



# Marketing

## Informations et directives à l'intention des organisateurs de compétitions organisées sous l'égide de Special Olympics Switzerland (SOSWI)

### Logos

Bei den Logos und deren Verwendung wird unterschieden zwischen dem Logo von SOSWI und dem Event Logo.

Le logo de SOSWI et le logo de l'événement ne peuvent pas être utilisés de manière interchangeable (je ne comprends pas cette phrase)

### LOGO DE SOSWI

L'organisateur a le droit d'utiliser le logo de SOSWI dans la communication de son événement.

L'organisateur ne peut pas céder ce logo à un tiers.

Toute utilisation du logo de SOSWI doit être approuvée au préalable par SOSWI et l'organisateur doit demander à SOSWI un «Bon à tirer» avant toute impression ou autre utilisation.

Le logo de SOSWI est disponible en trois versions. Dans la mesure du possible, c'est le logo gris et rouge qui est utilisé. Toutefois des versions noires ou blanches peuvent être demandées.



### LOGO DE L'ÉVÉNEMENT

L'organisateur a la possibilité de créer un logo pour son événement. Cependant ce dernier ne peut pas reprendre un élément graphique du logo de SOSWI (symboles, désignations). L'organisateur informe SOSWI de la création d'un logo et met celui-ci à la disposition de SOSWI afin que ce dernier puisse l'intégrer dans la feuille d'information de l'événement.

### Programme

Par expérience, un programme est un bon moyen de générer des recettes par des insertions publicitaires.

L'organisateur d'une compétition organisée sous l'égide de SOSWI est libre de créer un programme pour son événement. L'organisateur choisit le format, le nombre de pages, le contenu, le nombre d'insertions publicitaires et leurs prix.

Si un programme est édité, il doit respecter les points suivants :

La décision d'éditer un programme doit être prise au moins six semaines avant l'événement. A cette date, le format et le prix des insertions doivent être définis.

SOSWI peut faire sa promotion gratuitement dans ce programme. Le contenu de SOSWI sera envoyé dans les dix jours ouvrables et comprend.

- Editorial/message de bienvenue : 1 page
- Texte «A propos de Special Olympics»: 1 page
- Présentation des sponsors institutionnels de SOSWI : 1 page
- Les insertions publicitaires des Premium Partners (celles-ci sont payantes)

Les Premium Partners de SOSWI ont chacun droit à une insertion publicitaire d'une page. SOSWI met à disposition ces insertions publicitaires. SOSWI rembourse à l'organisateur les frais de publication en fonction des prix annoncés des insertions publicitaires. L'organisateur informe SOSWI du format des insertions publicitaires au moins six semaines avant la manifestation.

Si l'organisateur le désire, SOSWI peut demander à ses National Partners et à ses Supporters s'ils désirent prendre une insertion publicitaire payante dans le programme, et ce, jusqu'à six semaines avant l'événement. L'organisateur se charge directement de la facturation de ces insertions publicitaires.

Le programme doit également contenir des informations sur la compétition soit son programme, sa liste des participants, ses éventuelles règles, etc.

Au plus tard une semaine après l'événement, l'organisateur fait parvenir à SOSWI cinq exemplaires du programme que ce dernier transmettra aux Premium Partners.

## **Communiqués de presse**

L'organisateur est libre de publier des communiqués de presse sur l'événement. Dans ce cas, SOSWI a le droit de faire insérer un court texte d'information sur SOSWI à la fin du communiqué de presse. Ce texte standard est envoyé par SOSWI.

SOSWI reçoit les communiqués de presse avant leur publication afin de les relire.

## **Site internet/réseaux sociaux**

L'organisateur est libre de créer un site internet propre à l'événement et de communiquer par les réseaux sociaux. SOSWI doit seulement en être averti au préalable. Les liens, les hashtags, etc. doivent être mutuels et communs.

## Rapport et photos

Après l'événement, SOSWI met à disposition de l'organisateur ses canaux de communication (site internet et réseaux sociaux) pour la diffusion de photos et d'un compte-rendu sur l'événement.

Pour ce faire, l'organisateur doit envoyer son rapport et ses photos à SOSWI au plus tard cinq jours après l'événement.

Après accord, le contenu du compte-rendu peut être préparé par téléphone. SOSWI se chargera ensuite de le rédiger.

## Branding

SOSWI dispose d'un matériel de branding varié (bannière en tissu, panneaux indicateurs, wind flags, roll-ups, etc.). L'organisateur s'engage à utiliser un minimum de ce matériel de branding afin que l'événement soit reconnaissable comme un événement organisé sous l'égide de SOSWI.

L'organisateur doit utiliser le formulaire de SOSWI pour commander les bannières et les panneaux indicateurs. Le matériel sera envoyé par la poste et doit être renvoyé par l'organisateur après usage.

Pour les événements plus importants, du matériel de branding supplémentaire (wind flags et roll-ups) peut être mis à disposition, si SOSWI juge cela pertinent. La livraison et le renvoi du matériel sont organisés au cas par cas.

## Programme pour les invités

L'organisateur est libre d'organiser des activités d'accueil pour des invités (un apéritif par exemple). Dans ce cas, SOSWI a la possibilité d'y inviter gratuitement quatre personnes. SOSWI indique à l'organisateur en temps voulu si ce contingent sera utilisé et, si oui, qui seront les participants.

## Contact

**Irene Nanculaf**

*Head of Marketing*

**Special Olympics Switzerland**

Stadion Letzigrund, Badenerstrasse 500

CH-8048 Zürich

Bureau 0800 222 666

E-mail [nanculaf@specialolympics.ch](mailto:nanculaf@specialolympics.ch)