créant une atmosphère festive et participative.

Aspect musical : Les participants choisissent la musique qu'ils souhaitent chanter parmi un catalogue de 10 musiques.

Monument : Basilique de Fourvière.

Timing : 5 minutes.

Moyens : 6 micros, plusieurs enceintes, une TV géante pour afficher les paroles, un animateur.

Etape 2 : Tunnel boîte de nuit sur les quais du Rhône

Déroulement : Promenade musicale sur Berges du Rhône avec un court passage dans une box musicale, à l'ambiance boîte de nuit.

Activité physique : Une marche dynamique et immersive au-dessus du Rhône.

Aspect musical : Un DJ anime la box pour une immersion totale sur des musiques actuelles.

Monuments : Pont Lafayette, traversée sur les quais

Timing : 20 minutes.

Moyens : Une box, un DJ, un technicien lumières, un vidéur à l'entrée de la box.

Etape 7 : Concert au cœur de l'événement des Nuits de Fourvière.

Déroulement : Les participants remettent leur passeport musical avec les lettres 'NUITS FOURVIÈRE' qu'ils ont trouvé au fil des activités réalisées. Re Lyon Nous se clôturera par un concert dans l'amphithéâtre romain.

Aspect musical : Concert organisé par les Nuits de Fourvière.

Monument : Amphithéâtre romain.

Timing : Début du concert 18h / fin 22h.

Moyens : Prévoir un accès spécial participants Re Lyon Nous avec 2 vigiles qui vérifient les entrées.

Etape 5 : 1,2,3 soleil musical

Déroulement : Jeu emblématique " 1,2,3 soleil ". Les participants dansent lorsqu'ils entendent la musique et doivent se figer lorsque celle-ci est coupée.

Activité physique : Danse et course.

Aspect musical : Musiques dynamiques enregistrées et diffusées sur une enceinte.

Monuments : Sur la place devant la Cathédrale Saint-Jean.

Timing : 10 min.

Moyens : une enceinte, un animateur.

Etape 3 : Flashmob sur la Place Carnot

Déroulement : Chorégraphie répétitive en groupe sur la Place Carnot.

Activité physique : Echauffements et danse.

Aspect musical : Une playlist synchronisée avec des morceaux dynamiques pour animer la place et peut-être entraîner quelques passants à participer.

Monuments : Place Carnot, statue de la République.

Timing : 10 minutes.

Moyens : Télévisions pour projeter la chorégraphie, des enceintes de musique, un technicien du son pour lancer la vidéo, un animateur pour encourager les danseurs et donner le rythme.

Etape 4 : Yoga musical sur la terrasse de l'Opéra de Lyon autour de la nature

Déroulement : Accès à la terrasse de l'Opéra qui offre une vue magnifique sur les toits de Lyon pour une séance de yoga en musique.

Activité physique : Séance de yoga, idéale pour un moment plus calme. Au programme des postures qui symbolisent la connexion à la nature.

Aspect musical : Musiques calmes autour de sons naturels pour accompagner les mouvements de yoga.

Monuments : Vue panoramique sur l'Hôtel de Ville et les toits de Lyon.

Timing : 15 minutes.

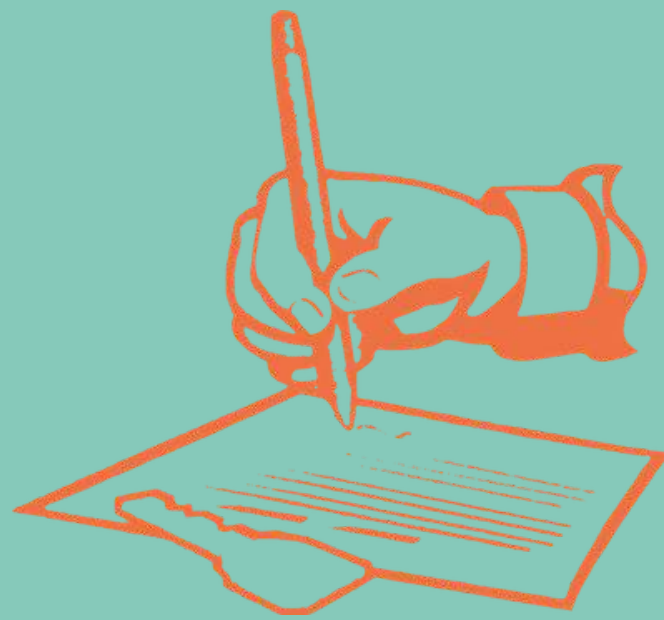
Moyens : Un musicien, un professeur de yoga, des tapis de yoga en liège (aspect eco-responsable)

+ Voir visuels parcours & budget en annexes

Parler de Re Lyon Nous 2025

LA SIGNATURE

Accordez vous au rythme de la ville pour l'édition 2025 de Re Lyon Nous.



LES MESSAGES

Laissez vous transporter par le rythme à travers la ville de Lyon ! Plan en main, déambulez et découvrez des surprises musicales à chaque étape.

Des activités pour tous vous attendent dans les lieux les plus emblématiques de Lyon. Une manière unique de redécouvrir la ville ! Inclusif et durable, Re Lyon Nous ne fait aucune distinction, tout le monde est le bienvenu pour que les générations d'hier façonnent celles de demain.

Accessible à partir de 6 ans et sans limite d'âge. Que vous soyez habitants de Lyon et ses environs, familles, jeunes adultes, seniors et enfants de tous âges, touristes intéressés par la culture et le patrimoine. Une symphonie d'émotions pour des souvenirs inoubliables !

Avec comme philosophie de fédérer autour de thèmes importants comme la convivialité, la durabilité et le respect de l'environnement, cet événement a la vocation de marquer les esprits pour les années futures. Jusqu'où votre soif de culture, de musique et de sport pourrait-elle vous mener ?

Enfilez votre plus belles paire de baskets pour arpenter les rues au rythme de la ville de Lyon .

Promouvoir Re Lyon Nous 2025

LES CONTENUS



- **Affiches** (pour les abris de bus de Lyon)
- **Réseaux sociaux** : Instagram : Réels (courts épisodes voir ci-dessous + teaser + partenaires), carrousels avec les différentes activités sportives proposées cette année, vidéo micro-trottoirs dans les différents lieux de l'édition 2024 en posant des questions du style : "Et si on vous dit qu'il sera bientôt possible de faire du yoga musical sur la terrasse de l'Opéra de Lyon, vous nous croyez ?"
- **Collaboration** avec les Nuits de Fourvière : Article de blog sur leur site internet, cross-post contenu Instagram avec un Réel style bande-annonce du partenariat et carrousel avec programmation du concert).
- **Articles presse** au niveau local → photos et visuels (logos, affiches...) = Fruit des actions RP mises en place en amont de l'événement.
- **Spot radio** (partenaires média avec Radio Scoop)
- Intervention de l'organisation événement sur **BFM Lyon** – diffusion teaser et informations importantes évoquées lors d'une interview plateau.
- **Série immersive de courts épisodes déclinée sur les plateformes** avec des **ambassadeurs** musique et sport → format mini-interviews sur leurs disciplines et teasing des lieux emblématiques de l'édition 2025 pour créer de l'engouement autour des activités.
- **Mise en lumière des partenaires** → **Interview** film d'un employé ou responsable des entreprises sur leurs actions et missions dans l'événement. Discours d'anticipation pour attirer de nouveaux prospects sensibles aux thèmes du festival : sport, musique, culture et famille.
- **Teaser** de 30-40 secondes avec les meilleurs moments de l'édition 2024 → à décliner sur les réseaux sociaux, diffusion dans les cinémas Pathé de Lyon (partenaires s'adressant à notre cible : familles et enfants).
- **Flyers** Organiser une diffusion auprès des élèves des écoles de la métropole pour toucher la cible familial.

Déclinaison de l'identité visuelle sur différents supports



Être plus attractif en liant des partenariats



MÉTROPOLE

GRAND LYON

PARTENARIATS

Partenaire principal : Collaboration inédite avec les NUITS DE FOURVIÈRES pour leur édition 2025

Collaborer avec les Nuits de Fourvière représente une opportunité stratégique majeure pour le festival Re-Lyon Nous, en particulier pour accroître sa notoriété et attirer davantage de participants autour de son thème musical. En effet, les Nuits de Fourvière, événement emblématique de la région, jouissent d'une réputation prestigieuse qui attire chaque année un large public local et international, et valorise Lyon comme capitale culturelle. Bâtir un partenariat avec ce festival à Re-Lyon Nous permettrait de bénéficier d'une visibilité renforcée et d'un impact médiatique considérable, en s'appuyant sur un réseau de diffusion déjà bien établi et efficace. Cette alliance renforcerait la crédibilité de Re-Lyon Nous en s'associant à une marque culturelle reconnue pour la qualité de sa programmation et l'envergure de son public. Par ailleurs, la collaboration apporterait des savoir-faire organisationnels et logistiques issus de l'expérience des Nuits de Fourvière, favorisant une gestion optimale de l'événement. En s'inscrivant dans cette dynamique, Re-Lyon Nous pourrait non seulement attirer un public plus large, curieux et amateur de musique, mais aussi s'ancrer durablement dans le paysage culturel lyonnais, contribuant ainsi à son rayonnement et à son impact culturel.

HISTORIQUES

- VILLE DE LYON
- CARSAT
- BEAUX-ART
- THÉÂTRE CROIX-ROUSSE
- BFM LYON
- CINEMA PATHE
- RADIO SCOOP
- CITIZEN KID

Dans le cadre du partenariat :

- Logo sur les visuels et sur sites d'activités.
- Concert gratuit à la fin du parcours pour toute participation.
- Ticket offrant une consommation non-alcoolisée pour tout passeport rendu à la fin du parcours.
- Places pour les 'Nuits de Fourvière,, gratuites.

PARTENARIATS



DEEZER

Partenaire secondaire : La plateforme de streaming française, DEEZER

En tant que plateforme de streaming française bien établie, Deezer bénéficie d'une large audience locale et internationale. Un partenariat avec Deezer permettrait au festival de toucher un public plus vaste via des playlists dédiées, des recommandations ciblées, et des campagnes publicitaires intégrées sur l'application, offrant ainsi une visibilité accrue au-delà des frontières lyonnaises. De plus, Deezer pourrait valoriser des artistes locaux présents au festival, en leur offrant une vitrine supplémentaire sur la plateforme, attirant ainsi les amateurs de musique qui découvrent souvent de nouveaux talents grâce à des suggestions de streaming. En renforçant la notoriété du festival tout en offrant une expérience digitale complémentaire pour les participants, cette collaboration positionnerait Re-Lyon Nous comme un événement culturel incontournable, ancré dans la modernité de la consommation musicale actuelle.

Dans le cadre du partenariat:

- Logo sur les visuels et sur sites d'activités.
- Offre promotionnelle pour toute inscription : un abonnement familial offert pendant 6 mois.
- Bornes musicales tactiles disposées sur chaque lieu/arrêt à travers la ville dans le but de faire découvrir l'application et son interface.
- Créer une playlist officielle du festival disponible sur Deezer, mettant en avant les artistes programmés et des morceaux en lien avec l'ambiance l'événement. Des QR codes disséminés sur le site permettent aux visiteurs d'accéder facilement à la playlist.
- Diviser les coûts de la campagne d'influence avec Styleto - 30 000 euros.
- Prise en charge des coûts de diffusion musicale auprès de la SACEM.
- Inviter les festivaliers à immortaliser leurs moments préférés du festival et à les partager avec un hashtag dédié. Les contenus les plus marquants pourraient être mis en avant sur les réseaux sociaux de Deezer, contribuant ainsi à créer une communauté autour de l'événement pour les années suivantes.

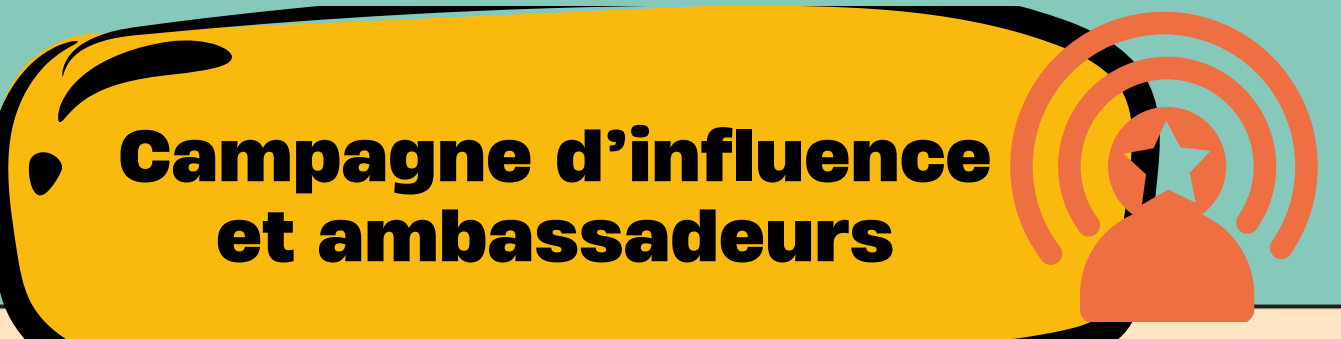
(voir convention en annexes)

#ListeningLyonDeezer



PRESTATAIRES

- Troupe de choristes lyonnais : La Cigale de Lyon
- Prestation DJ lyonnais : Agoria
- Représentations musicales : Musicien
- Activités sportives : prof de yoga
- Food truck : Le Moulin
- 10 animateurs
- 14 bénévoles qui s'occupent de l'organisation des activités (encadrent & tamponnent les passeports...)
- 8 bénévoles qui encadrent le début du parcours.
- 4 bénévoles qui encadrent la fin du parcours.
- Fournisseur de percussions
- 2 techniciens lumières et sons



Campagne d'influence et ambassadeurs

AMBASSADEURS VIA PARTENAIRES

- Musique – StyleTo, influenceuse et chanteuse lyonnaise.

INFLUENCEURS

- Lifestyle basé à Lyon – il serait pertinent de faire appel à un influenceur reconnu sur la métropole de Lyon. Objectifs : inciter les lyonnais à découvrir et prendre part à l'évènement.
- Sport – Tabler sur les influenceurs sportifs pourraient ramener un publi voulant passer un bon moment tout en pratiquant leur sport de prédilection ou simplement des passionnés curieux.



+ Voir détails de la campagne d'influence & budget par action en annexes



+ Voir détails des KPI'S campagne & événement en annexes

L'organisation de Re Lyon Nous avant pendant et après

Organisation de la logistique

- **Transport** : prévoir des espaces de circulation (coût pour le personnel de gestion : 400€ HT)
- **Restauration** : prévoir un budget et plusieurs foodtrucks éco responsables comme "le Moulin"
Assurer la présence de repas végétariens et sans allergènes pour diversifier l'offre (coût moyen 10€ HT/pers).
 - Espace restauration : prévoir des tables, chaises, poubelles de tri et personnel pour la gestion des déchets (coût 2000€ HT pour l'installation et la maintenance)

Coordination des fournisseurs

- **Techniciens** (son, lumière, vidéo) : coût des techniciens / jour : 400€ HT. Équipements audiovisuels : location d'enceintes, micros... (coût estimé : 4000€ HT pour l'ensemble de l'événement).
Personnel de service : bénévole (coût 0€)
- **Sécurité** : agent de sécurité (coût 25€/heure et par agent).
Prévoir une équipe de 25 agents pour l'ensemble de l'événement.
Présence de la Croix-Rouge : coût 800€ HT pour une équipe mobile de secouristes

Gestion des équipements et matériel

- **Location de matériel** : scène mobile et chapiteaux : 3000€ HT par scène
- **Équipement divers** (tables, chaises, barrières) : 3 000€ HT pour l'ensemble de l'événement
- **Signalétique et décoration** : panneaux et banderoles : coût 700€ HT
- **Décoration écoresponsable** : utilisation de matériaux recyclés : coût 600€ HT

Gestion des secours et associations

- **Partenariats avec des associations de secours** :
 - **Croix-Rouge Française** : elle offre des équipes de secouristes et du matériel médical d'urgence
 - **Protection civile** : elle propose des dispositifs préventifs de secours avec des équipes mobiles et des ambulances
- **Dispositifs et mesures préventives** :
 - **Kits de premiers secours** : Installer des kits de premiers secours sur chaque atelier
 - **Communication claire** : Utiliser des panneaux et des messages vocaux pour indiquer les points de secours.
- **Plan d'urgence et de gestion des incidents** :
 - **Protocole d'évacuation** : Créer un plan détaillé d'évacuation et s'assurer que les équipes sont formées.
 - **Communication** : Assurer une communication fluide entre les équipes de secours et les organisateurs via des talkies-walkies ou des téléphones sécurisés
 - **Point de coordination** : Établir un centre de commandement où le personnel de secours et les responsables peuvent coordonner leurs actions.

SUPERVISION DE L'INSTALLATION

- Planification préalable :
 - **Rétroplanning** :Élaborer un calendrier détaillé comprenant les étapes de l'installation, les horaires précis et la répartition des équipes.
 - **Briefing des équipes** :Organiser une réunion avec toutes les équipes (techniciens, monteurs, logisticiens) pour passer en revue les tâches assignées et clarifier les responsabilités.
 - **Assignation des responsables de zone** : Nommer des superviseurs pour chaque zone spécifique (ex. scène principale, espace restauration, ateliers).
- Jour de l'installation:
 - **Vérification du matériel** : S'assurer que tout le matériel nécessaire (scènes, équipements audiovisuels) est sur place et en bon état.
 - **Coordination des équipes** : Superviser les techniciens pour le montage des structures et la mise en place des équipements.
 - **Contrôle de sécurité** : Effectuer des inspections régulières pour vérifier que les installations respectent les normes de sécurité.
 - **Tests techniques** : Tester les systèmes audiovisuels (son, lumière) et vérifier leur bon fonctionnement.
 - **Gestion des imprévus** : Prévoir une équipe de réserve pour gérer les incidents de dernière minute.
- Contrôle final :
 - **Inspection complète** :Passer en revue toutes les zones pour s'assurer que tout est en place conformément au plan.
 - **Check-list** : Utiliser une check-list pour s'assurer que chaque aspect a été vérifié (éclairage, accès, signalétique).
 - **Validation finale** : Obtenir l'approbation des responsables de la sécurité pour le feu vert avant l'ouverture au public

SUPERVISION DU DÉMONTAGE

- Planification du démontage:
 - **Briefing post-événement** :Réunir les équipes pour donner des instructions claires sur le processus de démontage.
 - **Séquence de démontage** :Prévoir l'ordre de démontage (équipements techniques, structures principales, signalétique).
 - **Assignation des rôles** :Désigner des équipes spécifiques pour chaque zone pour éviter la confusion.
- Démontage :
 - **Démontage sécurisé** :Superviser le démontage des structures et équipements en veillant à la sécurité des équipes.
 - **Inventaire** :Effectuer un inventaire des équipements démontés pour s'assurer qu'aucun matériel n'est perdu ou endommagé.
 - **Gestion des déchets** :Prévoir une équipe pour trier et gérer les déchets (matériaux recyclables, poubelles).
 - **Nettoyage** :S'assurer que le site est propre et que les infrastructures temporaires ont été enlevées.

Coût main d'œuvre pour montage/démontage : 25€/heure et par personne. Une équipe de 20 personnes pourrait coûter 6000€ HT



ANNEXES

re
lyon
nous

Carte du grand parcours



1

Etape 1 : Atelier de percussions au Parc de la Tête d'Or

Départ

2

Etape 2 : Box boîte de nuit sur les quais du Rhône



3

Etape 3 : Flashmob sur la Place Carnot



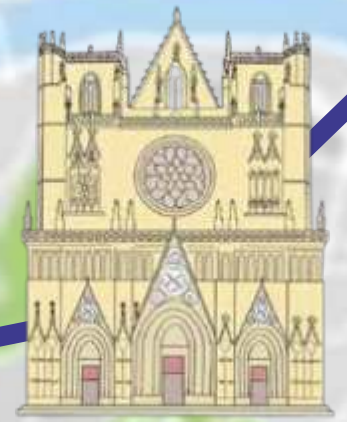
4

Etape 4 : Yoga musical sur la terrasse de l'Opéra de Lyon



5

Etape 5 : 1,2,3 soleil musical devant la cathédrale st-jean



6

Etape 6 : Karoké en plein air devant fourvière



7

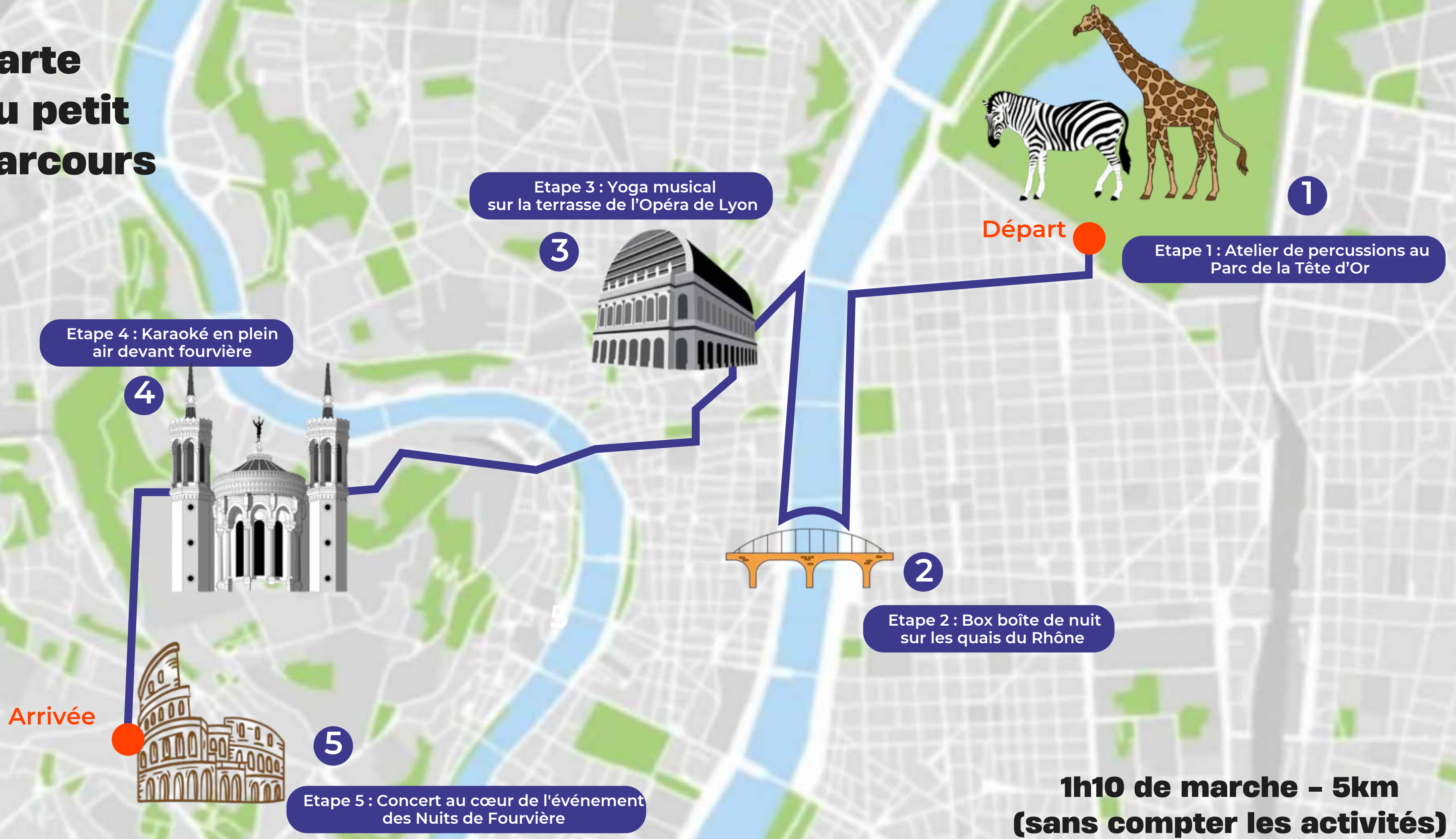
Etape 7 : Concert au cœur de l'événement des Nuits de Fourvière



Arrivée

**2h10 de marche - 8,5km
(sans compter les activités)**

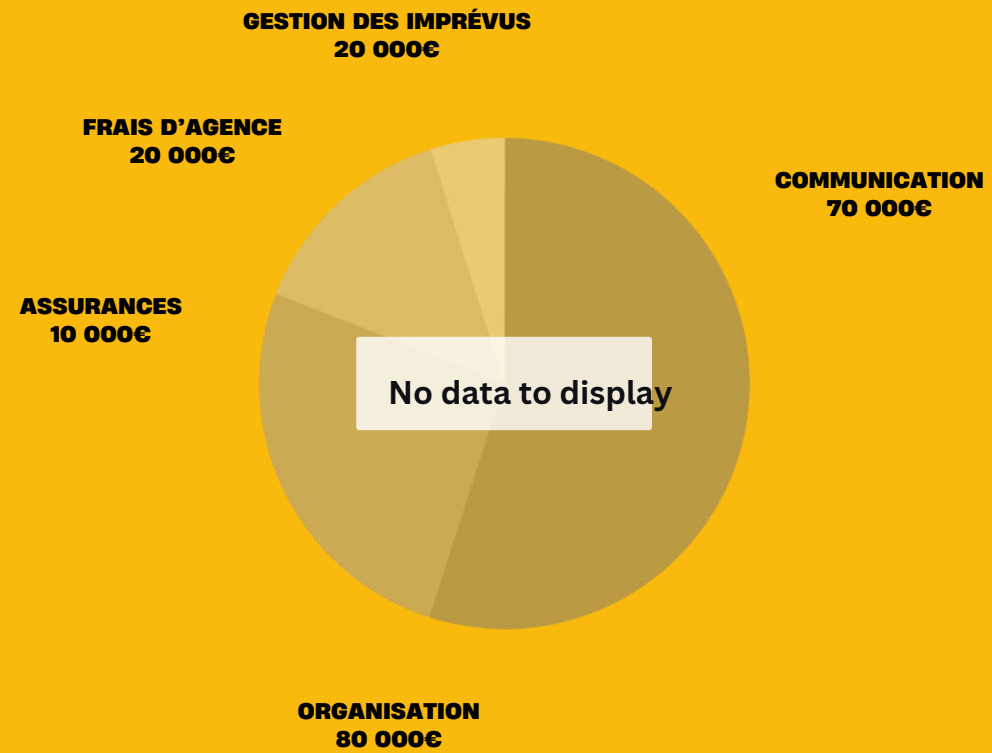
Carte du petit parcours



BUDGET EN DÉTAIL

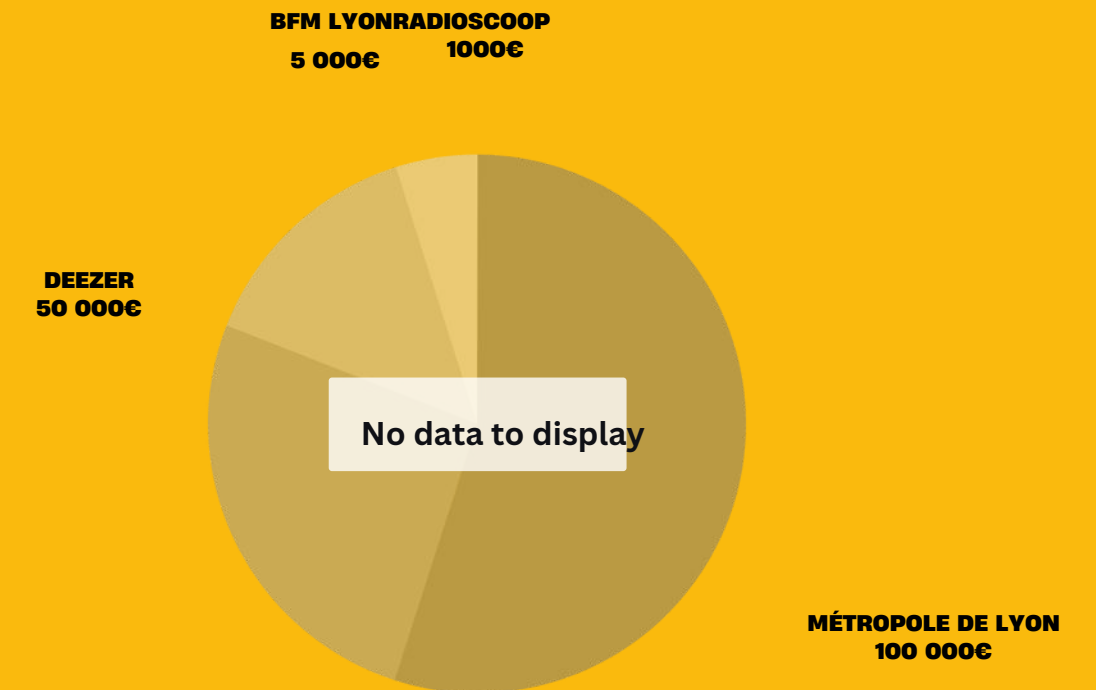
Tous les tarifs sont affichés hors Taxe.

GLOBAL : 200 000€

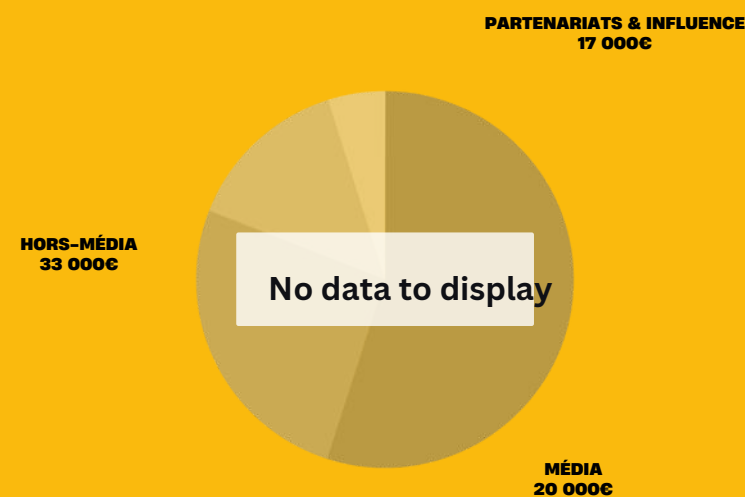


Le budget partenariats permet de valoriser les dons des partenaires pour les classer par ordres d'importances. Il n'a pas vocation à être ajouté ou soustrait au budget global.

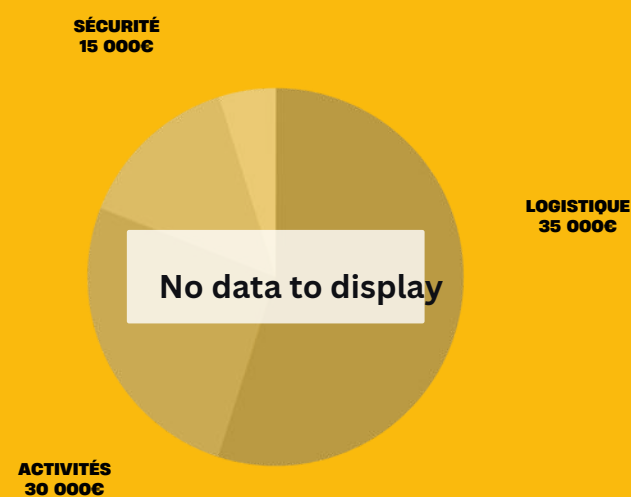
PARTENARIATS : 156 000€



COMMUNICATION : 70 000€



ORGANISATION : 80 000€



PARTENAIRES PRINCIPALES :

Métropole de Lyon (Nuits de Fourvière : place de concert + consommations : 100 000€
Deezer (Campagne d'influence : Styleto + Prise en charge des droits Sacem : 50 000€

PARTENAIRES :

BFM Lyon (espace publicitaire) : 5 000€
Radio Scoop (espace publicitaire) : 1 000€

RÉTROPLANNING

Action	Responsable	S-20	S-19	S-18	S-17	S-16	S-15	S-14	S-13	S-12	S-11	S-10	S-9	S-8	S-7	S-6	S-5	S-4	S-3	S-2	J-6	J-5	J-4	J-3	J-2	J-1	JJ	S+1	S+2	S+3		
ÉVÈNEMENTIEL																																
Réservation des prestataires (sécurité / matériel / équipe médical)	Justine	■	■																													
Développement du formulaire d'inscription	Elina												■	■																		
Ouverture des inscriptions	Elina															■	■															
Création des supports pour le parcours, les animations	Ambre															■	■															
Création des supports pour l'accueil des participants	Elina															■	■															
Installation du matériel lourd (scène, sonorisation, lumière...)	Adèle																			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Réunion d'information et de coordination des bénévoles, animateurs et prestataires	Justine																			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Installation du matériel léger (table, support de communication...)	Ambre																									■	■	■	■	■	■	■
Accueil des bénévoles et animateurs	Ambre																															
Accueil des prestataires	Justine																															
Vérification sécurité des installations	Adèle																															
Accueil des participants	Elina																															
Démontage	Ambre																															
Sondage sur la satisfaction des participants	Elina																															
Retour sur la tenue de l'événement (positifs et difficultés rencontrés)	Ambre																															
COMMUNICATION																																
Création des supports de communication	Bastien			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																	
Organisation des partenariats	Eloise			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																	
Établir calendrier RS	Orane																															
Campagne RP / diffusion de CP	Orane																															
Diffusion campagne affiche	Orane																															
Diffusion publicité RS	Orane																															
Diffusion spot radio	Orane																															
Diffusion de la collaboration avec Les Nuits de Fouvrière	Orane																															
Diffusion des flyers	Orane																															
Création de contenu pendant l'événement	Orane																															
Campagne post événement	Orane																															
Analyse des actions de communication	Orane																															



L'ACCUEIL ET LE SERVICE CLIENT

Étape 1 – L'inscription pour l'événement RE LYON NOUS 2024 :

La procédure d'inscription pour chaque équipe passe par :

- les modalités d'inscriptions,
- le formulaire d'inscription,
- le mail de confirmation,
- et le mail récapitulatif de l'événement.

Les modalités d'inscriptions :

- **Date d'ouverture des inscriptions** : mercredi 7 mai 2025
- **Date fermeture des inscriptions** : mardi 10 juin 2025 à 23h59
- **Adresse du départ** : Parc de la Tête d'Or

RE LYON NOUS est un événement **gratuit** organisé par la Métropole du Grand Lyon et l'Agence Événementiel qui se déroule le dimanche 15 juin. Il permet aux lyonnaises et lyonnais de **découvrir la ville autrement** tout en s'amusant.

Le temps d'une journée, les participants parcourent un ou plusieurs arrondissements à travers **différentes étapes sportives, ludiques et culturelles** dans une ambiance festive et familiale.

Accessible à partir de 6 ans et sans limite d'âge, **deux parcours** sont proposés avec des activités sportives originales et décalées. L'occasion de partager un moment de convivialité et de complicité en équipe **tout en renforçant le lien intergénérationnel**.

Cette année, Re Lyon Nous vous propose un parcours sur le **thème musical** avec une surprise de taille pour sa **10ème édition**.

L'ACCUEIL ET LE SERVICE CLIENT

Le formulaire d'inscription :

Après cette 10ème édition, un formulaire d'inscription sera disponible sur la page internet de RE LYON NOUS. Les inscriptions commenceront le mercredi 7 mai et se finiront le mardi 10 juin. Le formulaire d'inscription se trouve **ici**.

Le mail de confirmation :

À la suite de l'inscription, chaque responsable d'équipe reçoit un mail de confirmation permettant de justifier son inscription à l'événement.



Objet : Confirmation de votre inscription à l'édition RE LYON NOUS 2025

Bonjour [Prénom],

Nous avons le plaisir de confirmer votre inscription et celle de votre équipe pour la **10ème édition** de **RE LYON NOUS**, qui aura lieu le **mercredi 15 juin 2025**.



Horaire de passage : XXhXX

Numéro d'équipe : XXX

Votre équipe : [Prénom] [Nom], [Prénom] [Nom], [Prénom] [Nom], [Prénom] [Nom]

Pour modifier ou supprimer les informations de votre équipe, nous vous invitons à nous contacter par mail à xxx jusqu'au **mercredi 11 juin 2025**. Vous pouvez retrouver toutes les informations de l'événement sur notre site internet

: lyon.fr.

Nous avons hâte de vous retrouver pour cette 10ème édition pleine de surprise !

Cordialement, La Métropole du Grand Lyon x Agence Événementiel.



L'ACCUEIL ET LE SERVICE CLIENT

Le mail récapitulatif de l'événement :

Un mail sera transmis chaque responsable d'équipe avec les informations importantes permettant de profiter de l'événement RE LYON NOUS, le vendredi 13 juin.



Objet : Retrouvez nous à RE LYON NOUS !

Bonjour [Prénom],

La **10ème édition** de **RE LYON NOUS** arrive à grand pas et nous sommes heureux de vous compter parmi nous.

Quelques informations à ne pas manquer pour passer une bonne journée.



Date de l'événement : dimanche 15 juin

Horaire de passage : XXhXX

Numéro d'équipe : XXX

Votre équipe : [Prénom] [Nom], [Prénom] [Nom], [Prénom] [Nom], [Prénom] [Nom]

Vous pouvez retrouver toutes les informations de l'événement sur notre site internet : lyon.fr.

Nous avons hâte de vous retrouver pour cette 10ème édition pleine de surprise !

Cordialement, La Métropole du Grand Lyon x Agence Événementiel.



Le règlement de RE LYON NOUS :

L'organisation de l'événement RE LYON NOUS est fondé sur le règlement établi entre RE LYON NOUS et l'Agence L'événementiel. Le règlement de cette 10ème édition se trouve **ici**.

L'ACCUEIL ET LE SERVICE CLIENT

Étape 2 – Lancement de l'événement RE LYON NOUS 2025 :

La procédure d'arrivée des participants à l'événement :

- Création de deux files pour départager les participants selon leurs choix de parcours, par les équipes d'accueil,
- Lecture du mail de confirmation en échange de :
 - 1 sac à dos à ficelle publicitaire pour chaque participants contenant :
 - RE LYON NOUS : deux cartes et un passeport musical,
 - Les partenaires : un code promo de DEEZER, un cookie et un jus de fruit de Le Moulin.
 - 1 bracelet offert à chaque participants donnant accès à la soirée de notre partenaire : Les Nuits de Fourvière,
- L'équipe d'accueil organisera les départs de chaque participant selon leurs horaires de passage.



Étape 3 – Le partenariat surprise entre RE LYON NOUS 2025 & Les Nuits de Fourvière :

La procédure de sortie des participants à l'événement :

- Arrivée des participants pour la 6ème activité :
 - Validation des passeports de chaque équipe,
 - Offre de 2 à 4 places pour la soirée des Nuits de Fourvière.

L'ACCUEIL ET LE SERVICE CLIENT

Étape 4 - La gestion post-événementiel de RE LYON NOUS 2025 :

Chaque responsable d'équipe recevra un formulaire de satisfaction par mail pour obtenir les avis et le degré de satisfaction de chaque équipe .

Le formulaire de satisfaction :

Après cette 10ème édition, les retours des participants seront les bienvenus.

Un formulaire de satisfaction sera transmis au responsable d'équipe, le mercredi 18 juin 2025.

Le formulaire de satisfaction se trouve **ici**.

Le mail d'envoi du formulaire de satisfaction :
Objet : **Qu'avez-vous pensé de Re Lyon Nous 2025 ?**
Bonjour [Prénom],



Nous nous retrouvons quelques jours après la **10ème édition** de **RE LYON NOUS** et aimerions avoir votre ressenti pour nous améliorer et être à la hauteur de vos attentes pour l'année prochaine.

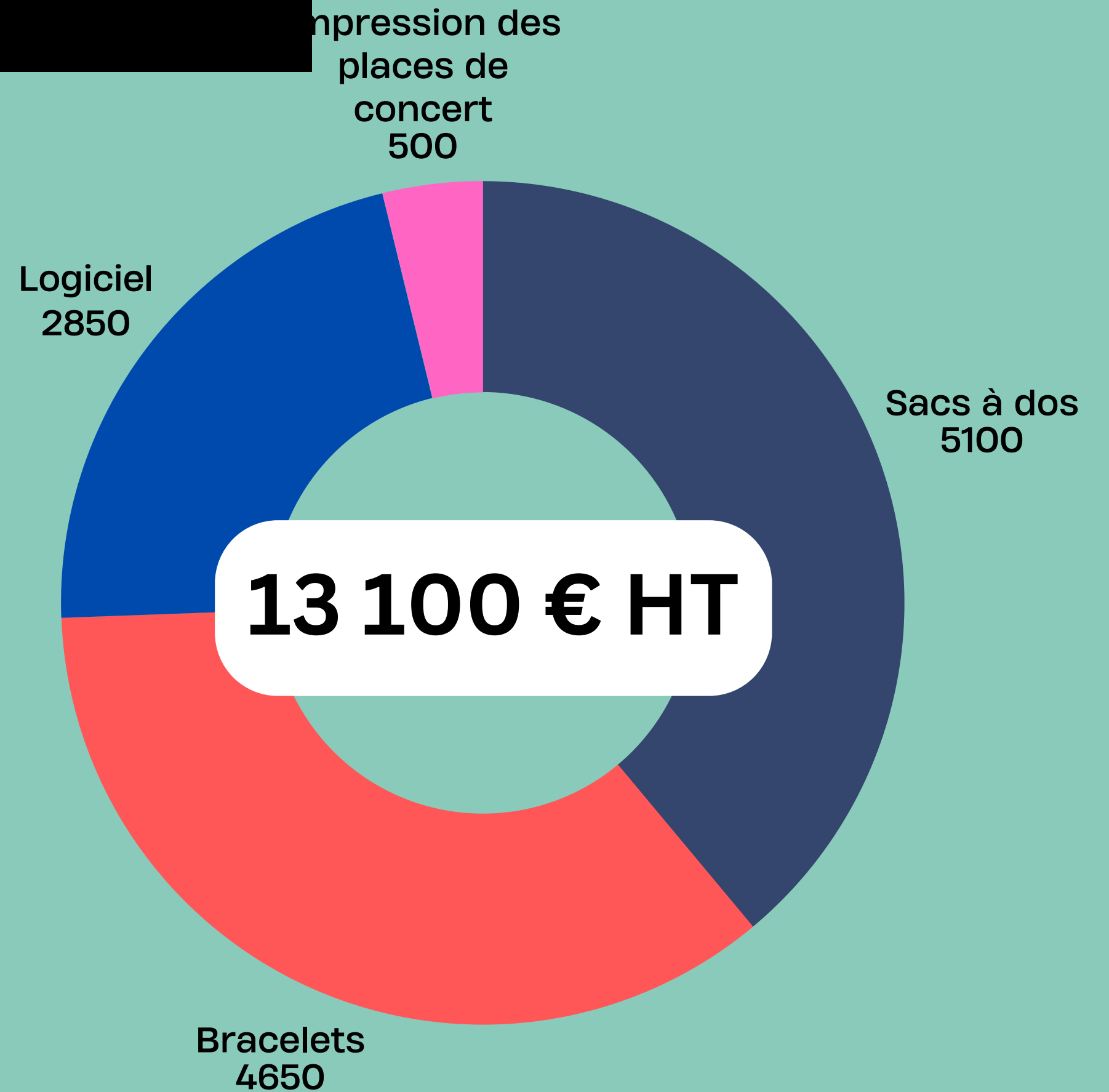
Nous attendons vos retours avec impatience, à l'aide de notre **formulaire de satisfaction**.

Au nom de toute l'équipe RE LYON NOUS et l'agence Événementiel, nous vous remercions de votre présence lors de cette 10ème édition.

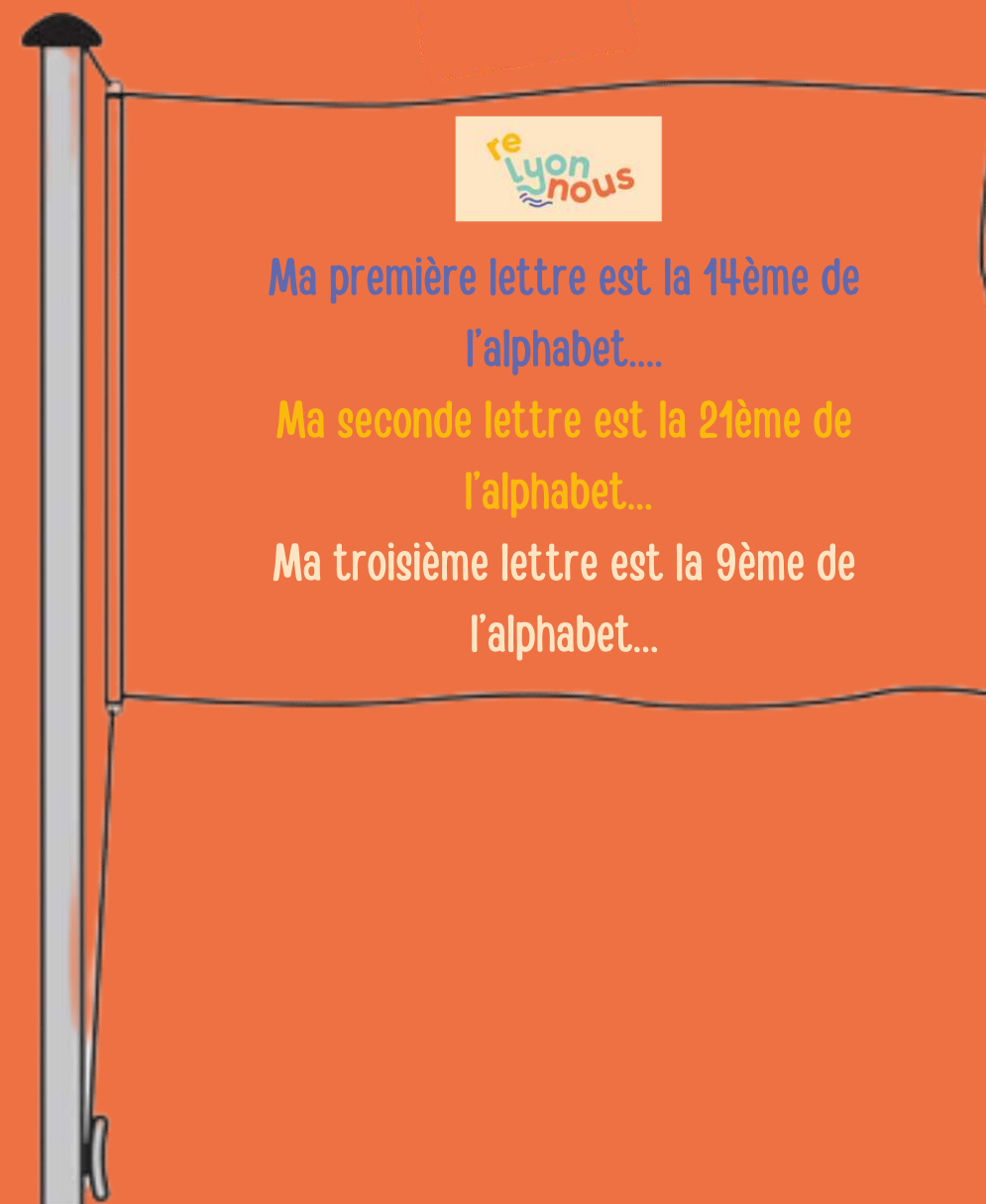
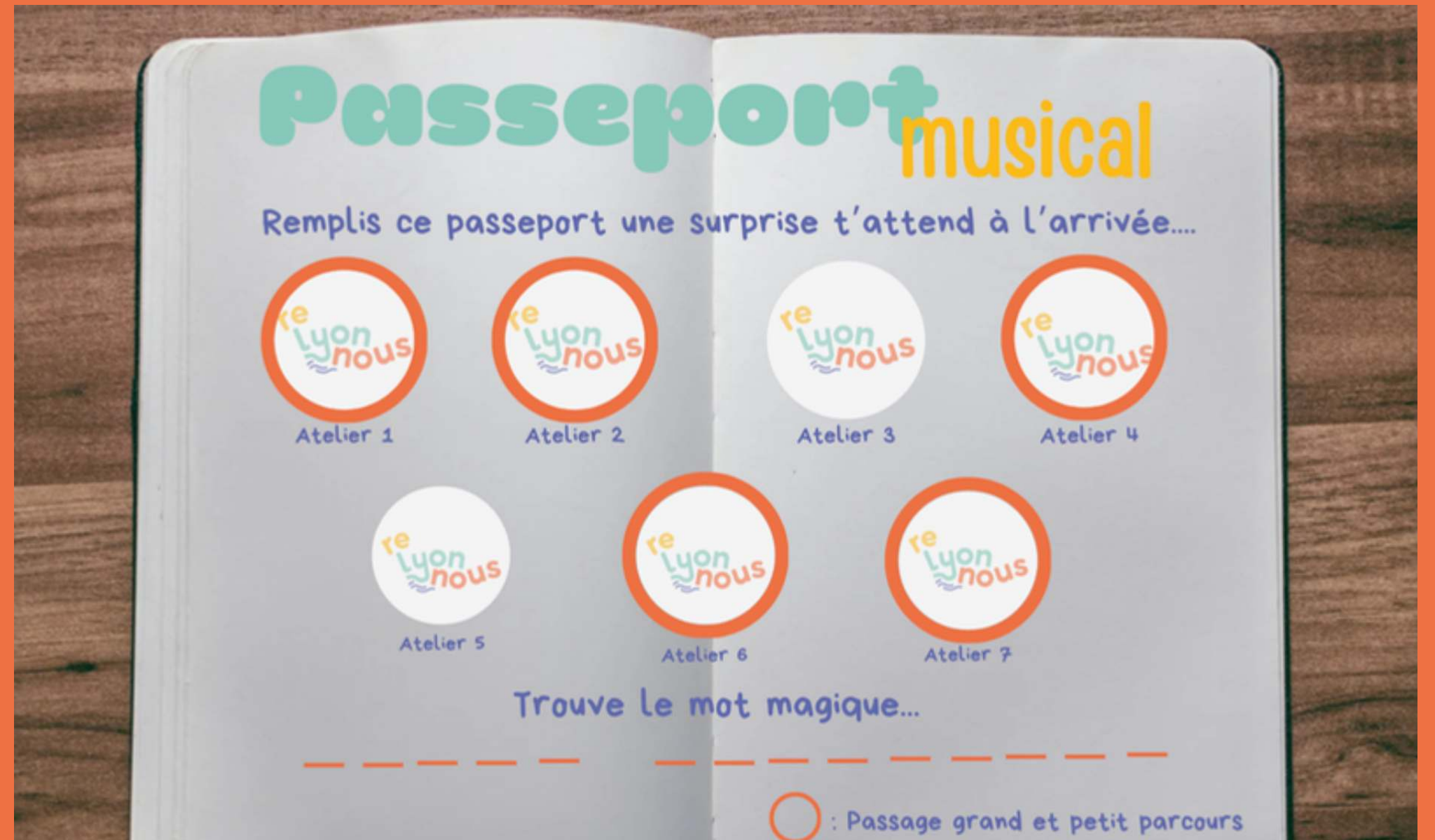
Cordialement, La Métropole du Grand Lyon x Agence Événementiel.



ACCUEIL ET SERVICE CLIENT : BUDGET DÉTAILLÉ



VISUEL PASSEPORT MUSICAL POUR LES PARTICIPANTS



MÂT DE DRAPEAU PERMETTANT DE DEVINER LES LETTRES

EXEMPLE DE POST INSTAGRAM AVANT L'ÉVÉNEMENT



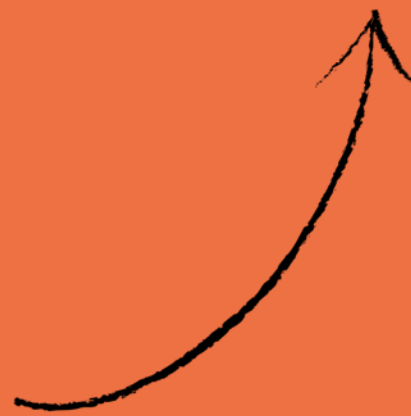
EXEMPLE DE POST INSTAGRAM PENDANT L'ÉVÉNEMENT



EXEMPLES DE BANNIÈRES WEB AVEC NOS PARTENAIRES



EXEMPLES DE VISUELS POUR NOS PARTENAIRES



COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Communiqué de presse



Lyon, le 19 février 2025

Re Lyon Nous 2025 revient le 15 juin 2025 avec pour thème cette année : la musique !

La ville de Lyon est fière d'annoncer l'édition 2025 de l'événement Re Lyon Nous, une initiative créative, ludique et culturelle. Cet événement, pensé pour (re)découvrir la richesse du patrimoine lyonnais, se veut un rendez-vous incontournable pour renforcer l'attractivité de la ville tout en mettant en lumière ses engagements en faveur du développement durable.

Cet événement a pour objectif de :

- Vous faire découvrir ou redécouvrir le patrimoine lyonnais à travers des ateliers immersifs, sportifs et culturels, qui éveilleront votre sens de l'écoute et votre éveil musical
- Promouvoir l'attractivité et la durabilité de la ville de Lyon grâce à des initiatives lyonnaises et des animations autour de la mobilité douce, de l'économie circulaire et de l'innovation écologique
- Soutenir l'économie locale grâce à des partenariats 100% lyonnais
- Intensifier votre sensibilité à la musique

"Nous sommes heureux et impatients de pouvoir vous accueillir dans la ville de Lyon et de pouvoir vous la faire découvrir de manière ludique et amusante à travers cette nouvelle édition 2024 de Re Lyon Nous, avec pour thème : la musique." - LA VILLE DE LYON

Re Lyon Nous s'adresse à tous ceux qui souhaitent vivre une expérience enrichissante et conviviale. Petits et grands sont les bienvenus.

L'édition Re Lyon Nous 2024 autour de la musique permet à la ville de Lyon de réaffirmer sa place de ville incontournable en France mêlant dynamisme, plaisir, et durabilité.



Bastien DOUTRE
Chef de projet
06 23 45 67 89
b.doutre@agence.evenemenciel.fr



1 Place de la Comédie, 69001 LYON
04 72 10 30 30
www.lyon.fr

CONVENTION DE PARTENARIAT AVEC DEEZER



DEEZER

Convention de partenariat

Entre les soussignés :

Re Lyon Nous dont le siège social est situé au 18-20 Rue Tronchet, 69006 Lyon, représentée par la Ville de Lyon, ci-après dénommée « Le Prestataire », d'une part,

Et

L'entreprise Deezer dont le siège social est situé au 24 rue de Calais 75009 Paris, représentée par (Monsieur Alexis Lanternier, directeur Général de la société Deezer, ci-après dénommée « Le Client », d'autre part.

Il a été convenu ce qui suit :

Le Prestataire poursuit depuis plusieurs années un objectif d'augmenter sa notoriété. Dans ce contexte, le Prestataire souhaite collaborer avec une entreprise qui lui permettrait d'atteindre plus facilement cet objectif.

Spécialiste de plateforme de distribution numérique dédiée à l'écoute de musique en streaming, le Client propose au Prestataire de mettre à disposition toute son expertise et tout son savoir-faire. Ensemble, le Prestataire et le Client concluent cette convention de partenariat encadrée par les éléments principaux indiqués ci-après.

I. Objet de la convention

La présente convention intervient dans le cadre du projet du festival Re-Lyon Nous.

II. Engagements des parties

Le Prestataire s'engage à faire apparaître le logo et le nom du client sur ses visuels et lieux de rassemblement public. De son côté, le Client s'engage à communiquer sur l'événement et ses offres promotionnelles à cette occasion.

III. Durée de la convention

La convention de partenariat est conclue pour une durée d'une édition (2025) du festival Re-Lyon Nous, à compter de sa date de signature. Elle pourra être prorogée d'un commun accord entre les deux Parties. À l'issue de cette convention, il sera rédigé un rapport destiné à établir la synthèse des travaux menés et le bilan des actions réalisées dans le cadre du partenariat.

IV. Confidentialité

Les deux Parties s'engagent à ne divulguer aucune information confidentielle qui pourrait lui être communiquée sur l'autre Partie dans le cadre de ce partenariat.

V. Droit applicable

La présente convention est régie par le droit français. Tout litige fera d'abord l'objet d'une tentative de règlement à l'amiable par voie de conciliation avant d'être porté devant les tribunaux compétents.

Faite en autant d'exemplaires que de Parties

À Lyon, le 29 octobre 2024

Signature du Prestataire

Signature du Client



CAMPAGNE D'INFLUENCE



DEEZER

STYLETO :
AMBASSADRICE
DEEZER

Objectif = notoriété



FOUTRAK :
INFLUENCEUR RUNNING/SPORT
Objectif = engouement des sportifs et inscriptions



ANGIE MAMAN 2.0 :
INFLUENCEUR LIFESTYLE FAMILLE
Objectif = engouement des familles et inscriptions



CAMPAGNE D'INFLUENCE

INFLUENCEUR N°1

Objectif de ce partenariat : augmenter la notoriété de l'évènement.

QUI EST-ELLE ?

- Créatrice lifestyle sur YouTube (648k abonnés), influenceuse Instagram (787k abonnés), et artiste pop/chanson.
- **Musique** : Album Carrousel (2022, reprises), titres originaux comme "Dans la moyenne" et "Se casser".
- **Popularité** : Viral grâce à une reprise de Ben Mazué ("Gaffe aux autres") avec 3M de vues.
- **Style** : Authentique, aborde des thèmes sociaux avec autodérision et émotion.

POURQUOI ELLE ?

- **Portée locale et nationale** : Originaire de Lyon et très attachée à la ville.
- **Communauté engagée** : Audience fidèle et proche de l'influenceuse.
- **Image inspirante** : Modèle de confiance en elle et personnalité solaire.
- **Contenu de qualité** : Visuel et narratif captivants, fort engagement du public.



STYLETO

Chanteuse et influenceuse



985 publications
787 k followers
865 suivi(e)s



652k Followers

CAMPAGNE D'INFLUENCE

INFLUENCEUR N°2

Objectif de ce partenariat : engouement des sportifs et inscriptions.



FOUTRAK

Influenceuse running/sport

QUI EST-ELLE ?

- **Passions** : Elle est passionnée de course à pied, de randonnée et d'autres sports d'endurance, qu'elle pratique avec intensité.
- **Philosophie** : Plus qu'une recherche de performance, elle valorise l'expérience et le plaisir de se dépasser.
- **Communauté** : Sur Instagram, elle partage ses aventures sportives et inspire une audience de coureurs et randonneurs.
- **Engagement** : Elle organise des événements comme des randonnées pour réunir ses abonnés



3400 publications

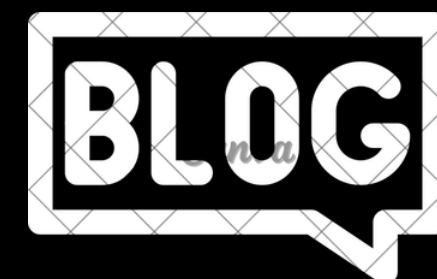
57 k followers

299 suivi(e)s

POURQUOI ELLE ?

- **Crédibilité sportive** : valeurs de détermination et passion.
- **Portée locale** : Lyonnaise.
- **Communauté engagée**
- **Image inspirante** : Modèle de résilience, encourage le dépassement de soi.

Foutrak
[Click here to visit the page.](#)



CAMPAGNE D'INFLUENCE

INFLUENCEUR N°3

Objectif de ce partenariat : engouement des familles et inscriptions.

QUI EST-ELLE ?

- **Chaîne YouTube** : Active depuis 2015, elle partage des vidéos humoristiques sur sa vie de mère et épouse, cumulant plus d'un million d'abonnés
- **Thèmes abordés** : Maternité, vie de famille, anecdotes humoristiques. Conseil et soutien aux femmes grâce à son expérience en tant que conseillère conjugale et familiale.
- Auteure d'un livre sur sa vie et ses expériences en tant que mère.

POURQUOI ELLE ?

- **Crédibilité auprès des familles**
- **Portée locale** : Lyonnaise.
- **Communauté engagée**



ANGIE MAMAN 2.0
Influenceuse lifestyle famille










2200 publications
111 k followers
2876 suivi(e)s



1 million Followers

CAMPAGNE D'INFLUENCE : GRILLE TARIFAIRE



	NANO (0-10K)	MICRO (10-100K)	MACRO (+ de 100K)	TOP (+ de 100K)	Au-delà de 3 MILLIONS d'abonnés
 Instagram					
Post	0 - 165 €	155 - 1,900 €	1,900 - 5,000 €	5,000 - 25,000 €	25,000 € à plusieurs centaines de milliers d'€
Live	0 - 400 €	400 - 2,500 €	2,500 - 8,000 €	8,000 - 40,000 €	40,000 € à plusieurs centaines de milliers d'€
Reels	0 - 300 €	300 - 2,500 €	2,500 - 6,500 €	6,500 - 35,000 €	35,000 € à plusieurs centaines de milliers d'€
Stories	0 - 90 €	90 - 1,400 €	1,400 - 5,200 €	5,200 - 24,000 €	24,000 € à plusieurs centaines de milliers d'€
 Twitter					
Post	0 - 40 €	40 - 400 €	400 - 800 €	800 - 6,400 €	6,400 € à plusieurs centaines de milliers d'€
 Facebook					
Publication	0 - 80 €	80 - 800 €	800 - 2,400 €	2,400 - 12,000 €	12,000 € à plusieurs centaines de milliers d'€
 Snapchat					
Snap	0 - 100 €	100 - 800 €	800 - 2,000 €	2,000 - 10,000 €	10,000 € à plusieurs centaines de milliers d'€
 Youtube – Attention dépend surtout du nb de vues					
Video	0 - 2,500 €	2,500 - 10,000 €	10,000 - 18,000 €	18,000 - 50,000 €	50,000 € à plusieurs centaines de milliers d'€
 Tiktok					
Post	0 - 130 €	130 - 500 €	500 - 4,800 €	4,800 - 12,000 €	12,000 € à plusieurs centaines de milliers d'€
 Twitch – Attention dépend surtout du nb de vues					
Live	0 - 200 €	200 - 1,900 €	1,900 - 5,500 €	5,500 - 25,000 €	25,000 € à plusieurs centaines de milliers d'€

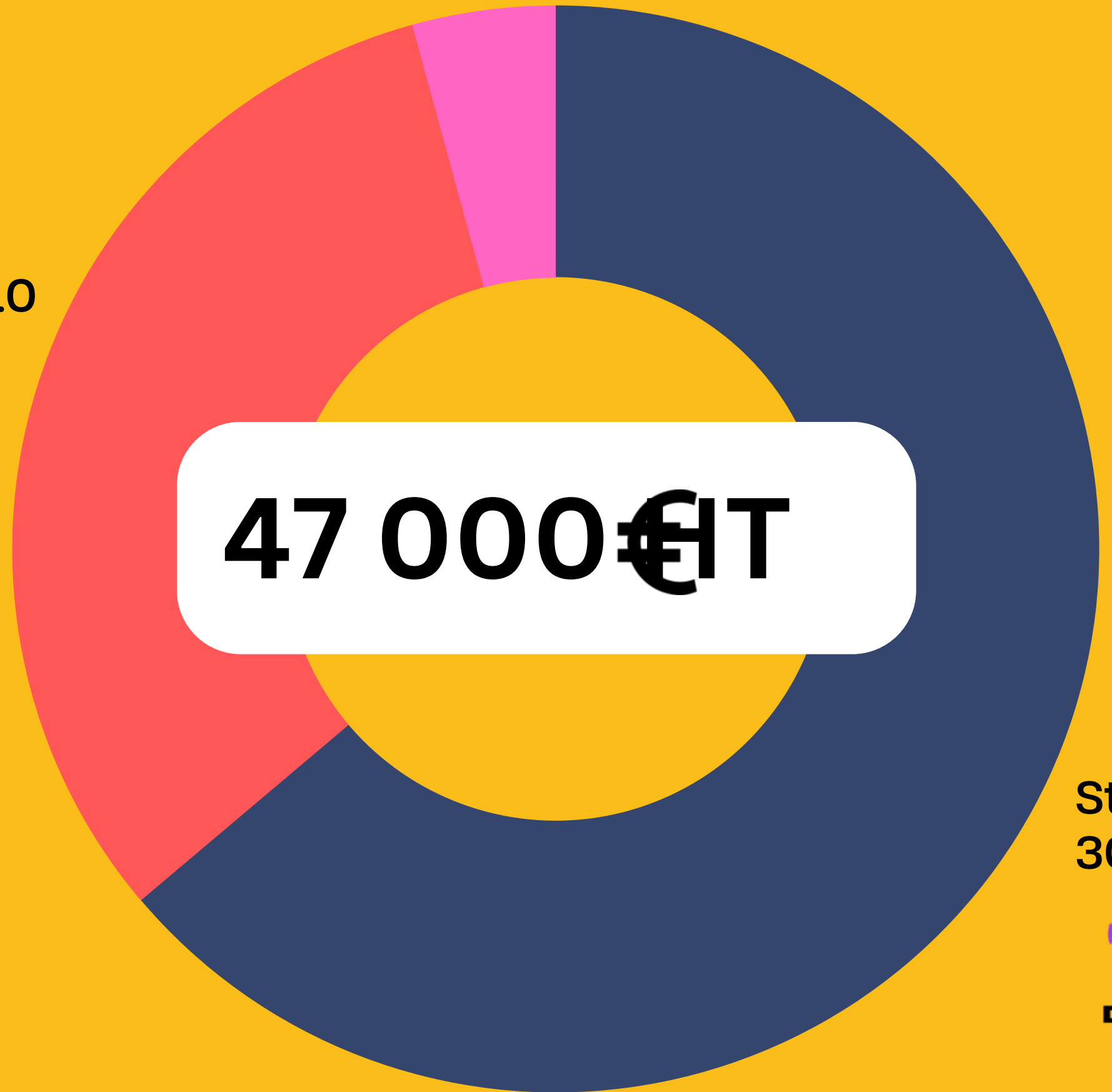
CAMPAGNE D'INFLEUNCE : BUDGET GLOBAL

*en collaboration avec



Angie Maman 2.0
15000

Foutrak
2000



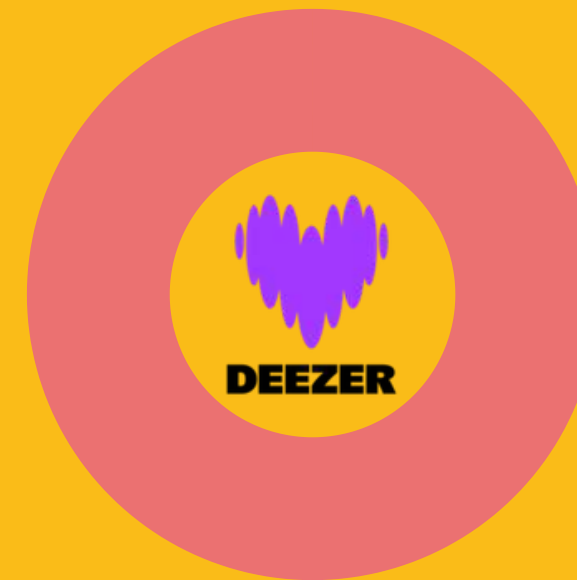
Styleto
30000



RÉPARTITION DU BUDGET EN € (HT) PAR ACTION

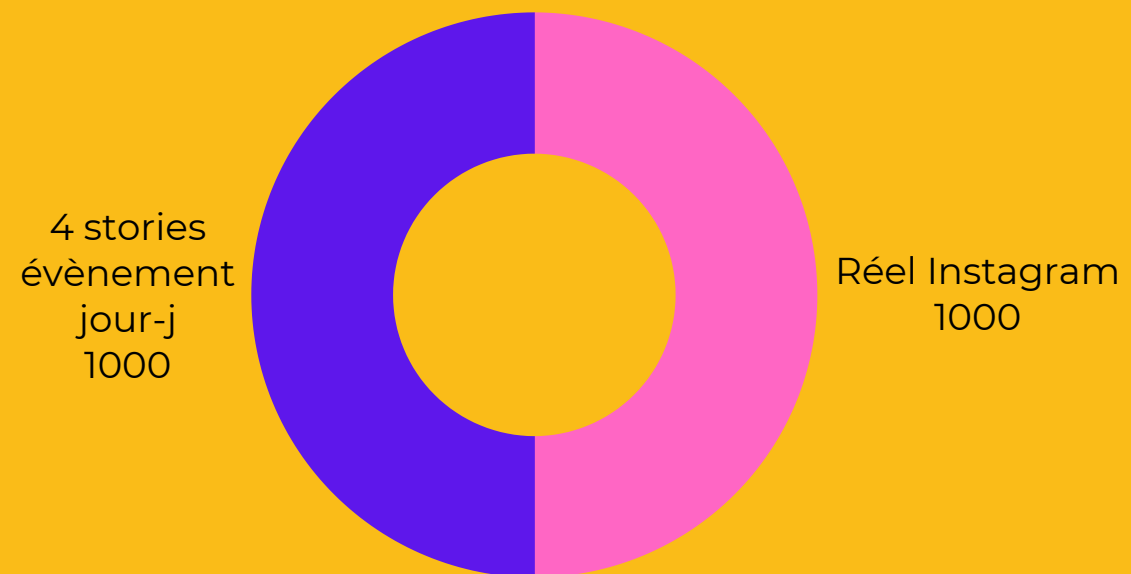


STYLETO



Story cross-postée
10000

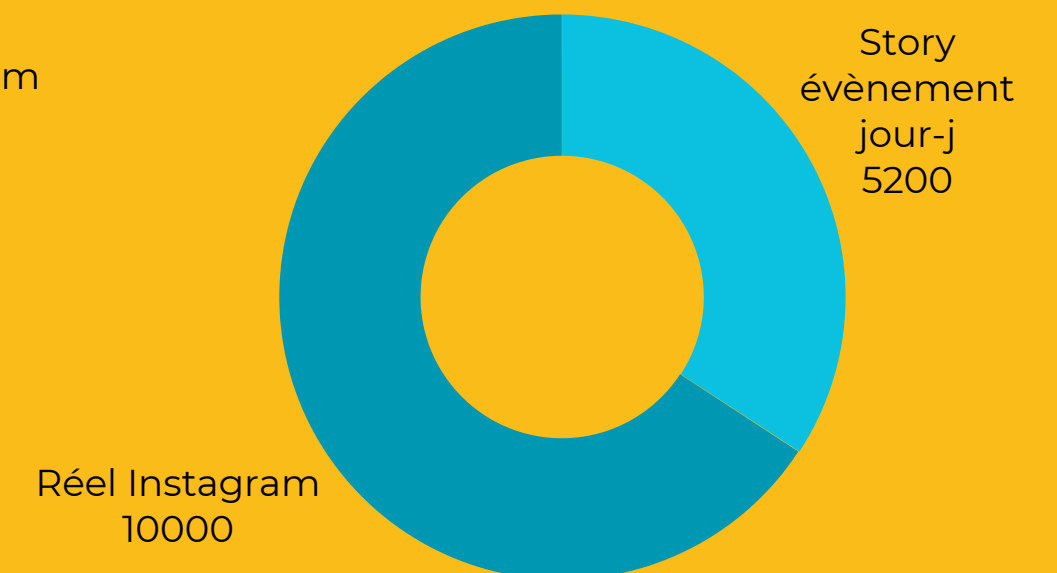
FOUTRAK



4 stories évènement
jour-j
1000

Réel Instagram
1000

ANGIE MAMAN 2.0



Story évènement
jour-j
5200

Réel Instagram
10000

- **Taux d'engagement** sur les publications RS
- nombre de partages, commentaires, mentions j'aime.
- **Mentions et hashtags** suivant le lancement du partenariat avec Deezer.
- **Taux de conversion et ventes générées** - réservation de billets de participation au festival.
- **Taux de notoriété** - questionnaires
- **Taux de satisfaction** : Questionnaires envoyés par e-mail aux participants suite à l'évènement.
- Calculer **ROI** en fonction des frais engendrés.



KPI'S : campagne d'influence

Pour les éditions suivantes :

ET SI LA CAMPAGNE NE MARCHE PAS ?

- Établir un suivi des KPIs plus poussé afin de repérer les potentielles failles et les points faibles du contenu produit.
- Évaluer la segmentation de l'audience afin de vérifier si le public atteint correspond bien à la cible prévue.
- Renforcer l'attractivité et la pertinence des contenus afin de susciter un intérêt plus marqué et capter l'attention du public ciblé. Cela peut passer par l'optimisation des visuels, en choisissant des images et designs plus percutants qui se démarquent facilement dans le fil d'actualité ou sur le support de diffusion.

- **Ventes générées** - réservation de billets de participation au festival.
- **Taux de notoriété** - questionnaires
- **Taux de satisfaction** : questionnaires envoyés par e-mail aux participants suite à l'événement.
- **Nombre de passeports complets** : permet de voir si de nombreux participants ont suivi l'entièreté du parcours (mise en avant de l'implication).
- **Nombre de places données pour "Les nuits de fourvière"** : permet d'observer l'intérêt des participants pour cette récompense ainsi que leur implication sur la journée.
Calculer **ROI** en fonction des frais engendrés.



KPI'S : post-événement

Pour les éditions suivantes :

ET SI L'ÉVÉNEMENT NE MARCHE PAS ?

- Établir un suivi des KPIs plus poussé afin de repérer les potentielles failles et les points faibles du contenu produit.
- Refaire un point sur les problèmes organisationnels observés par les bénévoles, animateurs ou encore par les professionnels conviés.
- Faire un bilan des retours des participants à travers les questionnaires mais également à travers des feedbacks à chaud.

Plan de Communication : un outil de gestion de projet

Décembre
2024

Phase de Pré-
lancement

Mai
2025

TEASER DE L'ÉVÈNEMENT (DÉCEMBRE 2024 - FÉVRIER 2025)

- **OBJECTIF** : CRÉER L'ANTICIPATION ET L'ENGAGEMENT POUR L'ÉVÈNEMENT.
- **ACTIONS** :
 - CAMPAGNES DE TEASING SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX (RÉELS, CARROUSELS INSTAGRAM)
 - TEASING SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX DE NOTRE PARTENAIRE : LES NUITS DE FOURVIÈRE + ARTICLE DE BLOG SUR LEUR SITE
 - INTERVIEW PLATEAU BFM
 - CRÉATION D'UNE PAGE ÉVÈNEMENTIELLE SUR LE SITE OFFICIEL DE LA VILLE DE LYON, AVEC UN COMPTE À REBOURS.
 - SÉRIE IMMERSIVE DES LIEUX EMBLÉMATIQUES DÉCLINÉE SUR LES PLATEFORMES
- **CANAUX UTILISÉS** : INSTAGRAM, FACEBOOK, SITE INTERNET

RELATIONS PRESSE & INFLUENCEURS (JANVIER - MAI 2025)

- **OBJECTIF** : OBTENIR DES PUBLICATIONS ANTICIPÉES POUR SENSIBILISER UN PUBLIC LARGE ET VARIÉ. LANCEMENT DES INSCRIPTIONS À J-30 DE LA DATE DE LANCEMENT.
- **ACTIONS** :
 - INVITATIONS ENVOYÉES À DES INFLUENCEURS LOCAUX LIFESTYLE, DE INFLUENCEURS LOCAUX SPORTIFS ET DES INFLUENCEURS LOCAUX CIBLÉS MUSIQUE
 - COMMUNIQUÉ DE PRESSE ENVOYÉ AUX MÉDIAS LOCAUX (LE 13 MAI 2024)
 - PARTENARIAT AVEC RADIO SCOOP POUR UN SPOT RADIO
 - FORMULAIRE D'INSCRIPTION RELAYÉ SUR TOUS LES SUPPORTS DE COMMUNICATION
- **CANAUX** : INVITATIONS ENVOYÉES SUR INSTAGRAM, LA PRESSE LOCALE (LE PROGRÈS, TRIBUNE DE LYON), SITES D'ACTIVITÉS CULTURELLES (SORTIR À LYON), SITE DE LA VILLE DE LYON. RADIO SCCOP

AFFICHAGE DANS LA VILLE (MARS - JUIN 2025)

- **OBJECTIF** : ATTIRER L'ATTENTION DES HABITANTS ET VISITEURS DE LYON EN AMONT DE L'ÉVÈNEMENT.
- **ACTIONS** :
 - MISE EN PLACE D'AFFICHES ET DE PANNEAUX PUBLICITAIRES SUR DES LIEUX CLÉS DE LA VILLE (STATIONS DE MÉTRO TRÈS PASSANTES COMME BELLECOUR, HÔTEL DE VILLE, CORDELIERS, CHARPENNES, PART DIEU, VIEUX LYON ET SUR LES GRANDES PLACES CONNUES DE LYON)
 - DISTRIBUTION DE FLYERS DANS DES LIEUX FRÉQUENTÉS (CAFÉS, CINÉMAS, MUSÉES, À PROXIMITÉ DES ÉCOLES, DANS LA RUE DE LA RÉPUBLIQUE ET LA RUE VICTOR HUGO)
 - DIFFUSION DE VIDÉO TEASING DANS LES CINÉMAS PATHÉ
- **CANAUX** : AFFICHAGE PUBLIC, PARTENARIATS AVEC DES POINTS DE DISTRIBUTION LOCAUX.

Plan de Communication : un outil de gestion de projet

Mai
2025

Phase de
Lancement

Juin
2025

CAMPAGNE RÉSEAUX SOCIAUX & MARKETING DIGITAL (JUIN 2025)

- **OBJECTIF** : MAXIMISER LA VISIBILITÉ DE L'ÉVÉNEMENT AUPRÈS DE LA POPULATION CIBLE ET INCITER À LA PARTICIPATION.
- **ACTIONS** :
 - STORIES QUOTIDIENNES ET PUBLICATIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX DE LA VILLE DE LYON PRÉSENTANT LES ACTIVITÉS EN AVANT-PREMIÈRE.
 - PUBLICATION DU PLAN DES ACTIVITÉS SUR LES RÉSEAUX, INCLUANT DES INFOS PRATIQUES (HORAIRE, LIEUX, ACCESSIBILITÉ).
 - PUBLICATIONS RÉGULIÈRES DE NOS PARTENAIRES (DEEZER, NUITS DE FOURVIÈRE)
 - CAMPAGNES PUBLICITAIRES CIBLÉES SUR FACEBOOK, INSTAGRAM, ET GOOGLE ADS.
 - GOODIES PERSONNALISÉS

CANAUX : INSTAGRAM, FACEBOOK, SITES OFFICIELS, SITE DE LA VILLE DE LYON, GOOGLE ADS.

PARTENARIATS AVEC DES ENTREPRISES LOCALES ET ACTEURS CULTURELS (JUIN 2025)

- **OBJECTIF** : ACCROÎTRE L'ATTRACTIVITÉ ET LA PORTÉE DE L'ÉVÉNEMENT.
- **ACTIONS** :
 - INTÉGRER DES ENTREPRISES LOCALES :
LA VILLE DE LYON, LA CARSAT, LES BEAUX ARTS DE LYON, LE THÉÂTRE DE LA CROIX ROUSSE, LE FOOD TRUCK LE MOULIN (NOURRITURE ÉCORESPONSABLE), LA CIGALE DE LYON, RADIO SCOOP
- **CANAUX** : PARTENARIATS LOCAUX

Plan de Communication : un outil de gestion de projet

Juin
2025

Phase
Post-événement

Juillet
2025

RÉCOLTE DE TÉMOIGNAGES ET RETOURS D'EXPÉRIENCE (JUIN - JUILLET 2025)

- **OBJECTIF** : CAPITALISER SUR LE SUCCÈS DE L'ÉVÉNEMENT POUR RENFORCER L'IMAGE DE MARQUE.
- **ACTIONS** :
 - DEMANDER AUX PARTICIPANTS DE PARTAGER LEUR EXPÉRIENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ET D'AJOUTER LE HASHTAG #RELYONNOUS2025.
 - CRÉER UN MONTAGE VIDÉO DES MOMENTS FORTS DE L'ÉVÉNEMENT POUR DIFFUSION SUR LES RÉSEAUX.
- **CANAUX** : INSTAGRAM, FACEBOOK, SITE INTERNET

RETOUR SUR INVESTISSEMENT ET ENGAGEMENT GÉNÉRAL (JUIN - JUILLET 2025)

- **OBJECTIF**: CONNAÎTRE LES BÉNÉFICES GÉNÉRÉS SUITE AUX FRAIS ENGAGÉS POUR L'ÉVÈNEMENT ET MESURER LA PORTÉE ET L'ENGAGEMENT GÉNÉRÉ POUR CELUI-CI
- **ACTIONS** :
 - TAUX DE FRAIS ENGAGÉS PAR RAPPORT AUX VENTES GÉNÉRÉES
 - MESURER LE TAUX D'ENGAGEMENT EN FONCTION DES RÉACTIONS SUR CHACUN DES POSTS GÉNÉRÉS POUR L'ÉVÈNEMENT
 - SUITE AUX TÉMOIGNAGES, MESURER LA NOTORIÉTÉ

Budget relatif à la communication

- **Campagnes digitales** : 15000€HT(création de contenu et achat média)
- **Interview et partenariats médias** : 11000 € HT (interview et partenariat Radio Scoop)
- **Création de la page événementielle** : 1500€ HT
- **Affichage urbain (panneaux et flyers)** : 9 000€ HT
- **Relations presse et influenceurs** : 6000€ HT
- **Production audiovisuelle** : 4 500€ HT
- **Production de goodies personnalisés** : 6000 € HT

**Soit un total pour le
budget communication
de 53 000€ HT**

ATTESTATION DE NON-PLAGIAT

L'attestation de non-plagiat signée par notre groupe ce trouve **ici**.



ATTESTATION DE NON-PLAGIAT

Véritable engagement moral et personnel vis-à-vis de l'école, l'attestation de non-plagiat garantit la paternité de la production individuelle que vous soumettez aux intervenants, correcteurs et membres des jurys.

Ce document est à compléter individuellement et à remettre obligatoirement annexé à tous vos travaux professionnels tout au long de votre formation.

Ne pas produire cette attestation signée conduira à l'irrecevabilité du travail remis.

Nom : EKO LAMBERT CATTELIN PICARD GUICHARD DOUTRE POIROT

Prénom : Elina Adélie Ambre Eloïse Justine Bastien Orane

Date de naissance : 07/04/2002 19/01/2002 10/12/2001 01/12/2002 11/01/2001 19/04/2002
30/003/2000

Ecole : SUP' de COM

Formation : Mastère 2 - Manager de la Communication

Nom du dossier : Dossier de Communication Événementielle - Cas RE LYON NOUS

- Atteste sur l'honneur que le présent dossier a été écrit de ma main, que ce travail est personnel et que toutes les sources d'informations externes, les citations d'auteurs ainsi que l'utilisation d'outils d'assistance propulsés par l'intelligence artificielle ont été signalées de manière transparente et explicite, mentionnées conformément aux usages en vigueur, et utilisés exclusivement en tant qu'aide rédactionnelle.
- Certifie par ailleurs que je n'ai ni contrefait, ni falsifié, ni copié l'œuvre d'autrui afin de la faire passer pour mienne.
- Reconnaît que j'ai été informé(e) des sanctions prévues au « Guide de l'apprenant » en cas de plagiat.

Fait le : 21 / 11 / 2025

A (lieu) : Lyon

Signature de l'apprenant :

A series of handwritten signatures in black ink, corresponding to the names listed in the form above. The signatures are written in a cursive style.