

Université Gaston BERGER de Saint-Louis Unité de
Formation et de Recherche des Civilisations, Religions, Arts
et Communication (UFR CRAC)

Licence 2 : Communication

Année scolaire : 2024-2025



UNIVERSITE
GASTON BERGER

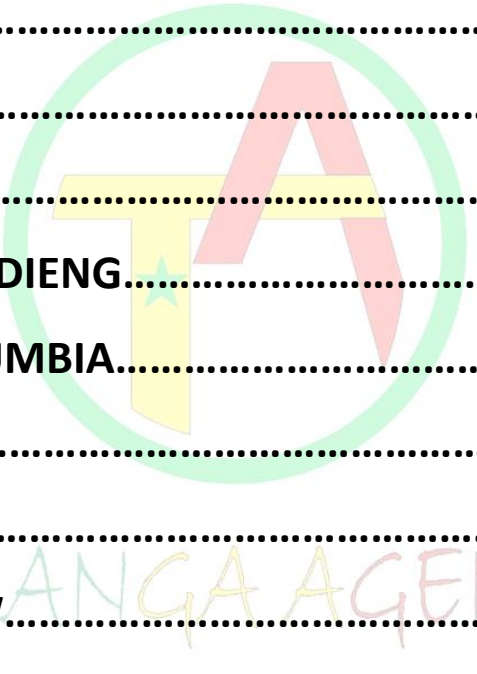
L'excellence au service du développement



THEME: Jeux Olympique de la jeunesse: Dakar 2026

CREATION
PUBLICITAIRE

LES PARTICIPANTS :



Seydou DIAGNE.....	P34 1560
Adama DIOP.....	P34 1364
ADJI Penda NDOYE.....	P34 1507
Fatou SAMB.....	P34 1562
Aminata DIOP.....	P34 1367
Thiané MBENGUE.....	P34 1418
Dominique Ngary DIENG.....	P34 1402
Pape Moussa DOUMBIA.....	P34 1465
Omar AGNE.....	P34 4245
Lamine DIASSIGUI.....	P34 4430
Amadou Sarr SOW.....	P34 1369
Pape Abdoulaye NDIAYE.....	P34 1346

Sous la direction de Mr Cheikh Moubarack WADE



ORGANIGRAMME :



ADJI P. NDOYE
(Conseil)



Thiané MBENGUE
(La Logistique)



Seydou DIAGNE
(Directeur Clientèle)



Dominique .N. DIENG
(Directeur de Création)



Lamine DIASSIGUI
(Directeur Artistique)



Fatou SAMB
(Rédactrice)



P. Abdoulaye NDIAYE
(Concepteur Graphique)



Aminata DIOP
(Responsables Médias)

EQUIPE DE PRODUCTION



Omar AGNE



Adama DIOP

TERANGA AGENCY



Pape Moussa DOUMBIA



Amadou Sarr SOW

COPY STRATEGIQUE

• PROMESSE

Dakar 2026 c'est bien plus que du sport. Du 31 Octobre au 13 Novembre 2026, le Sénégal sera le cœur battant du monde. Dakar notre capitale, deviendra l'arène de la jeunesse, de la performance et de la fraternité. Et pour cette première mondiale sur le sol africain l'évènement tournera autour des disciplines olympiques, mettant en avant l'athlétisme qui fera vibrer le stade avec nos foulées et nos exploits. Le taekwondo et le judo incarneront la maîtrise et l'honneur dans un esprit de paix, tandis que le basket-ball discipline urbaine et rapide, saura séduire la jeunesse des quartiers. La gymnastique exprimera grâce et rigueur, et la natation symbolisera la persévérance et la réputation africaine. Le skateboard représentera l'esprit des nouvelles générations, alors que le cyclisme, le Beach volley sous le soleil de Dakar.

Ensemble montrons notre engagement et notre fierté en venant massivement soutenir nos athlètes et célébrer le sport qui nous unis. Que tu sois passionné de sport ou simple citoyen, viens soutenir nos jeunes, vivrez pour l'Afrique et faire briller le Sénégal aux yeux du monde, participe aux animations, porte les couleurs des jeux, vis cette aventure, réponds présent pour toi, pour le pays, pour le continent

• PREUVE

Les signes sont déjà là : Dakar bouillonne, les murs séparent de fresques colorées célébrant l'unité africaine, les entraînements

s'intensifient sur les plages, dans les gymnases, sur les pistes et les terrains. Dans les lycées, les élèves parlent déjà de leurs athlètes préférés, revende porter le maillot du Sénégal, de défiler, d'encourager de vibrer. Des concerts, des festivals de rue, des fan zones voient le jour, mêlant musique, sport et culture dans une ambiance électrique. Partout, la jeunesse répond présente. Les vendeurs ambulants se préparent à accueillir des foules, les artistes se mobilisent, les quartiers s'illuminent aux couleurs des Jeux. Ce n'est plus un rêve, c'est un élan national. Dakar n'attend pas 2026, elle le vit déjà. Chaque sourire, chaque cri de soutien, chaque foulée en entraînement, chaque drapeau agité dans le vent raconte cette promesse tenue : faire rayonner le Sénégal et l'Afrique sous les yeux du monde entier.



• BENEFICE

Infrastructures améliorées

- Construction et rénovation de stades, routes, transports, etc.
- Accès à des installations sportives modernes même après l'événement.

Opportunités économiques

- Création d'emplois (logistique, sécurité, restauration, tourisme...).
- Opportunités pour les PME locales, artisans, commerçants.

Formation & développement

- Formations offertes aux jeunes volontaires et aux professionnels du secteur événementiel.
- Transfert de compétences et renforcement des capacités locales.

Fierté nationale & rayonnement

- Mise en valeur de la culture, du sport et de la jeunesse sénégalaise.
- Promotion du Sénégal sur la scène internationale.

Cohésion sociale

- Mobilisation citoyenne autour d'un événement fédérateur.
- Valorisation de l'unité, de l'engagement et du vivre-ensemble.

• TON

Personnages :

- Jeunes Sénégalais dynamiques, souriants, en mouvement
- Athlètes (locaux et internationaux), mascottes JOJ
- Célébrités sénégalaises (Sadio Mané, influenceurs, chercheurs...)

Décors / Situations :

- Stades remplis, rues animées, quartiers populaires colorés ;
- Scènes de sport, de concert, de danse, de fête locale ;
- Plans de foule mobilisée (fans, enfants, familles...)

Objets :

- Ballons, drapeaux, instruments traditionnels, médailles ;
- Téléphones en main (jeunes qui filment/partagent) ;
- Affiches, banderoles “Dakar 2026” .

Couleurs :

- Vert, jaune, rouge (rappel du drapeau du Sénégal) ;
- Orange et blanc pour évoquer la victoire et la paix ;
- Bleu & orange pour la fraîcheur, jeunesse, dynamisme.

Formes / styles :

- Courbes dynamiques, mouvements en spirale ;
- Typo moderne et impactante ;
- Éléments graphiques rappelant les symboles sénégalais (baobab, vagues, soleil etc.).

MEDIA PLANNING

Étapes du Média Planning	Contenu spécifique pour Dakar 2026
1. Objectifs de la campagne	- Renforcer la notoriété de l'événement Dakar 2026 - Attirer la jeunesse et les familles - Promouvoir les valeurs de l'olympisme (paix, inclusion, performance)
2. Public cible	- Jeunes sénégalais (15-30 ans) - Familles sénégalaises - Diaspora africaine - Amateurs de sport à l'international
3. Sélection des médias et canaux	- Télévision nationale (RTS, 2STV, TFM) - Radio (RFM, Zik FM, iRadio) - Affichage urbain (Dakar, Thiès, Saint-Louis...) - Médias sociaux (Facebook, Instagram, TikTok, X) - YouTube (vidéos promotionnelles) - Presse écrite (Le Soleil, L'Observateur) - Partenariats avec influenceurs et artistes sénégalais
4. Planification de la diffusion	- Phase 1 (1 an avant) : Teasing, sensibilisation sur les valeurs des JOJ - Phase 2 (6 mois avant) : Lancement des spots TV/radio, présence accrue sur réseaux sociaux - Phase 3 (3 mois avant) : Affichage intensif dans les grandes villes, vidéos d'ambiance, interviews d'athlètes

	- Phase 4 (1 mois avant et pendant l'événement) : Couverture en direct, stories, lives, animations quotidiennes
5. Répartition du budget publicitaire	- Télévision : 25% - Réseaux sociaux et influenceurs : 30% - Radio : 10% - Affichage extérieur : 15% - Presse écrite : 5% - Production vidéo/photo : 10% - Événements live & animation de terrain : 5%
6. Négociation d'espaces publicitaires	- Négociation avec les chaînes TV et radios locales pour les meilleurs créneaux horaires - Réservation d'espaces dans les carrefours, abribus, bus - Contrats de visibilité avec plateformes sociales (Meta, TikTok, YouTube) - Collaborations avec régies publicitaires et agences locales pour maximiser l'impact