

LE FOOT EST UN SPORT DE FILLES.



Intermarché soutient le football féminin amateur à travers le prix **SENSATIONNELLES**, un programme inédit destiné à toutes les joueuses au cœur des territoires.

Parce que soutenir le football féminin, c'est être aux côtés des clubs et des joueuses en devenant, SENSATIONNELLES offre aux clubs engagés pour la pratique féminine la possibilité de gagner de nombreuses dotations, dont une expérience unique au Centre National du Football à Clairefontaine, le temple du football français et 10 000€ pendant 3 ans pour soutenir leurs projets. Pour découvrir le prix SENSATIONNELLES saison 3 et inscrire votre club, rendez-vous jusqu'au 29 mars 2024 sur aupluspresdusport.intermarche.com/sensationnelles

SENSATIONNELLES
by Intermarché



Inter
marché

Le Parisien Aujourd'hui

Brut.

TOUTES  FOOT

LE FOOT EST UN SPORT DE FILLES.



Inter
marché

PARTENAIRE OFFICIEL

PRIX SENSATIONNELLES / SAISON 3

by Intermarché

SENSATIONNELLES est l'opération inédite lancée par Intermarché en 2022 en faveur des clubs engagés pour le développement du football féminin amateur.

Elle est menée en collaboration avec la Fédération Française de Football à travers son dispositif TOUTES FOOT, moteur opérationnel de la mixité destiné à conforter le développement de la pratique féminine et à renforcer la place des femmes dans le football.

Sous le marrainage de Laure Bouleau (consultante TV et ex internationale), l'appel à projets s'adresse aux clubs amateurs ayant au moins une équipe féminine et qui font vivre la pratique féminine au quotidien.

L'ambition est double :

- 1 Créer de l'**engagement** pour le football féminin dans les territoires et au sein des clubs
- 2 Aider les jeunes filles à **se découvrir et à s'épanouir** grâce au football

Les deux premières éditions ont permis de mettre en avant une grande richesse d'initiatives partout en France :

- « *L'école de football féminin communale et inclusive* » du lauréat 2022, Bandré Foot Féminines (Mayotte)
- « *La mallette pédagogique et pratique* » de Mitry-Mory Football féminin (Seine-et-Marne)
- Les opérations « *Scofoot* » et « *Joue-la comme Maman* » de Saint-Memmie Olympique (Marne)
- Le projet *LOUVÉD'ELLES* du lauréat 2023, FC Pas du Loup (Montpellier) qui prône la gratuité de la licence pour les femmes et le sport-santé
- Le dispositif « *Grandir Ensemble* » du Saint-Dizier Football Club Féminin (Haute-Marne), construit autour des valeurs de respect de la différence et d'estime de soi
- Ou encore le rôle d'intégration sociale du Thiais Féminin FC (Val-de-Marne) pour les jeunes filles des quartiers et les enfants en situation de handicap.

En tant que partenaire officiel du football français, INTERMARCHÉ accompagne l'opération d'un plan de médiatisation dédié à la promotion du football féminin sur tout le territoire, en partenariat avec le quotidien **Le Parisien-Aujourd'hui en France** et le média en ligne, **Brut**.

LES TROPHÉES SPORSORA

DU MARKETING SPORTIF

Le programme a été primé aux Trophées SPORSORA du Marketing Sportif 2023 dans la catégorie « Engagement Responsable ». Cette catégorie récompense les initiatives servant l'économie du sport ainsi que leur impact positif et responsable. L'approche primée est jugée la plus responsable, la plus durable, la plus aboutie et répond à certains Objectifs de Développement Durable (ODD) de l'ONU.

Intermarché



LES ÉTAPES

Le jury sélectionne dans un premier temps les clubs particulièrement investis dans le développement de la discipline. Ceux-ci seront invités à Paris à la Fédération Française de Football le 11 juin prochain pour présenter leur projet. Le jury délibérera pour le podium de la saison 3 de **SENSATIONNELLES**.



7 mars 2024

Lancement
de la campagne



29 mars 2024

Clôture
des candidatures



23 avril 2024

Première séance de
délibération du jury et
annonce des clubs finalistes



21 mai 2024

Réception des projets
des clubs finalistes



11 juin 2024

Présentation des projets
et remise des prix à la
Fédération Française de
Football

LA PROMESSE

- Un soutien financier de **10 000 euros par an pendant trois ans** pour aider le club lauréat à réaliser un projet à vocation sociétale.
- **Un stage au Centre National du Football (Clairefontaine)**, temple du football français, pour un groupe de jeunes joueuses et deux de leurs coaches du club lauréat, pour vivre l'expérience et les émotions du haut niveau, des coachings spécifiques, tout en découvrant la capitale.
- Des bons d'achat d'une valeur de de **2 000 euros** pour le club deuxième et de **1 500 euros** pour le club troisième.
- Des **dotations en matériel** pour les clubs finalistes.

LES CRITÈRES DE SÉLECTION DES CLUBS POUR LA FINALE

- **NIVEAU DE DÉVELOPPEMENT DU FOOTBALL FÉMININ**
Pourcentage de licenciées femmes sur l'effectif global, pourcentage de femmes au sein du staff sportif et de dirigeants, dispositif d'accueil pour le football féminin
- **HISTORIQUE DE LA SECTION FÉMININE**
Grandes dates, développement d'équipes féminines, palmarès
- **ACTIONS DE PROMOTION EN FAVEUR DU FOOTBALL FÉMININ**
Actions réalisées au sein du club, à l'extérieur du club et sur les réseaux sociaux
- **AMBITION / PROJET POUR LE FOOTBALL FÉMININ**

CRITÈRES DE DÉLIBÉRATION POUR LA FINALE



AMBITION DU PROJET,
NOTAMMENT DANS SA
DIMENSION SOCIÉTALE



CRÉATIVITÉ ET INNOVATION



**CLARTÉ ET TANGIBILITÉ
DES OBJECTIFS**



**ORGANISATION
ET MÉTHODE
PLANIFICATION SUR 3 ANS**



LE JURY

Laure BOULLEAU, ancienne joueuse du PSG et internationale, consultante Canal +

Olivia SOUDAIS, Présidente de l'Union des Mousquetaires

Jean-Michel AULAS, Vice-Président de la Fédération Française de Football

MANUELA NICOLOSI, arbitre internationale (finale européenne masculine, finale Coupe du Monde féminine, deux Jeux Olympiques)

Fred TESTOT, comédien et humoriste

Logan RAGOURAMIN, Loganfreestyle, footballeur professionnel freestyle

Sandrine LEFÈVRE, grand reporter pôle sport, Le Parisien-Aujourd'hui en France

Yasmine EL KOUHEN, journaliste Brut

Sandrine LEROI, collaboratrice Intermarché

LES PARTENAIRES MÉDIAS



Tous les jours, la marque Le Parisien-Aujourd'hui en France touche près de 2,5 millions de Français* avec une offre d'information diversifiée d'actualité nationale, internationale et d'information locale, et plus de 2 Franciliens sur 3 (soit 5,1 individus en IDF). Ce succès est dû à sa ligne éditoriale non partisane et à l'accompagnement de ses lecteurs dans la compréhension du monde actuel et de celui de demain. Le Parisien Aujourd'hui en France crée un lien de proximité avec ses lecteurs en leur apportant un regard sur l'actualité politique, économique, culturelle, sportive et des solutions aux problématiques du quotidien.

Le Parisien-Aujourd'hui en France est le quotidien N°1 en vente au numéro avec plus de 250 000 exemplaires** distribués chaque jour. Le Parisien est la marque de presse française leader sur la vidéo, avec 150 millions de vidéos vues chaque mois.

*Source : ACPM One Next 2022 S1 LNM Le Parisien / PV 2021 DPP - Le Parisien AEF,
**Le Parisien Aujourd'hui en France, UC PON

Brut.

Lancé en France en 2016, Brut est aujourd'hui un média global 100% digital. Brut est numéro 1 en Europe et en Inde, et dans le top 5 aux États-Unis avec 500 millions d'utilisateurs mensuels dans 100 pays, majoritairement parmi les 18-34 ans. Une communauté avec des centres d'intérêt très divers mais qui se retrouve sur des valeurs d'ouverture communes et l'envie de s'informer autrement. En 2021, Brut est devenu le premier média digital à recevoir la certification B Corp récompensant les entreprises affichant les plus fortes exigences sociétales et environnementales.

LAURE BOULLEAU – MARRAINE DE SENSATIONNELLES

by Intermarché



« L'aventure se poursuit avec cette opération qui me tient particulièrement à cœur. La pratique féminine doit se développer dans les clubs et agir comme un vecteur d'épanouissement et d'empowerment des jeunes filles. C'est un enjeu de santé publique auquel SENSATIONNELLES contribue. »

aupluspresdusport.intermarche.com/sensationnelles

Suivez SENSATIONNELLES sur les réseaux sociaux [Au plus près du Sport](#)  





**LE FOOT EST UN
SPORT DE FILLES.**

Pour nous, le sport est un vecteur de progrès social.

Parce qu'il crée du lien humain.

Parce qu'il éduque.

Parce qu'il brise les préjugés.

Parce qu'il est par essence inclusif et mixte.

Partenaire du football, sport symbole de la diversité,
Intermarché s'engage auprès du football amateur féminin.

Le prix SENSATIONNELLES a pour vocation

→ de créer de l'engouement pour le football féminin dans les
Territoires et au sein des clubs,

→ d'aider les jeunes filles à se découvrir et à s'épanouir grâce au
Football.

#SENSATIONNELLES