LA MARSEILLAISE. DES FEMMES

17 OCTOBRE 2021

SUCCESS STORY



SUCCESS STORY LA MARSEILLAISE DES FEMMES 2021 SOMMAIRE



1	RETOUR SUR L'ÉDITION 2021 EN CHIFFRES	PAGE 3
2	PLAN DE COMMUNICATION 2021	PAGE 6
3	BILAN RÉSEAUX SOCIAUX	PAGE 20
4	REVUE DE PRESSE	PAGE 31
5	JOIE ET SOLIDARITÉ CHEZ LES MARSEILLAISES	PAGE 32
6	LES ANIMATIONS SPORTIVES, FUN ET FAMILIALES	PAGE 35
(7)	LES ANIMATIONS SANTÉ, BIEN-ÊTRE ET ENVIRONNEMENT	PAGE 37

SUCCESS STORY LA MARSEILLAISE DES FEMMES 2021 1. RETOUR SUR L'ÉDITION 2021 EN CHIFFRES*



- TENUE DE LA 11^{ème} ÉDITION, DU 15 AU 17 OCTOBRE 2021 : UNE ÉDITION PARTICULIÈRE APRÈS LA PANDÉMIE, 2 ANS ET DEMI APRÈS LA DERNIÈRE ÉDITION EN AVRIL 2019
- 6 033 INSCRITS
- + 192 % VS LMDF 2020 (ANNULATION 3 SEMAINES AVANT L'ÉVÉNEMENT), 18 % VS LMDF 2019 (RECORD TOUTES ÉDITIONS CONFONDUES AVEC 7 415 INSCRITS) ET + 16 % VS LMDF 2018
- 4 941 DOSSARDS RETIRÉS POUR UN TOTAL DE 4 561 PARTICIPANTS AYANT FRANCHI LA LIGNE D'ARRIVÉE





SUCCESS STORY LA MARSEILLAISE DES FEMMES 2021 1. RETOUR SUR L'ÉDITION 2021 EN CHIFFRES*



PROFIL DES PARTICIPANTS SUR L'ENSEMBLE DES INSCRITS

65% EN COURSE (SOIT 3 911 PERSONNES)
35% EN MARCHE (SOIT 2 122 PERSONNES)

91% DE FEMMES (SOIT 5 490 FEMMES)
9% D'HOMMES (SOIT 543 HOMMES)

30 % DES INSCRITS AGÉS ENTRE 16 ET 35 ANS 40 % DES INSCRITS AGÉS ENTRE 36 ET 50 ANS 30 % DES INSCRITS ONT PLUS DE 50 ANS

RÉPARTITION DES INSCRIPTIONS PAR CATÉGORIE

33 % EN ENTREPRISES ET ASSOCIATIONS (SOIT 1 989 PERSONNES)

30 % EN INDIVIDUEL (SOIT 1811 PERSONNES)

17% EN CHALLENGE MÈRE FILLES OU COPINES (SOIT 1 026 PERSONNES)
16% EN PACK ENTREPRISES PREMIUM (SOIT 966 PERSONNES)

4% EN CHALLENGE MIXTE (SOIT 241 PERSONNES)



FOCUS SUR LES CHALLENGES ENTREPRISES (HORS PARTENAIRES LMDF)

CATÉGORIE ENTREPRISES ET ASSOCIATIONS

55 ASSOCIATIONS POUR UN TOTAL DE 980 INSCRITS

112 ENTREPRISES POUR UN TOTAL DE 1 009 INSCRITS

CATÉGORIE PACK ENTREPRISES PREMIUM

26 ENTREPRISES POUR UN TOTAL DE 938 INSCRITS

1. RETOUR SUR L'ÉDITION 2021 EN CHIFFRES*















2. PLAN DE COMMUNICATION 2021



MEDIA EXTERNES

MÉTROPOLE AIX MARSEILLE PROVENCE

PARTENAIRE DE L'ÉVÉNEMENT

43 ÉCRANS DIGITAUX DANS LE CENTRE ET SUR LES
PLAGES
DIFFUSION D'UN VISUEL ANIMÉ
DURÉE TOTALE: 5 SEMAINES (\$23 / \$24 / \$25 / \$40 / \$41)

DÉPARTEMENT 13

PARTENAIRE DE L'ÉVÉNEMENT
MISE À DISPOSITION DU CAR PODIUM DÉPART
CONSTITUTION D'UNE ÉQUIPE DE COLLABORATRICES DU
DÉPARTEMENT
JEU CONCOURS

RÉGION SUD

PARTENAIRE DE L'ÉVÉNEMENT
MISE À DISPOSITION DU CAR PODIUM POUR L'ANIMATION
VILLAGE
CONSTITUTION D'UNE ÉQUIPE DE COLLABORATRICES DE LA
RÉGION
JEU CONCOURS

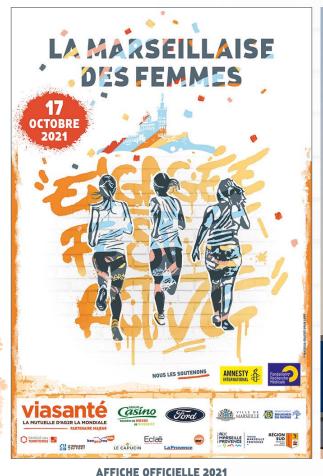
RTM

PARTENAIRE DE L'ÉVÉNEMENT
1/2 PARC D'ORIFLAMMES BUS
110 EMPLACEMENTS QUAIS MÉTRO
DURÉE: 1 SEMAINE (\$40)

2. PLAN DE COMMUNICATION 2021



MEDIA EXTERNES





CAMPAGNE DIGITALE MÉTROPOLE



VISUEL DE CAMPAGNE PUBLICITAIRE DANS LES BUS RTM



2. PLAN DE COMMUNICATION 2021



MEDIA EXTERNES

LA PROVENCE

PARTENAIRE DE L'ÉVÉNEMENT

BANNIÈRE GRAND FORMAT EN HOMEPAGE
(160 000 IMPRESSIONS) DURANT SEMAINE 39

HABILLAGE DU SITE LAPROVENCE.COM AUX COULEURS
DE LMDF LE SAMEDI 2 OCTOBRE

1 POST COBRANDÉ SUR FACEBOOK + RÉDACTIONNEL
(SITE WEB ET JOURNAL ET LA PROVENCE TV) DURANT
SEMAINE 37

RADIO STAR

PARTENAIRE DE L'ÉVÉNEMENT

100 SPOTS PROMOS EN JUIN

350 SPOTS PROMOS DU 1^{ER} SEPTEMBRE JUSQU'À

LA COURSE

1 JEU CONCOURS ORGANISÉ À L'ANTENNE

LES TERRASSES DU PORT

PARTENAIRE DE L'ÉVÉNEMENT

RÉSEAU CLEAR CHANNEL - AFFICHAGE

DYNAMIQUE DANS LE CENTRE COMMERCIAL

DURANT SEMAINE 38

PUBLICATION RÉSEAUX SOCIAUX

JEU CONCOURS

PRESSE HEBDO

MAGAZINE FEMINA 1/2 PAGE DE PUBLICITÉ BANNIÈRE SITE WEB RUBRIQUE FEMINA PROVENCE DURÉE : 1 SEMAINE (S38)

2. PLAN DE COMMUNICATION 2021



MEDIA EXTERNES

Art de Vivre

dir les angles.

La moins que l'on puisse dire est que l'année a été éprou-vante... Va-t-on retrouver du réconfort dans nos intérieurs ?

D'une certaine manière, la réponse est oui. Ces automne, les lignes inflexibles, droites et géométriques lassent la place à des formes plus arcondies et harmonieuses, ann d'angiset nos sens La tendance Squirola, appartie au printemps, se confirme significativement en cette fin d'amée, en réaction à l'austérité ambiante. Il s'agit d'une



chées... Côté deca, des mirairs rivoïdes appa- que peut apporter la laine bouclée. raissent sur les murs. Une véritable consolation

Un constat s'impose à nos mo-des de vio et à notre consem-mation : ce besoin de retour au naturel. Quelles sont les matières qui reflètent ce phé-nomène dans nes maisons ?

Aujourd'hus, la laine bouclée retient tous les sufpeut s'apparenter us pelage frité et laineux des moutors. Directement appliquée sur des fau-teuls, la laine bouclée invite au repos, à la écrente, au onconning... Très résistante et isolante, on la retrouve également sur des conssins et des prot être trut à fait associée au bois brus à la

contraction du rond et du carré, suit la fusion de – fois chaleureux et design, comme le chêne clair. square et circle. La douceur s'invete ainsi dans les 🔠 Il y auxsi, une monvance autour du buis brûlê, Le différentes pièces de la maison ; les angles brus Yakisugi, une technique de protection issue de s'effacent dans le mobilier, leavables sont condes. Japon. Initialement stillisé en façade extérieure. les coupes des canapés et fauteuils moins tran- ce matériau fort vient contraster avec la douceur

Et côté couleurs, à quel saint dolt-on se vouer ?

Pour apporter de la vie et égayer ce retour aux basiques, le jaune revient en frece il avait par ailleurs été lancé par Pantone en début d'année avec la gamme Illuminating, une nuance puiscante et easoloilée. Elle répondait à ce besoin de vitalité expérmée en post-crise, pour ramefrages. C'est une matière très chaleureuse, qui ner, par petites touches, de l'energie et de l'op tunisme au cueur de notre habitat. Ces couleurs lumineuses vicadront s'équilibrer avec de tomablés de grip, pour un côté patiné sensiblement inspiré des places de galets. On ambre ainsi de plaids, de quoi se lover bien au chaud pendant. A l'harmonie. Le vert viendre complèter cet état les soirs d'hiver, indéniablement, elle apporte diesprit, avec des camaious très tendances pour un côté naturel à notre mitérieur. Cette maljère cet hiver. Vert forèr, kaki ou au continue pantel et sauge, la palette sera tout en contraste.



1/2 PAGE DE PUBLICITÉ MAGAZINE FEMINA







POST COBRANDÉ FACEBOOK LA PROVENCE



2. PLAN DE COMMUNICATION 2021



MEDIA EXTERNES



JEU CONCOURS RADIO STAR SUR FACEBOOK



JEU CONCOURS LES TERRASSES DU PORT SUR INSTAGRAM



2. PLAN DE COMMUNICATION 2021



MEDIA LMDF

RÉSEAUX SOCIAUX & SITE WEB (ORGANIQUE)

COMMUNICATION EN CONTINU SUR LES MÉDIAS
OFFICIELS LMDF, À SAVOIR : SITE WEB + FACEBOOK +
INSTAGRAM + TWITTER + LINKEDIN + YOUTUBE
RÉALISATION D'UNE VIDÉO VIRALE AVEC LE DUO
MARSEILLAIS LES JOBASTRES (TOURNAGE JUIN ET
DIFFUSION LE 6 SEPTEMBRE 2021)

RÉALISATION D'UN CLIP AFTERMOVIE DE L'ÉDITION 2021 (EN COURS DE DIFFUSION)

NEWSLETTERS

ENVOI DE 6 NEWSLETTERS ENTRE FÉVRIER ET OCTOBRE

BASE D'ENVOI POUR CHAQUE NEWSLETTER : 14 000

CONTACTS

TAUX D'OUVERTURE MOYEN : 28 %

TAUX DE CLIC MOYEN: 3 %

RÉSEAUX SOCIAUX (PAID)

PUBLICATION SPONSORISÉE SUR FACEBOOK ET INSTAGRAM TOUT LE MOIS DE JUIN ET TOUT LE MOIS DE SEPTEMBRE

2. PLAN DE COMMUNICATION 2021



MEDIA LMDF



CLIP VIDÉO VIRAL RÉALISÉ PAR LES JOBASTRES PARODIE DU FILM « FORREST GUMP »



PUBLICATION LMDF
INFORMATIONS RETRAIT DE DOSSARD

NEWSLETTER LMDF NUMÉRO 4



2. PLAN DE COMMUNICATION 2021



MEDIA LMDF

MARRAINE & AMBASSADRICES

PRÉSENCE DE MARINA CHICHE, MARRAINE, LE JOUR DE LA COURSE

CHLOÉ BLEINC ET MAISON DORÉE (903 000 FOLLOWERS POUR CHLOÉ SUR INSTAGRAM, 87 000 SUR TIKTOK ET 200 000 SUR INSTAGRAM POUR MAISON DORÉE) AMBASSADRICE LAURENCE DEVOLDER @LASLEEVEDELAU DE MULTIPLES PUBLICATIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX EN OCTOBRE

PRESSE

ENVOI DE **COMMUNIQUÉS DE PRESSE** (OUVERTURE DES INSCRIPTIONS, ENTRAINEMENTS, CLIP VIRAL, PROGRAMME DE L'ÉVÉNEMENT, OPÉRATION OCTOBRE ROSE, ...)

POINT PRESSE AVEC LES REPRÉSENTANTS DES ÉLUS / COLLECTIVITÉS ET PARTENAIRES LE 20 SEPTEMBRE

JEUX CONCOURS

JEUX CONCOURS LMDF (AVEC VACANCES BLEUES)
JEUX CONCOURS ORGANISÉS PAR LES PARTENAIRES

2. PLAN DE COMMUNICATION 2021



MEDIA LMDF

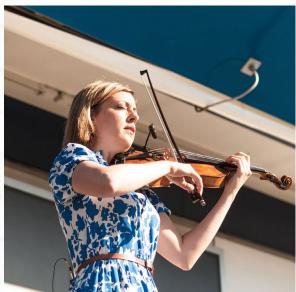


POST INSTAGRAM #LASLEEVEDELAU

POINT PRESSE AVEC ÉLUS COLLECTIVITÉS ET PARTENAIRES







MARRAINE MARINA CHICHE SUR LE CAR PODIUM

JEU CONCOURS LMDF & VACANCES BLEUES

2. PLAN DE COMMUNICATION 2021



HORS MEDIA

AFFICHETTES, SACS, GOODIES

DISTRIBUTION AUX PARTENAIRES ET PRINCIPALES ENTREPRISES CLIENTES DU CHALLENGE ENTREPRISES

TEE-SHIRTS BRANDÉS LMDF / VIASANTÉ,
SACS STYLE GYMBAG BRANDÉS LMDF / VIASANTÉ,
TEE-SHIRTS STAFF ET CASQUETTES LMDF POUR STAFF &
BÉNÉVOLES & MANUTENTIONNAIRES

ENTRAINEMENTS OFFICIELS

4 ENTRAINEMENTS ORGANISÉS À INTERVALLES RÉGULIERS ENVIRON 200 PARTICIPANTES

SIGNALÉTIQUE SUR LE VILLAGE LMDF

BRANDING DU VILLAGE AUX COULEURS DE L'ÉVÉNEMENT AVEC VALORISATION DES PARTENAIRES ET DU CARTOUCHE PARTENAIRES (KAKÉMONOS, BÂCHE PARCOURS, BÂCHE PLAN DU VILLAGE, BÂCHE PROGRAMME WEEKEND, PHOTOCALL ESPACE VIP)

SUPPORTS PRINT BRANDÉS LMDF

RÉALISATION DES SUPPORTS AUX COULEURS DE L'ÉDITION 2021, AVEC INTÉGRATION DES PARTENAIRES (DIPLOMES, DOSSARDS, PLANS D'ACCÈS, PLAN VILLAGE ENTREPRISES, PARCOURS)

2. PLAN DE COMMUNICATION 2021



HORS MEDIA







TEE SHIRT OFFICIEL 2021 - ARRIÈRE



GYMBAG OFFICIEL 2021



ENTRAINEMENT OFFICIEL AUX TERRASSES DU PORT



2. PLAN DE COMMUNICATION 2021



HORS MEDIA









BÂCHE INFORMATIONS VILLAGE PARCOURS

BÂCHE INFORMATIONS VILLAGE
PLAN DU VILLAGE

BÂCHE INFORMATIONS VILLAGE EMPLACEMENT STANDS BÂCHE INFORMATIONS VILLAGE PROGRAMME DU WEEKEND

2. PLAN DE COMMUNICATION 2021



HORS MEDIA







HABILLAGE VILLAGE



PHOTOCALL

KAKÉMONO

2. PLAN DE COMMUNICATION 2021



HORS MEDIA







DOSSARD

DIPLÔME



CARTE RETRAIT DOSSARD

3. BILAN RÉSEAUX SOCIAUX



FACEBOOK LMDF

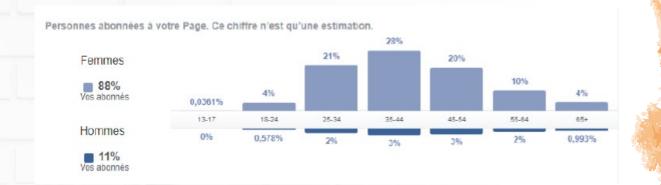
EN OCTOBRE 2021

11 079 ABONNÉS (VS 8 788 À MÊME ÉPOQUE EN 2019) DE FÉVRIER À OCTOBRE 2021

152 500 UTILISATEURS ATTEINTS
54 800 INTERACTIONS

AUDIENCE

Pays	Vos abonnés	Ville	Vos abonnés
France	10 544	Marseille	4 332
Algérie	119	Aix-en-Provence	300
Belgique	58	Paris	210
Canada	27	Aubagne	161
Maroc	24	La Ciotat	141
Suisse	23	Allauch	112
Italie	21	Martigues	101
Tunisie	21	Marignano	81
Espagne	18	Vitrollos	78
Réunion	18	Istres	72



3. BILAN RÉSEAUX SOCIAUX



FACEBOOK LMDF



LES MEILLEURES PUBLICATIONS



MERCI

10 570 PERSONNES TOUCHÉES

648 RÉACTIONS, COMMENTAIRES, PARTAGES



ANNONCE DE LA DATE DE LA COURSE
8 272 PERSONNES TOUCHÉES
510 RÉACTIONS, COMMENTAIRES, PARTAGES



TEE-SHIRT OFFICIEL DE LA 11^{èME} ÉDITION 6 001 PERSONNES TOUCHÉES 403 RÉACTIONS, COMMENTAIRES, PARTAGES

3. BILAN RÉSEAUX SOCIAUX



FACEBOOK LMDF



LES PUBLICATIONS SPONSORISÉES LES PLUS PERFORMANTES



Rendez-vous le 17 octobre 2021 sur les Plages du Prado à Marseille pour La Marseillaise des Femmes. Réservez votre dossard dès à présent.



MARSEILLAISEDESFEMMES.COM Inscriptions LMDF 2021 - La Marseillaise des Femmes

S'INSCRIRE

POST SPONSORISÉ DU 7 AU 27 SEPTEMBRE 2021
55 565 PERSONNES TOUCHÉES
1764 CLICS ET 2 301 INTERACTIONS



MARSEILLAISEDESFEMMES.COM Inscriptions LMDF 2021 - La Marseillaise des Femmes

S'INSCRIRE

POST SPONSORISÉ DU 15 AU 21 JUIN 2021 24 793 PERSONNES TOUCHÉES 812 CLICS ET 1 208 INTERACTIONS



Découvrez notre clip « Run across Marseille » qui met à l'honneur La Marseillaise des Femmes, ses valeurs et ses engagements

Pour réaliser ce projet, on a collaboré avec . Les Jobastres

On espère que vous apprécierez cette parenthèse au cœur du Parc Borély

Encore un grand merci aux partenaires et aux figurantes 😃

Inscrivez-vous à La Marseillaise des Femmes pour devenir l'actrice de votre course !



POST SPONSORISÉ DU 7 AU 14 SEPTEMBRE 2021
10 986 PERSONNES TOUCHÉES
459 CLICS ET 4 268 INTERACTIONS



3. BILAN RÉSEAUX SOCIAUX



INSTAGRAM LMDF

EN OCTOBRE 2021

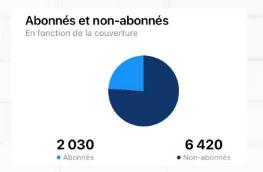
2 753 ABONNÉS (VS 2 302 EN JUILLET 2021)

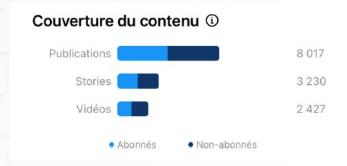
DE JUILLET À OCTOBRE 2021

8 450 COMPTES TOUCHÉS

AUDIENCE







LE RAYONNEMENT DU COMPTE DÉPASSE NOS ABONNÉS 6 420 PERSONNES NON ABONNÉES ONT ÉTÉ TOUCHÉES PAR NOS PUBLICATIONS (VIA LES HASHTAGS, CONCOURS, POSTS SPONSORISÉS)

3. BILAN RÉSEAUX SOCIAUX



INSTAGRAM LMDF







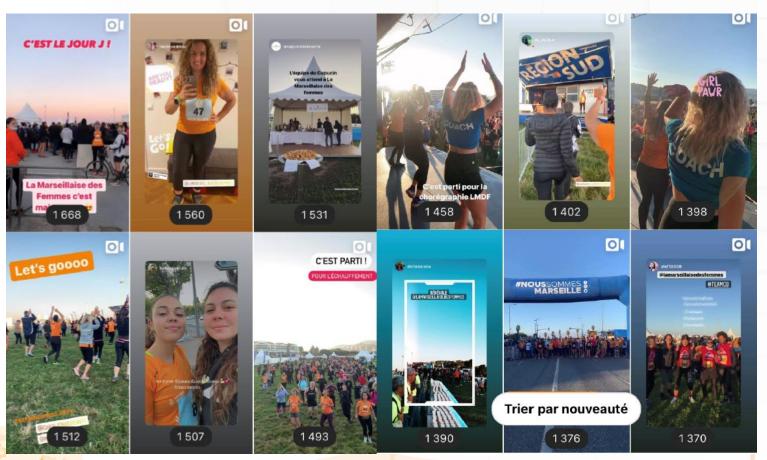


3. BILAN RÉSEAUX SOCIAUX



INSTAGRAM LMDF

LES STORIES



DURANT L'ÉVÉNEMENT, LES STORIES ONT ÉTÉ TRÈS REGARDÉES

PLUS DE 1 300 VUES EN MOYENNE PAR STORY

JOUR DE LA COURSE, PLUS DE 100 STORIES RÉALISÉES HORS MÉDIA LMDF (ENTREPRISES, PARTICIPANTES, INFLUENCEURS, ...)



3. BILAN RÉSEAUX SOCIAUX



INSTAGRAM

ILS ONT PARLÉ DE LA COURSE



OFFICE DE TOURISME MARSEILLE



OFFICE DE TOURISME MARSEILLE



@JENNYROMY (26 900 ABONNÉS SUR INSTAGRAM)



3. BILAN RÉSEAUX SOCIAUX



INSTAGRAM

ILS ONT PARLÉ DE LA COURSE



CMA CGM



LES TERRASSES DU PORT



STEFAN TISSEYRE
(110 000 ABONNÉS SUR INSTAGRAM)



3. BILAN RÉSEAUX SOCIAUX



COLLABORATION AVEC MAISON DORÉE

- MAISON DORÉE, MARQUE DE BIJOUX FANTAISIES, CRÉÉE EN MAI 2019 PAR L'INFLUENCEUSE MARSEILLAISE CHLOÉ BLEINC
- MAISON DORÉE (197 000 ABONNÉS SUR INSTAGRAM) ET CHLOÉ BLEINC (900 000 ABONNÉS SUR INSTAGRAM) : 2 COMMUNAUTÉS TRÈS IMPORTANTES EN FRANCE
- CETTE ANNÉE, MAISON DORÉE A CHOISI DE SOUTENIR LMDF ET A IMAGINÉ UN BIJOU SPÉCIAL POUR OCTOBRE ROSE
 10 % DES BÉNÉFICES RÉALISÉS SUR LES VENTES DE LA PINK SPARKLY HOOP REVERSÉS À FONDATION POUR LA RECHERCHE MÉDICALE



3 309 PERSONNES TOUCHÉES 134 RÉACTIONS, COMMENTAIRES, PARTAGES

> 2 216 PERSONNES TOUCHÉES 25 RÉACTIONS, COMMENTAIRES, PARTAGES







3. BILAN RÉSEAUX SOCIAUX

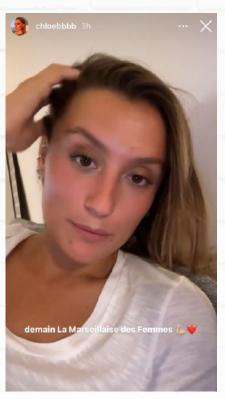


COLLABORATION AVEC MAISON DORÉE

STORIES RÉALISÉES PAR CHLOÉ BLEINC









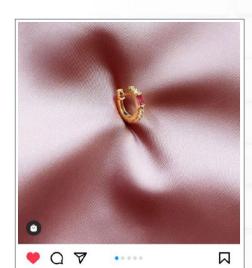
L'UNE DES INFLUENCEUSES LES PLUS IMPORTANTES DE SA GÉNÉRATION, ELLE A COMMUNIQUÉ GRACIEUSEMENT AUTOUR DE NOTRE ÉVÉNEMENT

3. BILAN RÉSEAUX SOCIAUX



COLLABORATION AVEC MAISON DORÉE

STORIES RÉALISÉES PAR MAISON DORÉE



Aimé par laurence_hybrid et 3192 autres personnes

maisondoreejewelry Découvrez notre nouvelle boucle d'oreille, la PINK SPARKLY HOOP

Ce bijou sera disponible en édition limitée à l'occasion d'Octobre Rose. Pour soutenir la recherche contre le cancer du sein, Maison Dorée s'associe à @lamarseillaisedesfemmes. Depuis 10 ans, La Marseillaise des Femmes est devenue le rendez-vous incontournable des coureuses du Sud de la France. Un moment unique,sportif, festif et convivial dédié aux Femmes et à leur cause.





4. REVUE DE PRESSE



LIEN CLIQUABLE POUR CONSULTER / TÉLÉCHARGER LA REVUE DE PRESSE 2021

HTTPS://MARSEILLAISEDESFEMMES.COM/WP-CONTENT/ UPLOADS/2021/10/REVUE-DE-PRESSE-LMDF-2021.PDF



SUCCESS STORY LA MARSEILLAISE DES FEMMES 2021 5. JOIE ET SOLIDARITÉ CHEZ LES MARSEILLAISES



- 9 ANIMATIONS FESTIVES SUR L'ENSEMBLE DU PARCOURS SUR LE THÈME DU CINÉMA (MUSIQUE, DANSE, KARATÉ, SABRE LASER, ...)
- VILLAGE PARTENAIRES ET EXPOSANTS TOURNÉ VERS LE BIEN-ÊTRE ET LA FÊTE
- 2 ASSOCIATIONS PARTENAIRES : AMNESTY AUBAGNE LA CIOTAT ET LE COMITÉ PACA DE LA FONDATION POUR LA RECHERCHE MÉDICALE
- 6 033 € SERONT REVERSÉS PAR LMDF ÉDITION 2021 À CHACUNE DES ASSOCIATIONS
- UNE OPÉRATION DANS LE CADRE D'OCTOBRE ROSE AVEC MAISON DORÉE ET L'INFLUENCEUSE MARSEILLAISE CHLOÉ BLEINC (VENTE D'UN BIJOU EN ÉDITION LIMITÉE ET PARTICIPATION À LMDF, AU PROFIT DE LA FONDATION POUR LA RECHERCHE MÉDICALE)

SUCCESS STORY LA MARSEILLAISE DES FEMMES 2021 5. JOIE ET SOLIDARITÉ CHEZ LES MARSEILLAISES













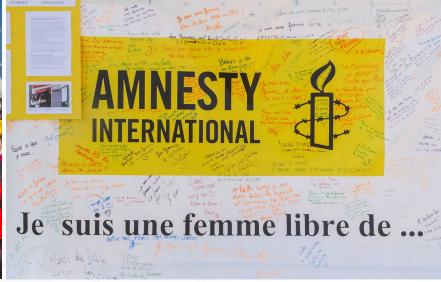


SUCCESS STORY LA MARSEILLAISE DES FEMMES 2021 5. JOIE ET SOLIDARITÉ CHEZ LES MARSEILLAISES















SUCCESS STORY LA MARSEILLAISE DES FEMMES 2021 6. LES ANIMATIONS SPORTIVES, FUN ET FAMILIALES



- RUNNING CARDIO, RENFORCEMENT MUSCULAIRE, CHORÉGRAPHIE LMDF AVEC NOTRE COACH RÉFÉRENTE CHARLIE, LES COACHS MASSILIA FIT ET L'ORANGE BLEUE LORS DES 4 ENTRAINEMENTS ORGANISÉS EN AMONT DE L'ÉVÉNEMENT ET SUR LE VILLAGE LE SAMEDI
- POUR RAPPEL, ENTRAINEMENTS GRATUITS ORGANISÉS EN AMONT DE L'ÉVÉNEMENT :

 ENTRAINEMENT#1 > DIMANCHE 30 MAI (FÊTE DES MÈRES), ENTRAINEMENT SPÉCIAL SUR LE PARCOURS LMDF PAR PETITS GROUPES
 ENTRAINEMENT#2 > SAMEDI 19 JUIN AUX TERRASSES DU PORT
 ENTRAINEMENT#3 > SAMEDI 25 SEPTEMBRE AU PARC BORELY
 ENTRAINEMENT#4 > SAMEDI 9 OCTOBRE AU PARC BORELY
- ECHAUFFEMENT EN MUSIQUE LE DIMANCHE MATIN, RETOUR AU CALME ET ÉTIREMENTS APRÈS L'ÉPREUVE
- ANIMATIONS SUR LE PODIUM VILLAGE LE SAMEDI : YOGA PAR CHARLIE, KUDURO FIT PAR LALAO, GYMNASTIQUE SUÉDOISE PAR MARIE DE MASSILIA FIT
- ANIMATION TEQ BALL SUR LE STAND MÉTROPOLE CT MARSEILLE
- STAND YOOQ, MARQUE MARSEILLAISE YOGA ET FITNESS
- ANIMATIONS ENFANTS : BABY-FOOT GÉANT, ATELIER MAQUILLAGE, JEUX DE SOCIÉTÉ, JEUX DE BALLON ET CHALLENGES AVEC NOTRE PARTENAIRE KANGOUROU KIDS SUR LES 3 JOURS

6. LES ANIMATIONS SPORTIVES, FUN ET FAMILIALES













SUCCESS STORY LA MARSEILLAISE DES FEMMES 2021 7. LES ANIMATIONS SANTÉ, BIEN-ÊTRE & ENVIRONNEMENT



- PRÉSENCE DES 2 ASSOCIATIONS AMNESTY INTERNATIONAL ET FONDATION POUR LA RECHERCHE MÉDICALE AVEC CONSTITUTION D'UNE ÉQUIPE POUR LA COURSE POUR CHAQUE ASSOCIATION
- STAND DES COMPLÈTEMENT FADADES AVEC ANIMATION CUSTOMISATION DE TEE-SHIRTS, TOMBOLA, ...
- MÉTROPOLE AIX MARSEILLE PROVENCE CONSEIL DE TERRITOIRE : YOGA DU RIRE, SOPHROLOGIE, RELAXATION
- MASSAGES PAR L'ÉCOLE DE KINÉSITHÉRAPIE IFMK
- PRÉSENCE DE 2 NATUROPATHES ET D'UN OSTÉOPATHE (CONSULTATIONS BIEN-ÊTRE OFFERTES)
- RELAX TRUCK « L'ORANGE PAS PRESSÉE »
- ASSOCIATION « CLEAN MY CALANQUES » QUI SENSIBILISE LE PUBLIC À L'ÉLIMINATION DU PLASTIQUE ET AU RAMASSAGE DES DÉCHETS SUR LES PLAGES ET CALANQUES

7. LES ANIMATIONS SANTÉ, BIEN-ÊTRE & ENVIRONNEMENT















SUCCESS STORY LA MARSEILLAISE DES FEMMES 2021 VOTRE CONTACT DÉDIÉ





LA MARSEILLAISE DES FEMMES

27 BOULEVARD NOTRE DAME LA SAUVADOURE - EOURES 13011 MARSEILLE



PAUL MASTERNAK

+33 (0)6 32 54 68 18 PAUL@MARSEILLAISEDESFEMMES.COM