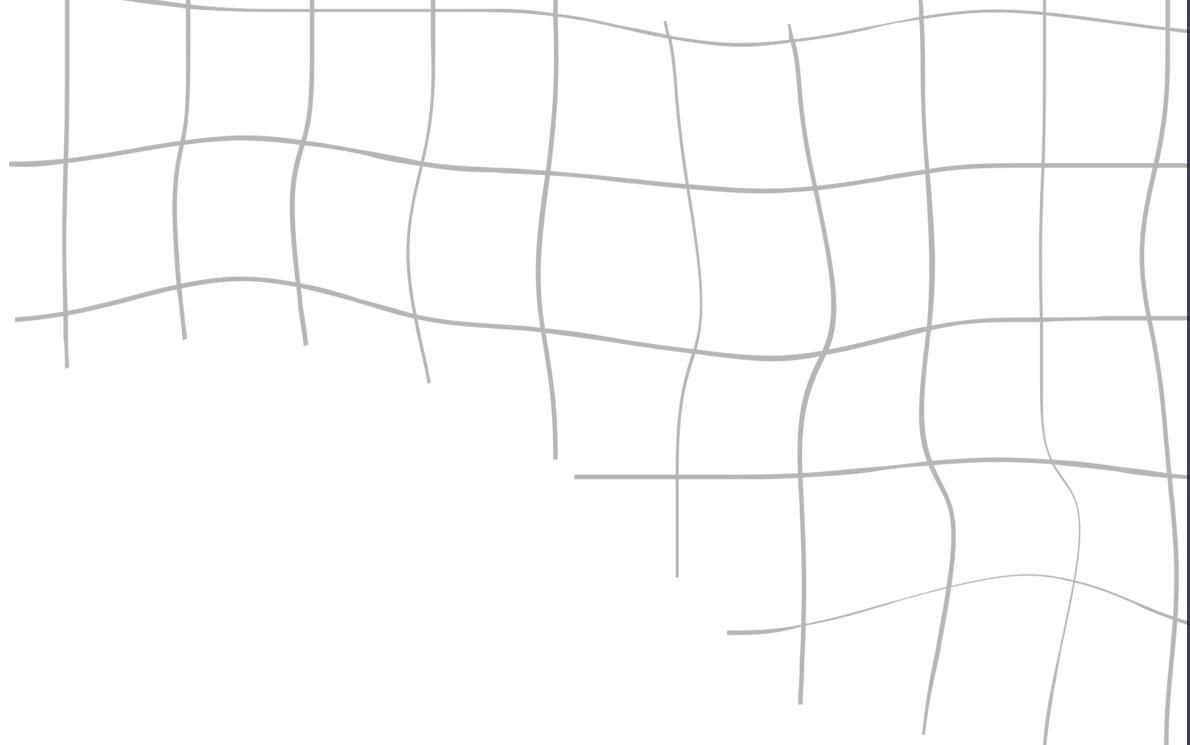


DÉVELOPPER UN ÉVÉNEMENT
SPORTIF

LE TOURNOI INTERNATIONAL DE L'US ST ANDRÉ-LEZ-LILLE

Comment développer l'attractivité d'un tournoi international réputé?



PLAYPULSE
VIVEZ LE SPORT EN DIGITAL

L'ÉQUIPE PLAYPULSE



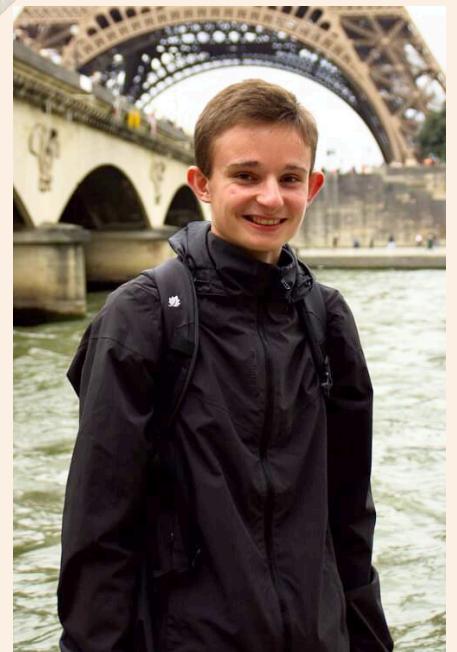
LYSANDRE RASSEL

SHERPA



ANTONIN LEFEBVRE

DIGITAL BOOSTER



HUGO MOLLET

DIGITAL BOOSTER



CLEMENT CALAIS

MARKET
INVESTIGATOR



PIERRE-CEDRIC MINIMBOU

MARKET
INVESTIGATOR



PLAYPULSE

VIVEZ LE SPORT EN DIGITAL

SOMMAIRE

1. HISTOIRE ET CONTEXTE

2. STRATÉGIE ET CIBLE MARKETING

- A. NOS CIBLES
- B. CONSTAT
- C. TOURNOI X ADIDAS

3. STRATÉGIE DE COMMUNICATION

- A. CHARTE GRAPHIQUE
- B. CALENDRIER EDITORIAUX
- C. EXEMPLE DE PUBLICATION





1

HISTOIRE ET CONTEXTE

L'HISTOIRE / CONTEXTE

UNE AMBITION LOCALE DEVENUE INTERNATIONALE

- Crée en 1997 par l'USSA Football & soutenu par la Ville
- Comité dédié professionnalisant dès 1999
- 114 équipes & 29 pays

27 ÉDITIONS D'EXCELLENCE SPORTIVE

- Une compétition U17 reconnue : clubs européens, américains et asiatiques
- 3 jours de matchs à haute intensité (4 poules de 3)
- Une finale pouvant dépasser les 2 000 spectateurs.

UN TOURNOI, UNE MARQUE À VALORISER

- Ancré dans le territoire
- Porté par des bénévoles et une communauté fidèle
- Un tournoi devenu une véritable marque...
→ prête à amplifier son rayonnement digital



PLAYPULSE
VIVEZ LE SPORT EN DIGITAL



2

STRATÉGIE ET CIBLE MARKETING

Cible actuelle



Tranche d'âge : 35/45 ans

Genre : Homme

Localisation : MEL

Les + de la cible

Revenus :

Garantissent la billetterie de base et les revenus de la buvette

Fidèle :

Moteur du bouche-à-oreille local & principale source de bénévolat et de soutien pour l'organisation

Les besoins manquants de la cible

Digitalisation :

Partage restreint au cercle proche
Plafond de la visibilité

Plafond des dépenses :

Dépenses axées sur la nécessité
Difficile d'augmenter leur panier moyen



Pistes de réflexions :

Proposition d'un tarif famille sur la billetterie

Philippe DETOR



Technicien Informatique

Âge : 42

Genre : Homme

Localisation : Marcq en Baroeul

Catégorie Socio Professionnelle

CSP / Revenu confortable / Profession Intermédiaire

Style de vie

Famille, Activités & Épanouissement

Réseaux utilisés



WhatsApp

Cible visée



Tranche d'âge : 18/25 ans

Genre : Homme

Localisation : MEL

Les + de la cible

Partage et réseaux :

Très actif sur les plateformes
Génération numérique
Partage cercles éloignés

Flexibilité :

Est influençable
Susceptible d'agir sur un coup de tête et
d'amener un groupe d'amis

Les besoins manquants de la cible

Expérimentuelle :

En recherche d'une expérience à vivre
Souhaite du divertissement à un tarif
abordable

Pistes de réflexions :

- Proposition d'un tarif étudiant sur la billetterie
- Proposition d'une offre entrée + boisson



Hugo ADAN



Etudiant en alternance chez Decathlon

Âge : 22

Genre : Homme

Localisation : Lille

Catégorie Socio Professionnelle

Etudiants & employés / Revenu modéré

Style de vie

Temps libre, Amis, Sortie

Réseaux utilisés





LE CONSTAT DES RÉSEAUX SOCIAUX

INSTAGRAM



Abonnés : 829

Taux d'engagement: **28 à 30%** très positif.
Beaucoup + de likes que de commentaires: textes
Peu engageants ni de **CTA**
Majorité de likes: comptes des photographes via
des collaborations

FACEBOOK



Plus d'abonnés: 2.4K
Taux d'engagement faible: 0.8%
Très peu de posts hors tournoi
Les followers: beaucoup de clubs

COMPARAISON DIGITALE & FINANCIÈRE

AXES	CIBLES	
	Cible actuelle 35–45 ans	Cible visée 18–25 ans
Portée digitale	Portée locale / partages limités	Portée étendue / fort potentiel viral
Engagement RS	Faible fréquence / audience passive	Très forte réactivité / partages naturels
Sponsoring digital	Modéré : 5–10% possible	Important : 15–25% possible
Panier moyen	~30€ (repas/buvette/snack pour la famille)	~10/15 € (boissons, snacks, petits extras)
Fréquence de dépense	Raisonnée / limitée (1 importante le midi & 1 pour snack enfant au goûter)	Petite dépense mais répétée (ex : 2–3 achats sur l'événement)
Attentes événements	Organisé, confort, infos claires	Expérience, contenus, ambiance





US SAINT ANDRÉ X ADIDAS

CO-NAMING

Ajout du logo Adidas sur toute la communication

Branding sur les panneaux de touche, arches d'entrée, backdrop interviews

Adidas devient le sponsor principal de l'édition

PACK ADIDAS

Des packs personnalisées pour :

- Les bénévoles,
- Les arbitres,
- Le staff de l'organisation



CHALLENGE ADIDAS

Mini-jeux animés pendant le tournoi :
Radar de vitesse de frappe
Défi précision
Concours de jongles
"Beat the Goalie"

Récompenses : produits Adidas et merchandising du tournoi

FOURNISSEUR OFFICIEL

Ballon officiel brandé
Distribution de ballons

ACTIVATION

Aren'Adidas - Animation sur les temps morts entre les matchs



LE TERRAIN X ADIDAS



AREN'ADIDAS 1V1



PLAYPULSE
VIVEZ LE SPORT EN DIGITAL



3

STRATÉGIE DE COMMUNICATION



PLAYPULSE
VIVEZ LE SPORT EN DIGITAL

CHARTE GRAPHIQUE & LOGO

TYPOGRAPHIE

FUTURA
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

- Police d'écriture moderne et élégante
- Présente sur le logo du club

PALETTE

HEX CODE
#000000

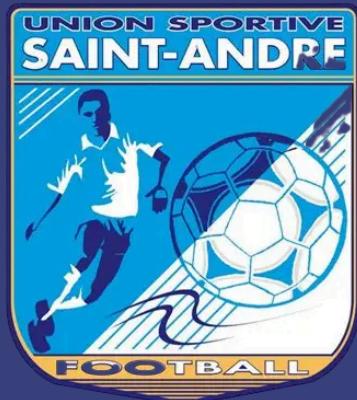
Couleurs modernes et dynamiques

Présentes sur le logo du club

HEX CODE
#B1A34E



SYMBOLES



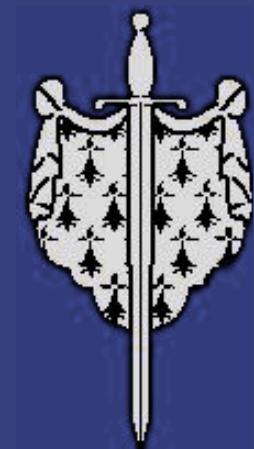
Logo du club — L'emblème central

Incarne l'identité, l'histoire et la fierté du tournoi.



Étoiles LDC — L'esprit compétitif

Rappel du côté prestigieux et compétitif & Clin d'œil visuel au trophée du tournoi



Armoiries de la Ville — L'ancre local

Marqueur local d'appartenance : le tournoi, c'est Saint-André, le club et sa ville

STYLE VISUEL

INTENSITÉ

ÉMOTION

PASSION

PROXIMITÉ



CALENDRIER ÉDITORIAL : INSTAGRAM

EN AMONT DE L'ÉVÉNEMENT

THÉMATIQUE	SUJETS	CIBLE	RÉSEAU SOCIAL	FORMAT	TONALITÉ	FRÉQUENCE	DATES
Annonce de la date du tournoi + présentation des équipes	« Save the Date + Who's Coming ? » Annonce officielle + premiers clubs confirmés	18-25 ans	INSTAGRAM 	Vidéo d'annonce des équipes Teasing rapide (reels) et post Instagram classique en portrait	Inspirant, dynamique, court, impactant. Utilisation de "punchlines" + emojis modérés	1 / semaine sur la période	Début janvier à fin mars
Vidéos d'anciens participants devenus pro + influenceurs football invités	« They Played Here » / « Avant de devenir pro » + annonce influenceurs invités à venir	18-25 ans	INSTAGRAM 	Vidéo de leur part pour annoncer leur présence avec un post de notre DA	Motivant et impactant plus petite anecdote. Invitation à venir en leur présence	1 / semaine sur la période	Mi mars à début mai (2 mois de publications cutdown)
Cutdown + Behind the scene	« J-X Before Kick-Off » + « Inside the Tournament » Coulisses : montage, bénévoles, organisation, ambiance	18-25 ans	INSTAGRAM 	Format classique sur des posts en portrait + stories	Energique, immersive et authentique : créer la hype tout en alimentant régulièrement le feed.	1 / semaine sur la période 2 et + à l'approche du tournoi avec stories	Février au début du tournoi

CHARTE ÉDITORIALE INSTAGRAM

EXEMPLE DE RÉDACTION D'UN POST



200 u17tournament HERE, future greats begin their story. 🌟

All teams for the 2026 U17 International Tournament in Saint-André lez Lille are officially confirmed... and the show is going to be incredible. 🔥

Quick reminder: RC Lens won the 27th edition... Who will lift the trophy this year? 🤔🏆

From May 22nd to 25th, the stars of tomorrow will light up the pitch.

Are you coming?

Tag your teammate 💬🔥 Share in story to stay tuned.

#U17Tournament #FutureStartsHere

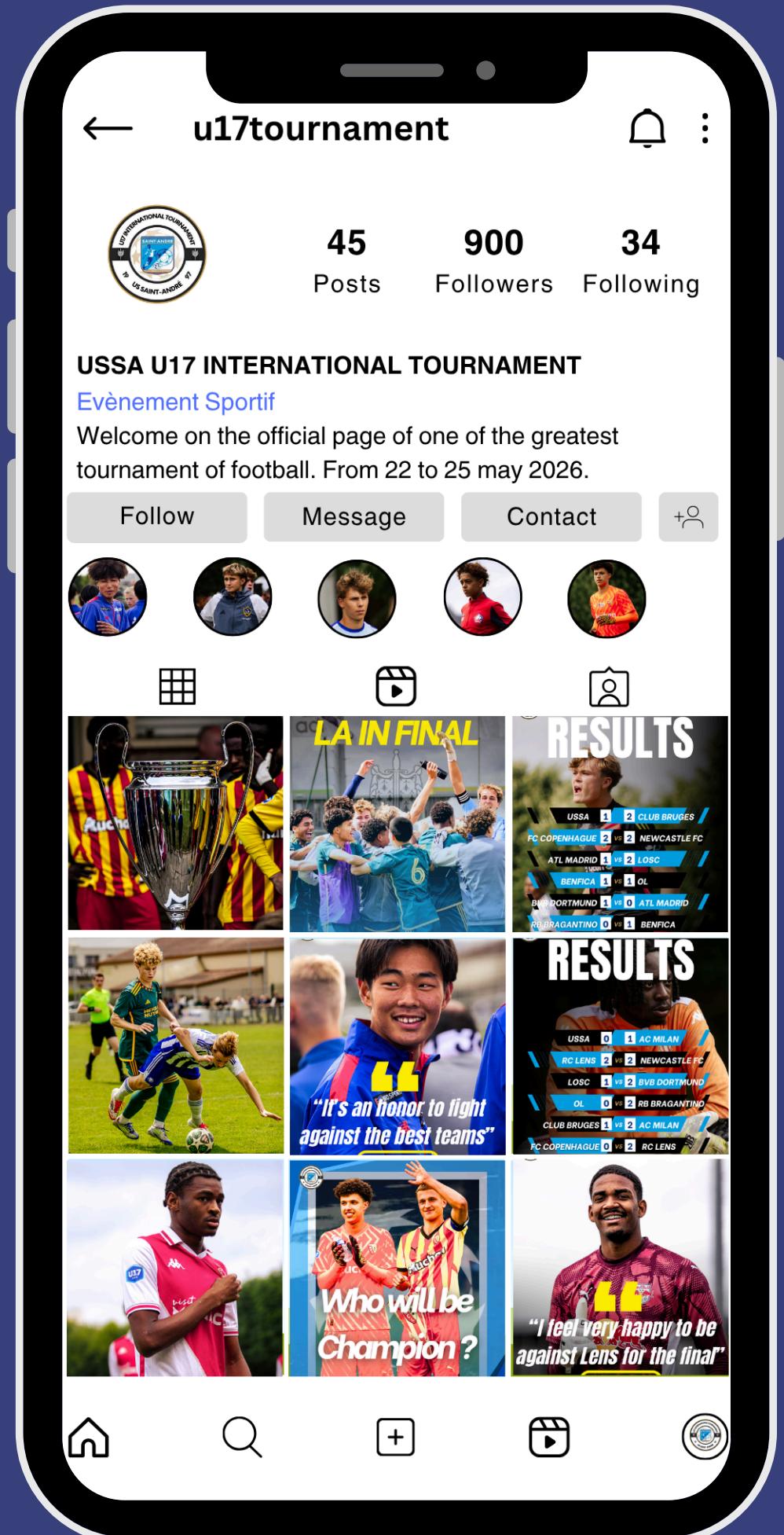
Eléments importants :

- Post court - donner les infos essentielles aux spectateurs
- Ton dynamique et impactant ce post répond à notre stratégie éditoriale
- Français + Anglais
- Mettre le lien de la billetterie en commentaire

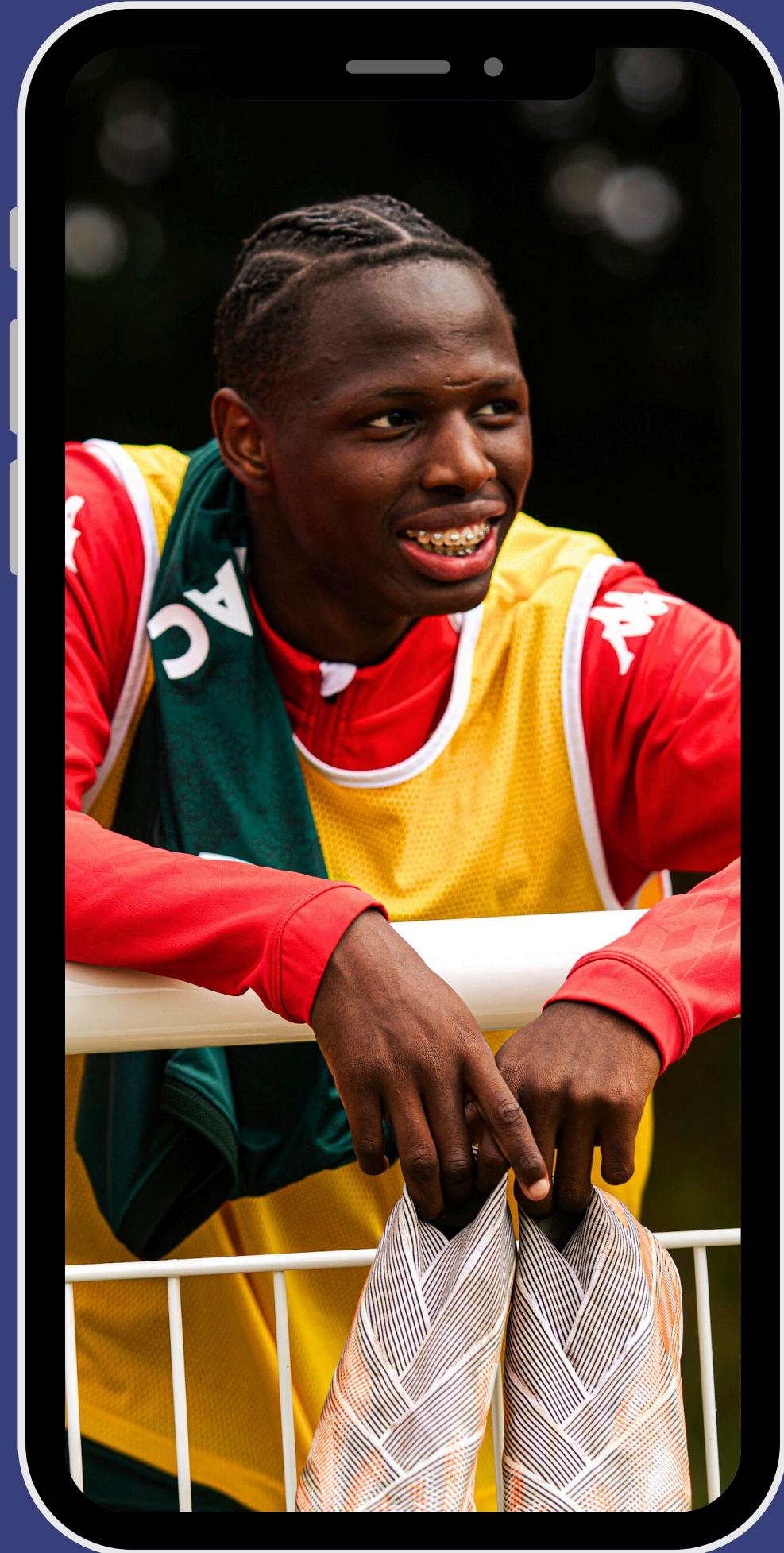
Tournure du message à faire passer :

“Le Tournoi de Saint-André-lez-Lille revient du 22 au 25 mai ! Rendez-vous pour trois jours de compétition dédiés aux meilleures équipes U17. Billetterie ouverte, rejoignez-nous pour vibrer pendant l’événement !”

COMPTE INSTAGRAM PENDANT LE TOURNOI:

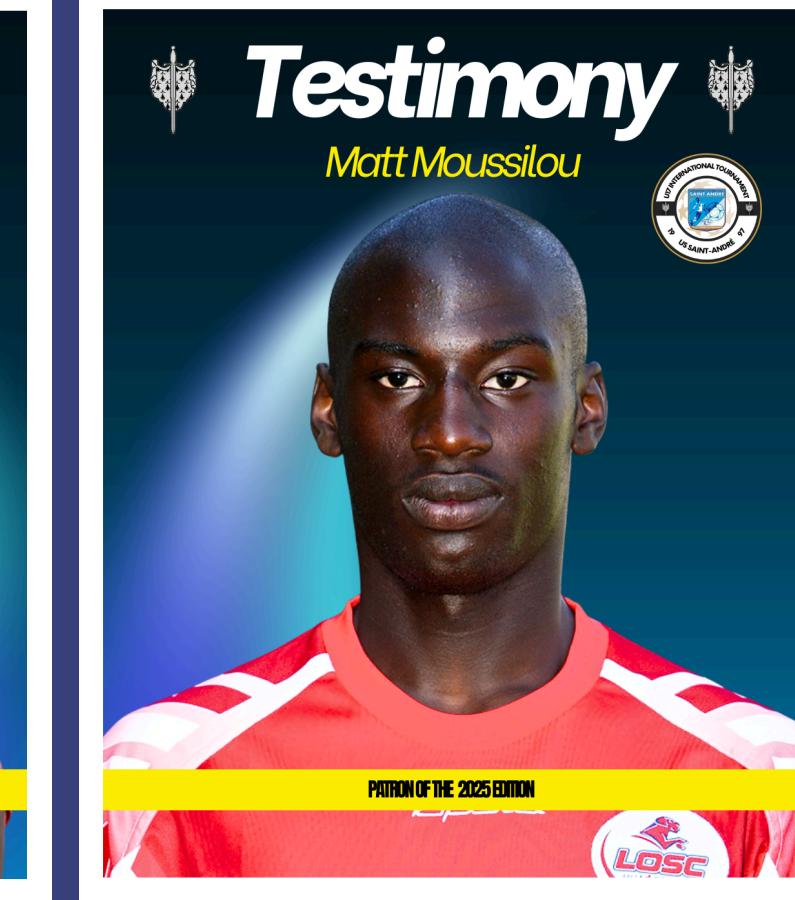
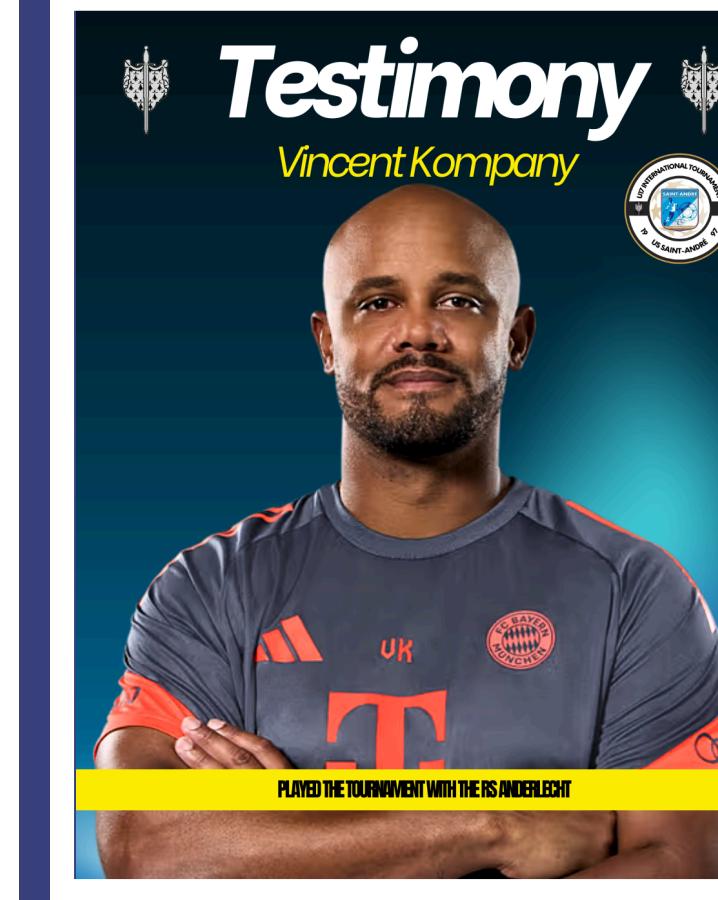
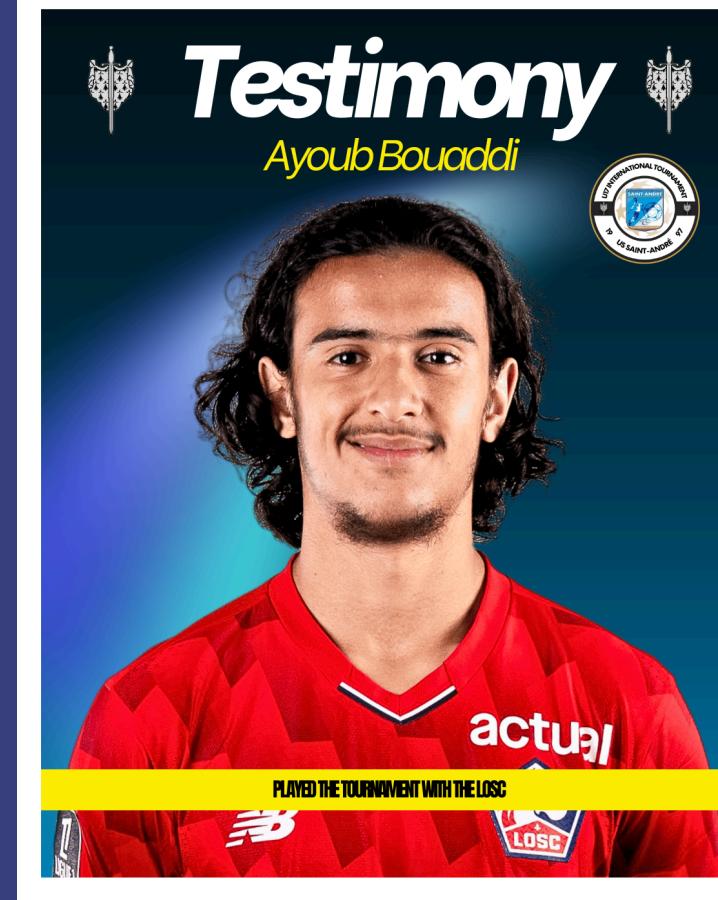
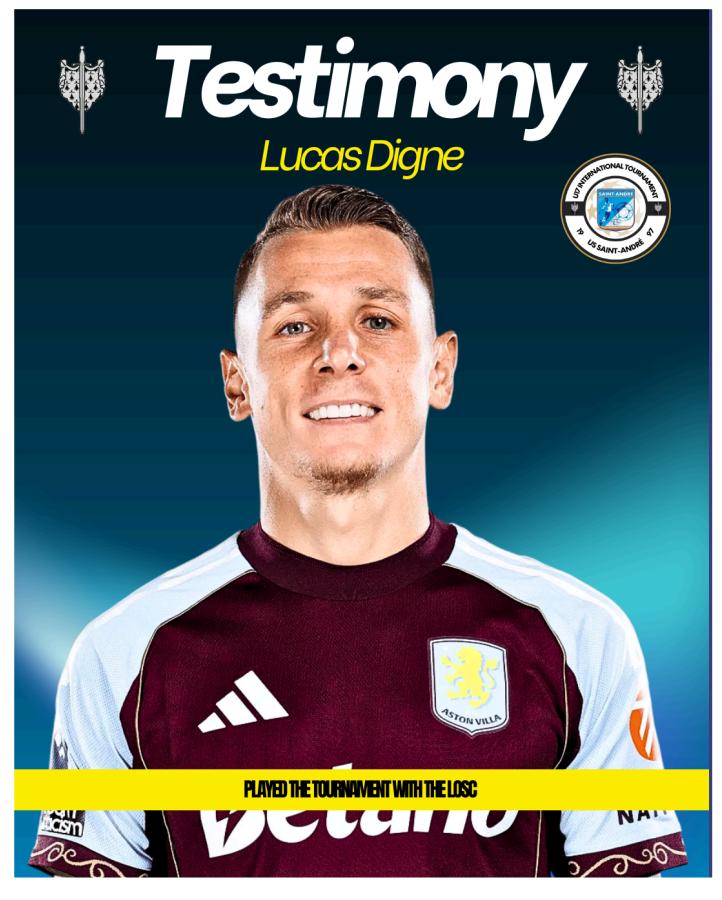


VIDEO TEASING TOURNOI



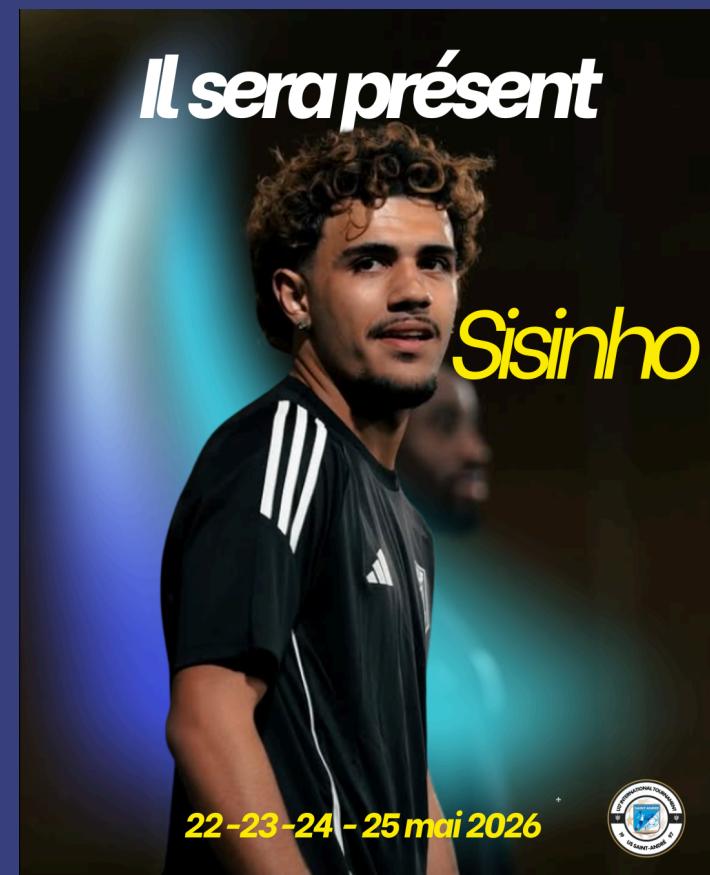
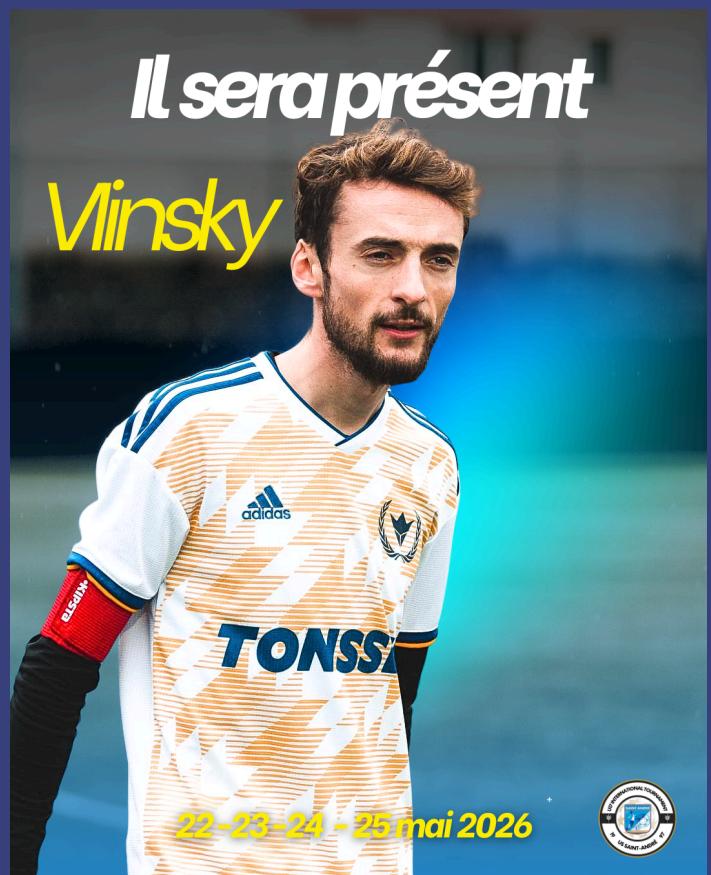
PLAYPULSE
VIVEZ LE SPORT EN DIGITAL

CUTDOWN



PLAYPULSE
VIVEZ LE SPORT EN DIGITAL

CUTDOWN INFLUENCEURS



PLAYPULSE
VIVEZ LE SPORT EN DIGITAL

CALENDRIER ÉDITORIAL : INSTAGRAM

PENDANT L'ÉVÉNEMENT

THÉMATIQUE	SUJETS	CIBLE	RÉSEAU SOCIAL	FORMAT	TONALITÉ	FRÉQUENCE	DATES
Résumé de la journée	Carrousel « Photos du Jour »	18-25 ans	INSTAGRAM 	Carrousel 6-12 photos + légende storytelling	Convivial, chaleureux, valorisant	1 carrousel / jour	Ensemble du tournoi
Interviews express joueurs / coachs Buts en vidéo	« Interview du Jour » "Goals highlights"	18-25 ans	INSTAGRAM 	Reels 10-25s + mini portraits en story	Spontané, authentique, émotion live	1 à 2 interviews / jour + 1 à 2 buts	Ensemble du tournoi
Résultats des matchs	« Scores / Classements du Jour »	18-25 ans	INSTAGRAM 	Posts scores + reels highlights courts (si disponible)	Factuel, clair, valorisation des équipes	3 à 6 posts/jour selon le rythme	Ensemble du tournoi

CHARTE ÉDITORIALE INSTAGRAM

Objectif du réseau Instagram :

- Créer de l'envie, construire l'image moderne et inspirante du tournoi, attirer les jeunes

Ton et style d'écriture :

- Inspirant, dynamique, court, impactant
- Emojis modérés
- Ecriture des posts en anglais et en français
- Tutoiement
- Langage courant, amical et direct

Formats privilégiés :

- Carrousels/ Portraits/ Réels Verticaux 1080*1920/ Stories fréquentes

Call to Action :

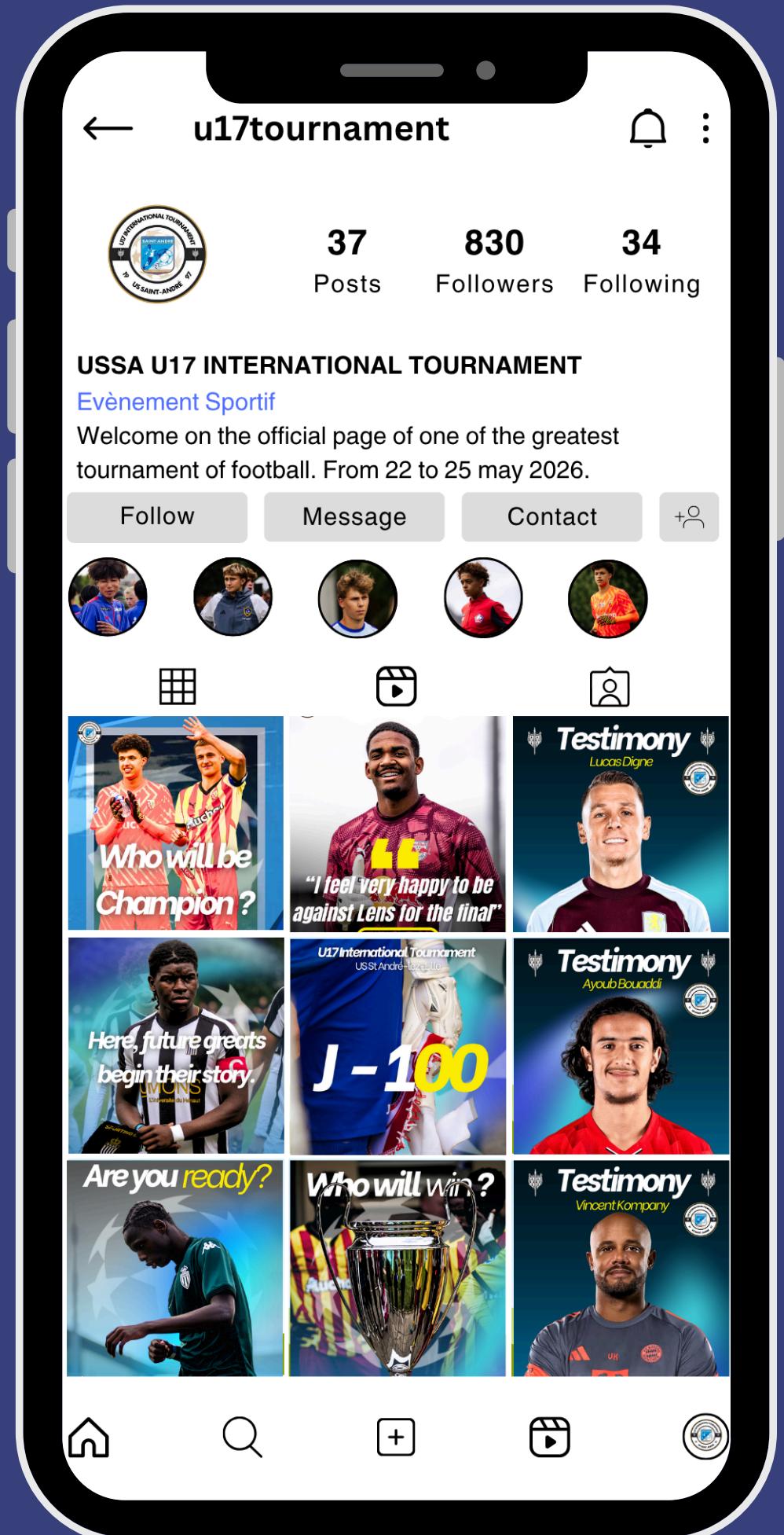
- "Identifie ton équipier ⚽🔥", "Tu viens?", "Partage en story" "Tag your teammate ⚽🔥", "Are you coming?", "Share in story"

Angle narratif principal :

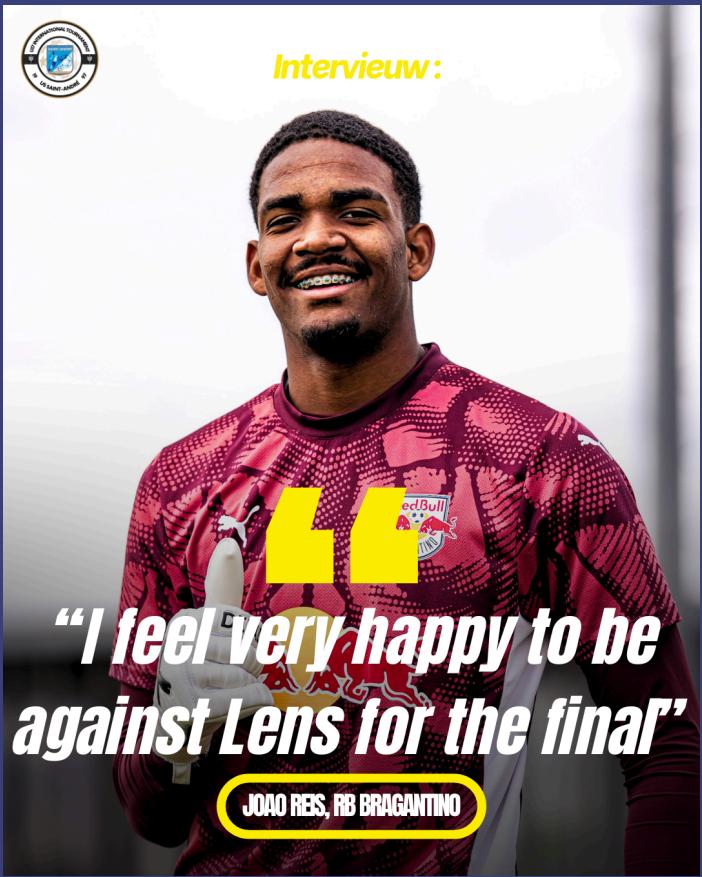
- "Ici, les futurs grands commencent leur histoire"
"Here, future greats begin their story"



COMPTE INSTAGRAM EN AMONT:



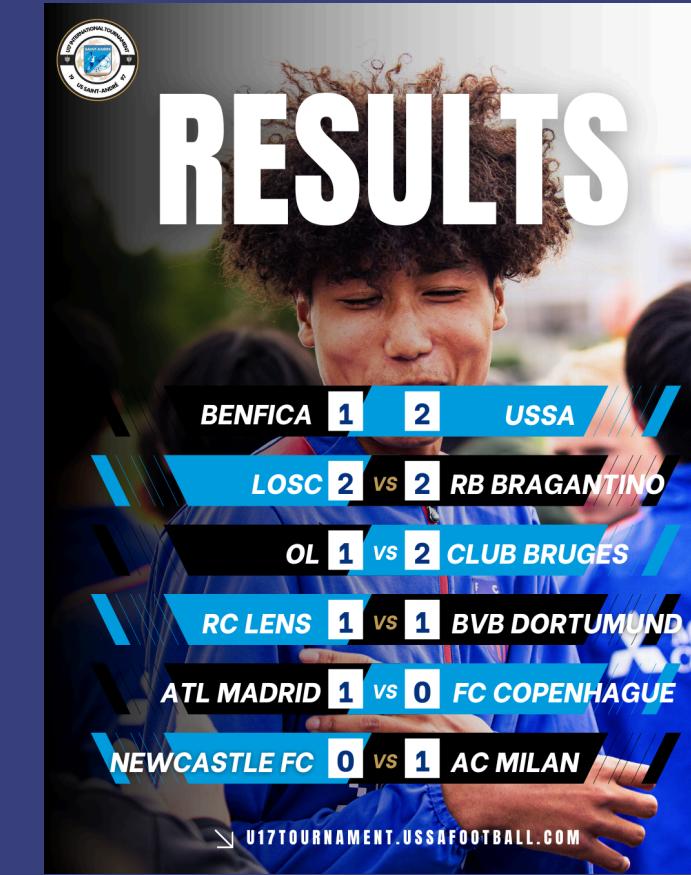
INTERVIEWS



STORIES



PLAYPULSE
VIVEZ LE SPORT EN DIGITAL



RESULTS

CARROUSSEL



PLAYPULSE
VIVEZ LE SPORT EN DIGITAL

POST ÉVÈNEMENT : INSTAGRAM + FACEBOOK

Clôture du tournoi - Prolonger l'émotion :

- Continuer à faire vivre la communication de l'événement. (équipe type, Player of the Tournament..)
- Charte éditoriale des posts :
 - Storytelling basé sur l'émotion / Faire revivre l'évènement
 - Valorisation du niveau sportif
 - Structuré et sérieux
 - Fédérateur / Remerciant



Aftermovie :

Nous trouvons l'idée du film "résumé" réalisé en 2023 excellent pour se remémorer la compétition



Exemple de visuel :

Servira notamment pour une cible non présente sur place

Peut attirer d'autres clubs professionnels



PLAYPULSE

VIVEZ LE SPORT EN DIGITAL

CALENDRIER ÉDITORIAL : TIKTOK

EN AMONT, PENDANT ET APRÈS L'ÉVÉNEMENT

THÉMATIQUE	SUJETS	CIBLE	RÉSEAU SOCIAL	FORMAT	TONALITÉ	FRÉQUENCE	DATES
<u>EN AMONT :</u> Teasing & montée en tension	Teasing équipes + Highlights archives + Inside préparation	18–25 ans	TIKTOK 	Vidéos courtes 20–40s (cut-down, archives, réactions), sons tendances	Spontané, fun, authentique, rapide, zéro institutionnel	Jan à Févr : 1 post / semaine Mars à J0: 2 posts / semaine	Janvier → Début mai
<u>PENDANT :</u> Couverture Live & Ambiance	Highlights du jour, célébrations, réactions à chaud, "inside vestiaires"	18–25 ans	TIKTOK 	Vidéos brutes 15–30s : buts, célébrations, interviews 30s	Ultra spontané, énergie pure, sans filtre	3 à 5 vidéos / jour	Sur les 3 jours du tournoi
<u>EN AVAL :</u> After vibes & prolongation émotionnelle	"Best moments", célébrations finales, réactions	18–25 ans	TIKTOK 	Recuts 15–30s, compilations d'émotions, top 5 actions, interviews fun	Émotionnelle, authentique, positive, décomplexée	J+1 à J+14 : 2 à 3 vidéos / semaine J+15 à N+1: avant de revenir au rythme classique	J+1 à J+14 Puis régulièrement jusqu'au prochain tournoi

CALENDRIER ÉDITORIAL : FACEBOOK

EN AMONT, PENDANT ET APRÈS L'ÉVÉNEMENT

THÉMATIQUE	SUJETS	CIBLE	RÉSEAU SOCIAL	FORMAT	TONALITÉ	FRÉQUENCE	DATES
<u>EN AMONT :</u> Annonce & Préparation	"Save the Date" + Présentation des équipes & infos pratiques	35-45 ans	FACEBOOK 	Posts + photos, albums, infos pratiques (horaires, accès)	Chaleureux, informatif, narratif (vouvoiement), ancrage local	Jan à Mars : 1 post / semaine Avr à J0: 2 posts / semaine	Janvier → Début mai
<u>PENDANT :</u> Couverture Live & Ambiance	Photos du jour, résultats, coulisses et temps forts	35-45 ans	FACEBOOK 	Albums quotidiens, posts résultats, vidéos courtes explicatives	Spontané, chaleureux, valorisant, clair	2 à 5 posts / jour	Sur les 3 jours du tournoi
<u>EN AVAL :</u> Clôture & Valorisation	Aftermovie, meilleurs moments & remerciements	35-45 ans	FACEBOOK 	Vidéo aftermovie, album highlights, post narratif récapitulatif	Émotionnel, fédérateur, reconnaissance (bénévoles, clubs, ville)	J+1 à J+14 : 2 posts / semaine J+15 à N+1: avant de revenir au rythme classique	J+1 à J+14 Puis régulièrement jusqu'au prochain tournoi

CE QUE L'ON PROPOSE EN PLUS



SHOOTING : MEDIA DAY

Objectifs :

- Réaliser des visuels avec des contenus de qualité
- Shooting photo de chaque joueur dès leur arrivée en France
- Récupération de leur identifiant Instagram s'ils sont d'accords pour être publiés sur le compte du club

Mise en place :

- Envoyer une attestation aux clubs à faire signer aux parents des joueurs mineurs
- Couleurs de fond du Média Day : Bleu ou noir



AS

Portfolio Info Contact • Mon panier

Portfolio de prestations

SPRINT JPR PREMIUM

SPRINT JPR CLASSIQUE

SPRINT LILLE KARTING 09/11

© ALEXIS SABRE

VENTE DE PHOTOS

- Un vrai + du tournoi : souvenir
- Actuellement : Format physique
- Proposition : Extension du service avec vente en ligne des photos.
 - Ex : Photodeck
 - Objectif : Vendre des photos de manière sécurisée aux 4 coins du monde pour les proches n'ayant pas pu faire le déplacement.

Exemple ci-dessus : ce qui proposé par un photographe sur du karting

NB : Aucunes archives photos sur le site internet du club - Pourrait être pertinent

ANNEXES

A Antonin Lefebvre <antoninlefebvre59175@gmail.com>
À sisinhoverardo@gmail.com ▾

ven. 14 nov. 11:53 (il y a 10 jours) ⭐ 😊 ← ⋮

Bonjour,

Je suis étudiant en dernière année de Master en management du sport à Win Sport School à Lille. Dans le cadre de nos études, avec mes camarades, nous devons travailler sur un événement sportif qui a une communication peu efficace afin d'améliorer l'image de marque de l'événement et attirer du monde.

Dans ce cadre, nous avons opté pour le tournoi international U17 de St André-lez-Lille qui accueillera pour la 28ème fois en 2026 les meilleures équipes de jeunes du monde. L'année dernière des équipes comme Tokyo, LA Galaxy, RB Bragantino ou encore l'AS Monaco étaient présentes.

Nous avons pensé à une stratégie d'influence en partie pour booster la communication. Nous pensons que vis à vis de ton contenu, cela pourrait être intéressant pour les deux parties que tu sois présent sur des défis avec les jeunes. Tu correspond parfaitement à la cible que l'on souhaiterait atteindre, nous savons que de très nombreuses structures sont présentes sur ce tournoi, c'est hyper intéressant et source de création de réseau.

Nous serions ravis d'échanger avec toi sur la possibilité de te voir pendant le tournoi qui aura lieu entre le 22 et le 25 mai 2026 tout proche de Lille.

Je suis disponible sur ce même mail si tu souhaites en savoir plus sur ce projet ou par téléphone au 06 20 64 19 50. Nous présenterons notre projet au comité directeur du club de l'USSA le 27 novembre prochain.

Bien à toi
Cordialement

Antonin Lefebvre

Basile Brigandet
Mobile • il y a 10 h

Antonin Lefebvre ✅ • 17:34

Salut Basile,

Je suis étudiant en dernière année de management du sport dans une école à Lille qui s'appelle Win Sport School.

Nous travaillons sur un projet qui vise à promouvoir un événement sportif notamment sur le plan digital.

Nous avons pensé à toi dans notre stratégie éditoriale afin d'aider à la visibilité du tournoi international U17 de St André-lez-Lille qui aura lieu au mois de mai prochain.

A Antonin Lefebvre <antoninlefebvre59175@gmail.com>
À vinsky, hugo.mollet59, lysandrerassel ▾

ven. 7 nov. 12:00 ⭐ 😊 ← ⋮

Bonjour Vincent,

Nous sommes étudiants en dernière année de master en management du sport dans une école à Lille et nous sommes actuellement en train de travailler sur un projet qui, je pense pourrait t'intéresser.

Nous avons un cours de marketing digital du sport où l'objectif est d'aider une association dans sa communication et sa stratégie digitale.
Nous avons opté pour le tournoi international U17 de St André-lez-Lille qui a lieu pendant le week-end de la pentecôte en mai 2026.

Ce tournoi est l'un des plus réputés à travers le monde, il regroupe les meilleures équipes de jeunes U17 venus des 4 coins du monde. L'année dernière, de très grosses équipes étaient présentes comme le FC TOKYO, LA GALAXY, le RB BRAGANTINO ou encore HELSINKI..

L'idée est de développer l'événement qui regroupe quelques milliers de spectateurs pendant trois jours où tu pourras créer du contenu avec les jeunes ! L'édition 2026 marquera la 26ème édition de ce tournoi qui a vu passer de très gros joueurs devenus professionnels, il est très reconnu par les structures professionnelles.

Nous savons avec mes camarades, que tu te bases de plus en plus sur l'international avec la création de ton groupe avec Montréal et Escaldes, qui sait, tu pourrais attirer de nouveaux talents en Andorre.

Nous serions ravis d'échanger avec toi à ce propos, nous pensons que ton impact peut être considérable pour aider à notre stratégie éditoriale.

Cordialement

Antonin, Lysandre et Hugo

Coupe Inside 🏆⚽ coupe_inside

0 :57

Voir la transcription

Beh écoute j'en parlerai au président !! Je pense que de sûr tu pourrais accompagner l'équipe de St André, les causeries doivent être intéressantes car ils jouent contre des plus gros ! Je te tiens au courant ma présentation c'est le 27 novembre soir jeudi prochain 😊

Ça marche bon courage plein de force à toi 💪

Merci beaucoup !

Ven 21:20



MERCI