

Paris, le 28 février 2024

L'association Sine Qua Non et ici Barbès courent ensemble pour piétiner les violences sexistes

Pour le lancement de sa course annuelle, la Sine Qua Non RUN, l'association Sine Qua Non, qui se bat pour la réappropriation de l'espace public par les femmes à travers la pratique du sport, diffuse un film manifesto conçu par ici Barbès.

Parce qu'aujourd'hui encore, plus de 43 % des femmes qui pratiquent une activité sportive en dehors de chez elles sont victimes de harcèlement durant leur séance de running, l'association Sine Qua Non lance la sixième édition de la Sine Qua Non RUN, avec le soutien de l'agence Sport Market. **Le départ de la course sera donné Place de la Pointe, à Pantin (93), le 9 mars 2024 à 18 heures, à la tombée de la nuit.**

Au lendemain de la Journée internationale de lutte pour les droits des femmes, cette course est un moment fort pour l'association, qui résonne particulièrement cette année. En effet, la Sine Qua Non RUN et l'association sont labellisées **Grande Cause nationale 2024** et ont obtenu le soutien de l'Agence nationale du sport. « *Avec les Jeux Olympiques en toile de fond, le moment est idéal pour réaffirmer le droit des femmes à pratiquer du sport où, quand et comme elles veulent* », déclare **Mathilde Castres**, présidente de Sine Qua Non.

L'association dévoile, au cœur de cette actualité, son film manifesto conçu par ici Barbès et produit et réalisé par **Incendie Films**. Ce film adopte une écriture créative sobre et intense. Trois femmes se préparent pour leur run. Leur course débute et la tension s'installe. Alors qu'elles courent seules, sous chacun de leurs pas défilent insultes, agressions verbales, propos sexistes et violents. Tout ce à quoi les femmes sont encore confrontées dans leur pratique du sport comme au quotidien. Soudain, la trajectoire de l'une des runneuses dévie et rejoint celle de deux autres coureuses, puis progressivement de tout un groupe de femmes et d'hommes. Les insultes, la peur et la solitude disparaissent et le sport devient un acte militant.

La signature du film, « **Ensemble, piétinons les violences sexistes** », rappelle la puissance de la sororité mais aussi la force du collectif pour lutter contre le sexisme. Un territoire créatif original et fort, axé sur l'idée qu'ensemble et à travers le sport, les femmes pourront se réapproprier l'espace public.

Depuis 2019, ici Barbès accompagne l'association dans ses différentes actions de communication et lui apporte, avec l'agence Sport Market, son soutien et son engagement. « *La cause que défend au quotidien l'association nous tient à cœur depuis longtemps. La labellisation **Grande Cause de l'année 2024** est une vraie consécration de leur travail et de leur engagement pour les femmes* », explique Julie Parod, directrice associée de l'agence.

[VISIONNER LE FILM](#)

FICHE TECHNIQUE :

Production : Incendie Films

Réalisateur : Jean-Charles Charavin

Producteur : Antoine Olla

Directrice de production : Marie Brillant

Cheffe opératrice : Maéva Vo Dinh
Chef électricien : Yohann Ramsawmy
Chef machiniste : Hugo Manuelli
Chef décorateur : Izaak Lacoue

Agence : ici Barbès

Équipe projet : Yousra Bennis, Julie Parod
Directeurs de création : Timothée Bouquet, Loris Utard
Directeur artistique : Gabriel Bonete

Client : Sine Qua Non

Mathilde Castres : présidence de l'association Sine Qua Non
Tiphaine Poulain : co-fondatrice de l'association

Contact Presse Sport Market :

Cloé Bahuaud – cbahuaud@sportmarket.fr – 06 32 69 17 49

Contact ici Barbès :

Stefan Izoret – stefan.izoret@icibarbes.com

À propos du client

L'association Sine Qua Non est née de la rencontre de trois générations de femmes qui, après avoir été confrontées de près ou de loin à l'agression sexuelle, ont désormais la volonté d'agir pour contribuer à lutter contre les violences sexistes et sexuelles. Pour cela, elles ont choisi le sport, qui a le pouvoir de changer des vies, notamment celles des victimes, et la capacité de produire un impact positif sur la société en faisant passer des messages avec un ton plus optimiste, plus énergique et plus fédérateur. Nos actions visent à promouvoir l'égalité, à accompagner les femmes dans leur conquête de l'espace public, et à lutter contre toutes formes de violences sexistes et sexuelles en utilisant le sport.

À propos d'ici Barbès

ici Barbès est une agence de communication pluridisciplinaire. Elle réunit une équipe de 60 collaborateurs dans le XIX^e arrondissement de Paris.

L'expertise de l'agence s'articule autour de 5 disciplines :

- le conseil stratégique et le branding ;
- le contenu ;
- le social media ;
- la publicité.

Le credo de l'agence : La science des gens.

*La science répond aux attentes du marché : de la data, du ROI, de la précision, mais elle ne peut s'entendre sans un intérêt profond pour les **gens** (bien au-delà des cibles), parce que c'est quand on les connaît bien qu'on peut leur faire aimer les marques.*

***Nos clients :** Afalula, Agence nationale de la sécurité du médicament et des produits de santé (ANSM), La Mutuelle Générale, GRTgaz, EDF, Enedis, SNCF, Giphar, l'Assurance Maladie, Rexel, APEC, Surfrider Foundation, France Invest, la Mutuelle nationale territoriale (MNT), Carrefour, SNCF Mixité, Les Entreprises s'engagent, association Sine Qua Non...*

À propos de l'agence Sport Market

Agence conseil en communication indépendante, Sport Market promeut le sport auprès des acteurs publics et privés, comme un outil durable d'action en faveur du bien commun. Fondée en 2001, devenue société à mission en 2021, Sport Market est managée par son Directeur Général Bruno Bianzina et deux Directeurs associés, Pierre de La Ville-Baugé et Tiphaine Poulain. L'agence accompagne ses clients dans tout ou partie de leur cycle de communication dans le sport : du conseil pour construire ou réorienter les politiques sportives ou de partenariats sportifs, à la mise en œuvre pour déployer les campagnes de communication et les plans d'actions. L'agence s'est donnée comme feuille de route de valoriser tout le potentiel du sponsoring sportif, en articulant « Sponsoring d'émotion » et « Sponsoring à mission. »