

**EURO
PRIDE**
MARSEILLE
MÉDITERRANÉE
2013

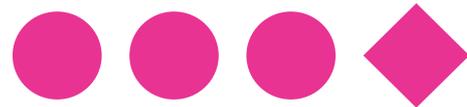


LGP MARSEILLE ASSOCIATION LABELLISÉE PAR

proud member of



InterPride



MP2013

MARSEILLE-PROVENCE 2013
CAPITALE EUROPÉENNE
DE LA CULTURE



DU 10 AU 20 JUILLET 2013

EURO PRIDE MARSEILLE MÉDITERRANÉE 2013



www.europride2013.com



QU'EST-CE QUE L'EUROPRIDE ?

10 jours de festivités

- Du 10 au 20 juillet 2013
- Événement festif et militant visant à augmenter la visibilité des populations LGBTQI
- Fréquentation moyenne entre 500 000 et 1 million de personnes
- Accès gratuit durant 10 jours aux principaux lieux :
 - EuroPride Park
 - Concert de clôture
 - Parade

En 2011, Rome a accueilli 1,2 million de participants et a invité Lady Gaga pour le concert de clôture



QU'EST-CE QUE L'EUROPRIDE ?

Cérémonie d'ouverture

Concert de musiques électroniques d'envergure internationale

- Cérémonie d'ouverture avec concert produit par un prestataire
- Lieu inédit et exclusif



QU'EST-CE QUE L'EUROPRIDE ?

L'Europride Park

Délégations européennes - Participation de pays du Maghreb

- Délégation des Droits de l'Homme
- Droits LGBTQI France et Europe
- Droits des familles homoparentales
- Revendications féministes
- Présence d'associations LGBTQI de pays du Maghreb

Prévention des risques

- Association de lutte contre le sida
- Information sur les conduites à risques (alcool, drogues, sexe...)

Représentations associatives locales, régionales et nationales

Village de Femmes

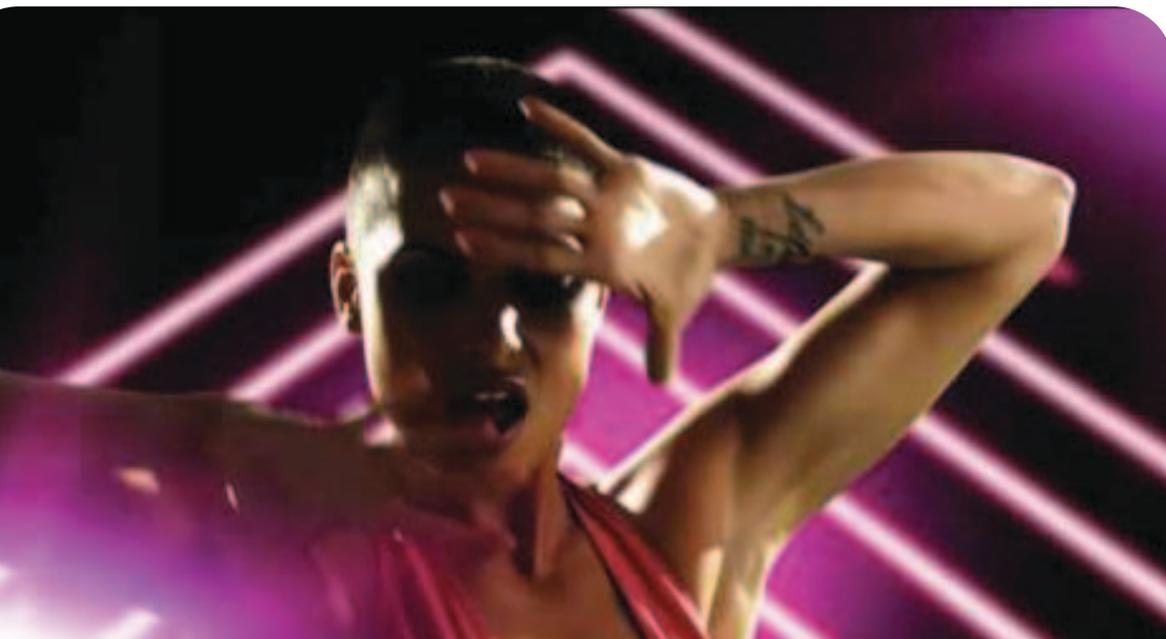
- **Conférences**
 - Environ 15 conférences et workshops
 - Labellisation par une grande institution internationale (Unesco)



QU'EST-CE QUE L'EUROPRIDE ?

Le « Club EuroPride » au Dock des Suds

- **Ouvert pendant 10 jours dès la soirée d'ouverture**
 - Accueillera chaque soir une des plus grandes soirées européennes
 - Matinée Group, Démence, Scream, Beardrop, Muccassassina, Rapido, etc.
 - Capacité max : 12 000 personnes en grande configuration



QU'EST-CE QUE L'EUROPRIDE ?

La plage « Arc-en-ciel »

- Une plage privée identifiée ouverte du 8 au 22 juillet sur les plages Gaston Defferre
 - Matelas (en location)
 - Bar lounge
 - Restaurant
 - Massage-détente
 - Boutique
 - Ambiance *silent disco*



QU'EST-CE QUE L'EUROPRIDE ?

Événements culturels et circuits découverte

- **Co-productions avec Marseille-Provence 2013**
 - Expos photos
 - Peinture
 - Festival de cinéma sur les questions de genre
 - Comédies musicales
 - Opéra
 - Théâtre
 - ...
- **Circuits découverte de la ville et des calanques, activités nautiques et sportives**



QU'EST-CE QUE L'EUROPRIDE ?

La Parade (Marche des Fiertés européenne)

200 000 à 350 000 personnes attendues

- environ 50 chars
- Parcours (à l'étude) :
 - Vieux-Port / Canebière
 - Rue de Rome
 - Place Castellane
 - Les deux Prado
 - Plages Gaston Defferre



QU'EST-CE QUE L'EUROPRIDE ?

Concert de clôture géant en plein air



Lady Gaga au cirque Maximo pour le concert de clôture de l'EuroPride Rome 2011



QU'EST-CE QUE L'EUROPRIDE ?

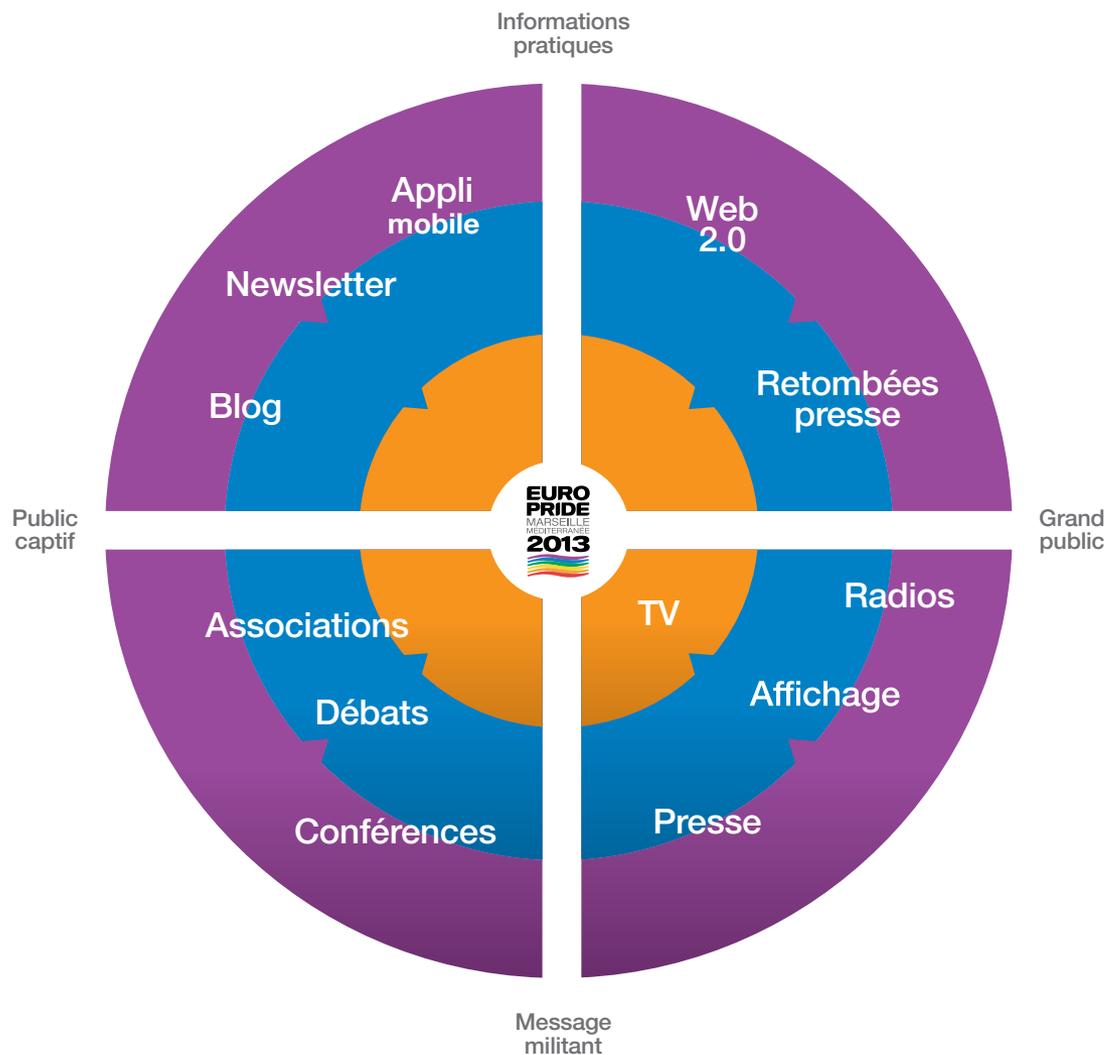
Le Festival Pride « OFF »

- **Fédérer Marseille et sa région**
- **Labellisation**
 - Adhésions
 - Formations
- **Projets**
 - Candidatures
 - Validation
 - Intégration
- **Evénements « Off »**



PLAN MEDIA

Les vecteurs de communication



PLAN MEDIA

Objectifs de la campagne

	visibilité	légitimité	adhésion	
campagnes de communication	WEB & RÉSEAUX <ul style="list-style-type: none"> • échange de bannières • publicité • échange de contenu > générer du trafic www.europride2013.com	CAMPAGNE WEB PARTICIPATIVE <ul style="list-style-type: none"> • internaute = participant • participant = acteur • acteur = ambassadeur auprès de sa communauté > afficher l'adhésion de l'internaute au projet	PRINT <ul style="list-style-type: none"> • diffusion du guide Europride • diffusion d'une carte de réduction • publicité annonce presse > déclencher l'achat	international
	PUB TERRAIN <ul style="list-style-type: none"> • affichage • relations publiques > fédérer Marseille autour de l'événement	CAMPAGNE TERRAIN <ul style="list-style-type: none"> • ambush marketing • participation <i>events</i> LGBT > visibilité Europride 2013	CAMPAGNE WEB <ul style="list-style-type: none"> • publicité (bannières Flash, réseaux sociaux...) > déclencher l'achat	européen
évolution du site Internet	VITRINE <ul style="list-style-type: none"> • site Internet • développement du contenu lors de l'événement > rendre le site incontournable (pas seulement auprès de la communauté)	CAMPAGNE RP <ul style="list-style-type: none"> • www.europride2013.com = media LGBT > légitimité militante accrue	CAMPAGNE RP <ul style="list-style-type: none"> • focus conférences > rendre l'événement incontournable	
		DÉMARCHAGE TERRAIN <ul style="list-style-type: none"> • recrutement établissements « <i>Pride OFF</i> » > préparer accueil des Marseillais	SUR LE TERRAIN <ul style="list-style-type: none"> • recrutement des bénévoles • MEP merchandising > adhésion de tous	local
	mars 2012		avril 2012	événement
	MEDIA <ul style="list-style-type: none"> • message informatif militant • contenu original > rendre le site légitime (et par là-même l'événement)	MEDIA MARCHAND <ul style="list-style-type: none"> • booking (tickets, conférences, lives...) • vente merchandising • infos pratiques, > vendre & informer		



CONTENU RÉDACTIONNEL

SFR : première entreprise à accorder un congé de paternité aux salariés homosexuels

Partager cet article

 Tweet this

 Digg it

 Delicious

 Facebook

 Stumble it

 S'abonner au fil RSS

C'est une première. Le groupe de télécommunications SFR a accepté l'accorder aux salariés de l'entreprise dont le conjoint homosexuel(le) a eu un enfant, un congé de « paternité » de 11 jours. Cet accord prendra effet à partir du 1er mars.

Que pensez de cet accord ? C'est ce que nous avons demandé à Eric Garnier, président d'honneur de l'association des parents gays et lesbiens et auteur de « L'homoparentalité en France ».

Que pensez-vous de cet accord ?

Cet accord entre SFR et ceux de ses salariés homosexuels devenus parents est intéressant. Il prouve que le monde du travail évolue plus vite que la majorité au pouvoir depuis 10 ans et dont le bilan en ce domaine est totalement nul. Il faut être sûr que ce congé « paternité » concerne aussi les salariées. Car le mot « paternité » ne permet pas à la compagne d'une toute récente maman de bénéficier de ce congé puisqu'elle n'est pas le « père ». Divers jugements ont débouté les femmes qui souhaitaient passer quelques jours auprès de leur compagne de retour de la clinique. Les mots incluent des limites parfois discriminatoires.

Pensez-vous que cela peut être la porte ouverte à d'autres accords dans d'autres entreprises ?



Recherche



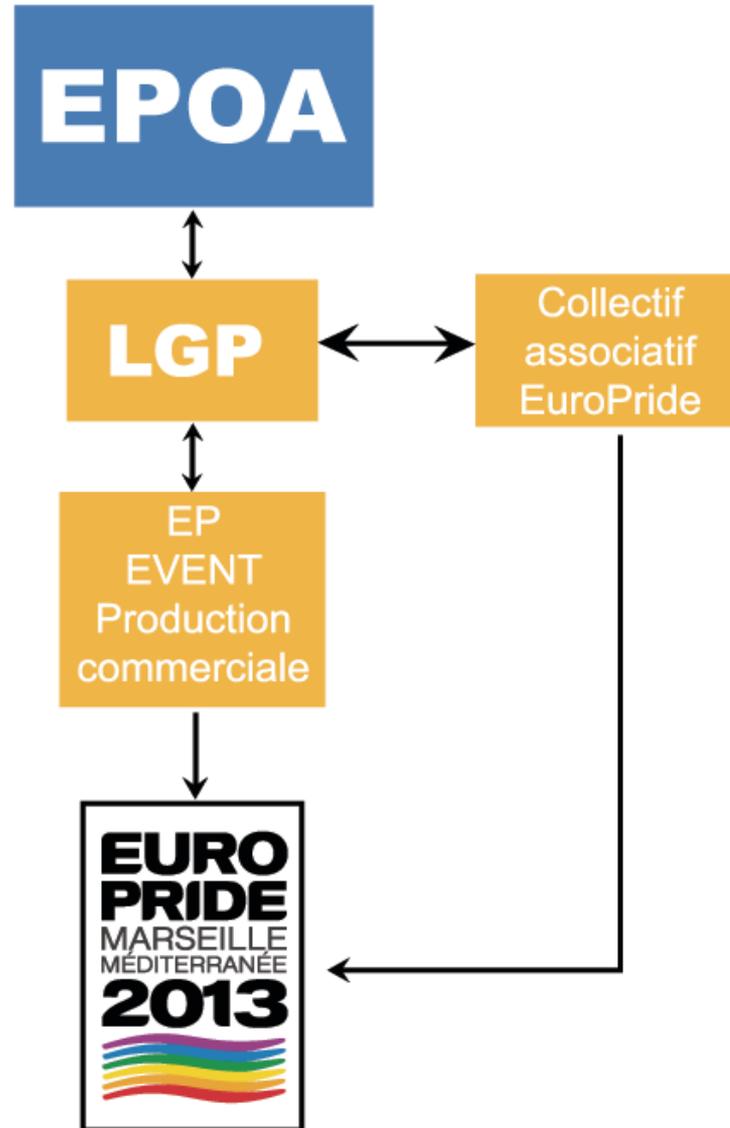
LGP MARSEILLE ET LE COLLECTIF

LGP Marseille et le Collectif associatif EuroPride 2013

- **LGP, porteuse du projet**
 - Dépositaire du label EuroPride, garante de ses valeurs
 - Garante du bon déroulement de la manifestation
 - Constitue la Charte EuroPride 2013
- **Le Collectif associatif EuroPride 2013**
 - Pluri-associatif
 - Approuve la Charte EuroPride 2013
 - Facilitateur
 - Donne les orientations politiques et militantes
 - Production des messages militants
 - Participe à la mise en oeuvre du village
 - Favorise l'émergence de projets associatifs



SCHÉMA ORGANISATIONNEL



COLLECTIF
**EURO
PRIDE**

2013
MARSEILLE
MÉDITERRANÉE



POURQUOI NE PAS AVOIR CRÉÉ UNE ASSOCIATION AD HOC ?

Le contrat liant l'association LGP Marseille à l'EPOA stipule clairement que l'association signataire est seule et unique responsable :

- de la mise en œuvre
- de la marque et de son exploitation
- juridiquement (et de toute action juridique)
- de la gestion financière
- des rapports moral et financier



POURQUOI UN COLLECTIF ?

Le collectif, débarrassé d'une gestion financière, commerciale et administrative, bénéficie ainsi d'une grande souplesse de travail et confort, à l'instar du collectif LGBT Paca, la liberté des uns et des autres.



QUEL RÔLE AURA CE COLLECTIF ?

Représentatif de toutes les composantes LGBTQI de la société civile, il portera haut nos revendications avec une grande visibilité (l'organisation y contribuera) et sera force de propositions.

Il définira les grands thèmes (conférences, workshops, mot d'ordre...) de l'EuroPride 2013 et proposera les possibles intervenants aux conférences.

Il se mettra en lien avec les grandes associations LGTQI européennes pour échanger et enrichir thèmes et sujets.

Il produira, au nom de l'EuroPride, des contenus qui définiront la position politique et revendicative de l'événement.

Enfin, plus généralement, il s'engage à favoriser la diffusion de ces contenus et de la communication de l'EuroPride mais aussi à aider l'organisation en appelant au volontariat des membres des associations.



QUI PEUT DEMANDER À PARTICIPER À CE COLLECTIF ?

Toutes les associations qui veulent favoriser l'événement et dont les objectifs sont en rapport avec les thèmes LGBTQI peuvent demander à y participer.

Elles peuvent être locales, nationales voire internationales.



QU'ENTEND-T-ON PAR CONFÉRENCES



Dans le cadre du village associatif (EuroPride Park), il sera proposé une conférence par jour (soit 9 conférences au total).

Ces conférences se tiendront en français et seront traduites simultanément (a minima) en anglais (ou en français dans le cas d'un intervenant en anglais).



QU'EST-CE QU'UN WORKSHOP ?



Il s'agit d'un atelier de travail et d'échange sur un sujet déterminé.

Le mot colloque est un synonyme qui est peut-être plus familier. L'objectif du workshop est d'être un lieu de discussion où des spécialistes exposent leurs travaux devant un public composé aussi bien de personnes confirmées que de novices intéressés par le sujet.

Ainsi, il peut regrouper des experts reconnus autant que des militants pour leur permettre d'échanger leurs idées et également pour encourager les collaborations.

En général, un comité composé des organisateurs supervise le workshop, en invitant notamment de nombreux spécialistes qui exposeront leurs points de vue et leurs travaux en rapport avec le thème de la journée.



LE COLLECTIF ASSOCIATIF POUR L'EUROPRIDE

«Think tank» du militantisme LGBTQI de l'EuroPride, le collectif permettra :

A toute les associations désireuses d'apporter une pierre à l'édifice de l'EuroPride.

Cette représentation associative sera locale, nationale voire internationale.

□

Basée sur le volontariat, et l'envie de faire ensemble pour le bien de tous, le Collectif pour l'EuroPride 2013 devra être un laboratoire à idées, une pépinière associative active et productive.

La co-élaboration en sera l'esprit, sans hiérarchisation de personne, mais plutôt une transversalité de collaboration.

□

L'émergence de projets issus du «Think tank» permettra la mise en place de groupes de travail et développement conduits par des chargé(e)s de missions ou chefs de projets.

Ces derniers nommés par le groupe de travail auquel ils appartiennent.

Son rôle sera plus particulièrement de faire le suivi des travaux du groupe, de faire le reporting de ceux-ci, et de déceler d'éventuel besoins.



L'ACTION DU COLLECTIF EUROPRIDE SUR L'ORGANISATION.

- L'EuroPride Park, village associatif et militant centre de l'EuroPride
- - La Marche du 20 Juillet 2013
- - Choix et mise en œuvre des thématiques de conférences
- - Choix des intervenants sur les conférences
- - Mise en place des Workshops et animations de ceux-ci
- Elaboration d'un budget prévisionnel pour

**La mise œuvre du village et de la marche moyen humain,
Financier et logistique**



ENCADREMENT DES ÉQUIPES OPÉRATIONNELLES

Village et Marche

- Encadrement des équipes opérationnelles et bénévoles sur le village et sur la marche
- Tenue de stands
- Fournir les bénévoles
- Les traducteurs bénévoles
- Accompagnement des intervenants
- L'organisation des animations associatives.
- Produire du contenu pour les différents outils de communications de l'EuroPride, (site, médias, journal).

Pour permettre une bonne organisation de cet événement, il s'agit de respecter des échéances, une « timeline » inscrit dans un calendrier jusqu'en 2013.

Les personnes représentantes inscrites au sein de ce collectif devront être en capacité de poursuivre le travail dans la durée jusqu'à fin juillet 2013.



LGP AU SEIN ET POUR LE COLLECTIF

LGP Marseille est la détentrice du label EuroPride, elle est en charge de l'organisation de l'événement.

Elle a pour mission, en outre, de trouver les moyens financiers, techniques et logistiques nécessaires à sa mise en œuvre.

Elle organise, anime et participe aux réunions, est le lien avec les institutions et autres acteurs impliqués, est l'interlocutrice de l'EPOA.

Si des ajustements et/ou changements organisationnels devaient survenir, la LPG sera en charge d'en définir le cadre, les raisons et la transmission.



LES MOYENS ET OUTILS

AVENIRS

La LGP mettra à disposition ses futurs locaux pour les réunions du Collectif EuroPride.

Une permanence s'y tiendra deux fois par semaine afin de permettre aux marseillais de se tenir informés de l'avancé du projet, d'échanger, ou d'apporter une aide.

Un module, outil informatique commun, sera également mis en place pour faciliter les échanges au sein du Collectif (ex Salesforce) les chargés de projet en charge du reporting seront habilités à l'incrémenter. ☐

L'ensemble du Collectif ayant un accès consultatif au logiciel. ☐



FINANCEMENT

Une organisation au service de la maîtrise des dépenses et du contrôle de la réalisation de l'événement

- **Moyens de Financement**
 - Public - Subventions
 - Privés - Mécénat Sponsoring
 - Dons
 - Rétrocessions sur les marchés : Pourcentages reversés à la LGP
 - Merchandising
 - Billeterie
 - Tourisme
- **Méthode et organisation:**
 - Equipe LGP professionnelle pour la recherche de sponsoring.
 - Cession de droits de marque sur appel à projet
- **Externalisation de nombreux postes auprès d'entreprises spécialisés et de professionnels de l'événementiel**
 - Adam Production / Sud Concert / GL event



FINANCEMENT

Entrées

Financement privé déjà acté :

- 210 000 euros

Financement public en cours d'obtention

- Comité de pilotage incluant (suivi du projet et du financement)
 - Ville de Marseille / MP2013 / CG13 / PACA
- 400 000 euros

Retrocessions sur volumes estimés

- 315 000 euros



FINANCEMENT

Dépenses - LGP - en cours de négociation

- **Village associatif**
 - Location parc Chanot 11 jours
 - Sécurité
 - Chapitaux
 - Logistique
 - Invitation des délégations du pourtour méditerranéen
 - Animations (artistiques et sportives)
 - Conférences
 - Location du palais des congrés
 - Organisation technique (traduction accueil des intervenants)
 - Sécurité
- **Organisation de la marche**
 - Encadrement sécurité
 - Chars
 - Animations
- **Organisation du concert de cloture**
 - Technique
 - Sécurité
 - Logistique
 - Artistique
- **Cellule presse**
- **Promotion de l'événement au niveau international et national**



LES PARTENAIRES

Institutionnels

- Ville de Marseille
- Région PACA
- Conseil Général 13
- Office du Tourisme et des Congrès
- Chambre de Commerce et d'Industrie
- Marseille-Provence 2013
- SaFim
- SNEG
- Euromed Management
- Institut du Monde Arabe (IMA)



LES PARTENAIRES

Medias

- Têtu
- La Dixième muse
- La Provence
- NRJ Europe
- NRJ 12 (télé)
- Gate magazine
- Guide Orphée
- Yagg, Touristement gay, G One radio (en cours)



LES PARTENAIRES

Privés

- Les Brasseries Krönenbourg
- Montaner-Pietrini (distributeur)
- Dock des Suds
- Credit Mutuel
- Dark dog energy drink
- Groupe Pepsico
- Smirnoff (en cours de finalisation)
- NeoSphère voyage / SNCF
- Silent Arena
- Adam Production (Festival de Nîmes)
- Sud Concert (les voix du Gaou)



NOS PARTENAIRES



Région
Provence
Alpes
Côte d'Azur

