

Evénements d'entreprise Editions Expo News

Calendrier des parutions
2011 et nouveautés

Magazine électronique et
Manuels techniques

Foires & Salons

Conseils pour
mieux exp

salons.événements.congrès
EVENEMENTS
D'ENTREPRISE

salons.événements.congrès
EVENEMENTS

salons.événements.congrès
EVENEMENTS
D'ENTREPRISE



Calendrier des parutions 2011 et nouveautés Magazine électronique et Manuels techniques

1. Nouveau concept commercial et tarifs
2. Planning rédactionnel
3. Tarifs

1 . Nouveau concept commercial au bénéfice des annonceurs : Votre visuel + l'accès exclusif au fichier des lecteurs.

Pour renforcer le retour sur investissement de ses annonceurs, dans ses publications régulières, Evénements d'entreprise vous présente un nouveau concept de présence publicitaire :

L'accès exclusif, réservé aux annonceurs, au fichier à forte valeur ajoutée des lecteurs (coordonnées complètes postales et électroniques), pour développer des actions de communication actives de développement commercial. Ce nouveau concept s'appuie à la fois sur une légitimité renforcée du "produit" presse, valorisé par une toute nouvelle approche de diffusion et surtout de qualification des lecteurs. Voici les trois principaux leviers de cette nouvelle méthodologie, entièrement orientée vers la génération de fichiers à forte valeur ajoutée pour les annonceurs :

d) Un nouveau mode de diffusion et de collecte de fichiers :

Pendant des années, tout ce que l'on a demandé à la presse professionnelle c'est de permettre une visibilité et une reconnaissance. En quelque sorte, un "tapis rouge déployé pour les commerciaux". Aujourd'hui, ce n'est – plus du tout – le cas. Les annonceurs, attendent désormais que le développement de leur image s'accompagne de prises de contacts, ultérieurement "sonnantes et trébuchantes" !

C'est pourquoi, nous modifions totalement notre méthodologie de diffusion de nos publications :

Au lieu de les diffuser, comme auparavant, sur une base de données "PASSIVE", sans contrôle de l'intérêt de chaque contact, nous procédons de la façon suivante :

■ Nous produisons notre publication, mais nous ne la diffusons plus immédiatement.

■ En fonction de la thématique (voir le planning des Magazines et des Numéros spéciaux), nous ciblons un fichier de décideurs, à qui nous envoyons un à plusieurs emails d'information sur plusieurs mois, leur proposant de s'abonner ou de recevoir gratuitement le numéro spécial de leur choix. Les bases de données auxquelles nous faisons appel sont relativement importantes et nous permettent de couvrir l'ensemble des cibles concernées :

1 500 000 emails grands comptes et PMI-PME en France

180 000 emails secteur associatif – médical, recherche, syndical etc

50 000 emails secteur du tourisme d'affaires, congrès, incentive, salons, événementiel

5 000 000 emails d'entreprises en Europe

■ Les lecteurs - pour recevoir gratuitement leur exemplaire - doivent uniquement renseigner de façon précise et obligatoire l'ensemble des rubriques d'un formulaire en ligne (Nom de la société, contact, adresse postale, téléphone, adresse e-mail, secteur d'activité...). Après avoir renseigné le formulaire, les personnes reçoivent gratuitement dans les plus brefs délais leur publication.

■ Les fichiers ainsi collectés sont mis de façon EXCLUSIVE à la disposition des annonceurs, selon des modalités d'utilisation précisées dans les conditions générales.

b) 100 % de nos lecteurs sont des prospects :

Ce principe d'entonnoir, nous permet de construire des bases de données de lecteurs 100 % motivés par la thématique. Dans un environnement d'informations, totalement bouleversé, dans lequel, le lecteur est sur-sollicité par de multiples canaux d'informations – le plus souvent gratuits, l'important n'est plus de diffuser une information, mais de capter l'attention et de la cristalliser par un formulaire.

De ce fait, le niveau de déperdition est bien moins élevé par rapport à une diffusion traditionnelle et les bases ainsi générées constituent des contacts à forte valeur ajoutée.

c) Une communication non intrusive :

Le dernier grand atout de cette nouvelle offre marketing est justement le caractère neutre et offert d'une presse professionnelle, qui sait amener un contenu de qualité auprès de ces décideurs. On inverse là encore une fois les valeurs : "Il faut donner pour recevoir".

Etre présent dans l'une de nos publications, c'est donc à la fois bénéficier d'une image valorisante par un contenu de qualité, c'est bénéficier d'un processus de sélection des contacts touchés, en fonction de l'intérêt au thème développé, c'est aussi avoir la capacité de les atteindre par une communication non intrusive.

Plaquettes, brochures, emailings s'ils ne tombent pas directement dans la corbeille du bureau ou la boîte des indésirables, sont considérés comme de simples documentations commerciales envahissantes. Au contraire, le principe d'un magazine de contenu, permet de passer ces barrières, tel un Cheval de Troie et générer ainsi des bases de données de qualité, à partir desquelles construire des actions de développement commercial ciblées.

2 . Le planning rédactionnel de 2011 :

a) Les manuels techniques :

Il s'agit de publications, avec une version imprimée et une version électronique. Nous publions chaque année, 4 manuels, correspondant aux 4 "niches" du marché des rencontres professionnelles.

Chaque Manuel technique comprend en moyenne entre 68 et 84 pages et est structuré en différentes parties complémentaires : témoignages de professionnels de la filière, conseils pratiques, étude et sondage auprès des utilisateurs, cas concrets).

Chaque Manuel technique fait l'objet d'une diffusion spécifique vers des fichiers ciblés

Le manuel de l'organisateur d'événementiels

■ Sortie : fin février 2011

■ Promotion de l'ouvrage : emailings vers 1 500 000 entreprises en France en mars, mai et septembre : Fichier de 5 000 lecteurs remis aux annonceurs.

Le manuel de l'exposant en France

■ Sortie : fin mai

■ Promotion de l'ouvrage : emailings vers 1 500 000 entreprises en France en juin, octobre et décembre : Fichier de 5 000 lecteurs remis aux annonceurs.

Le manuel de l'organisateur de congrès

■ Sortie : fin Novembre 2011 (document bilingue)

■ Promotion de l'ouvrage : emailings vers 300 000 associations, sociétés savantes, syndicats et unions professionnelles, secteur médical et recherche en EUROPE en janvier mars et mai : Fichier de 5 000 lecteurs remis aux annonceurs.

Le manuel de l'exposant européen

■ Sortie : fin Décembre 2011 (document bilingue)

■ Promotion de l'ouvrage : emailings vers 5 000 000 entreprises en Europe en janvier, mars et mai : Fichier de 10 000 lecteurs remis aux annonceurs.

b) Le Magazine Evénements d'entreprise

Le Magazine Evénements d'entreprise est publié tous les deux mois et est consultable uniquement en version électronique selon trois formats : PDF, E-book et HTML. Il compte à ce jour 5 800 abonnés et en moyenne 1 000 nouveaux abonnés, s'ajoutent à ce chiffre à chaque nouvelle édition, dans le cadre des actions d'emailings.

Le principe de diffusion est le même que pour les Manuels techniques, Pour chaque nouvelle édition, un emailing est réalisé pour faire la promotion du magazine dans son ensemble et plus particulièrement de telle ou telle thématique développée selon le planning rédactionnel des dossiers techniques et présentations de destinations suivant :

■ Février 2011 :

Dossier technique : Nouvelles technologies (web, inscriptions, numérisation, animations, salons virtuels...)

Destination : Région PACA

■ Avril 2011 :

Dossier technique : L'évolution de la gestion des parcs d'expositions et centres de congrès (nouveaux services, investissements, agrandissements...)

Destination : Région Ile de France

■ Juin 2011 :

Dossier technique : Les professionnels de la filière des salons (organisateur de salons, installateurs techniques, prestataires techniques...)

Destination : Le Grand Ouest

■ Octobre 2011 :

Dossier technique : Séminaires hôteliers et incentives

Destination : Le Grand Est

■ Décembre 2011 :

Dossier technique : La prise en compte du Développement Durable dans les salons - congrès - événementiel

Destination : Le Nord de la France et le Benelux

3 . Tarifs publicitaires :

Pour les manuels techniques et le Magazine Evénements d'entreprise, nous vous proposons deux types de tarifs publicitaires :

■ Des insertions publicitaires "classiques", avec des tarifs sensiblement revus à la baisse

■ Des insertions publicitaires + l'accès au fichier des lecteurs (selon la publication choisie)

En ce qui concerne les fichiers, l'annonceur reçoit le fichier selon les modalités suivantes :

Pour les Manuels techniques, il reçoit le fichier des lecteurs du Manuel technique dans lequel il a choisi d'apparaître de la précédente édition, ainsi que les fichiers résultant des 3 actions d'emailings réalisées après sa sortie pour chaque Manuel Technique.

Pour le Magazine bimestriel, l'annonceur reçoit le fichier des lecteurs, ainsi que le fichier des nouveaux lecteurs, obtenu dans le cadre de l'emailing de promotion de l'édition dans laquelle il a souhaité apparaître/

L'usage des fichiers est encadré selon des Conditions Générales d'Utilisation précises, stipulant tout particulièrement la durée (1 an) et la marque associée à cet usage. Il est en effet expressément interdit de céder ou de commercialiser les données figurant dans nos fichiers, protégés par des "contacts pièges", dont la liste est enregistrée auprès d'un huissier.

TARIFS	INSERTIONS SIMPLES	INSERTIONS + ACCÈS AU FICHER
1 page	1 300 €	2500 € (Totalité du fichier)
1/2 page	800 €	1800 € (La moitié du fichier)
1/3 page	550 €	900 € (Le tiers du fichier)
1/4 page	400 €	
Module	250 €	
Supplément 2ème de couv	500 €	500 €
Face sommaire	400 €	400 €
3ème de couv	300 €	300 €
4ème de couv	700 €	700 €

Éléments Techniques :

Merci de nous faire parvenir vos éléments 3 semaines avant parution.

Envoi par email :

PDF haute définition sur les adresses :

pgougeon@legroupe-evenements-d-entreprise.com et fabrication@legroupe-evenements-d-entreprise.com

Fichier :

fournir les images en haute définition en 300 DPI, cmjn au format jpg, EPS ou PDF (haute définition)

Chaque fichier devra comporter 1 seule page. en ajoutant 5 mm de fond perdu (sauf format utile), avec traits de coupe.

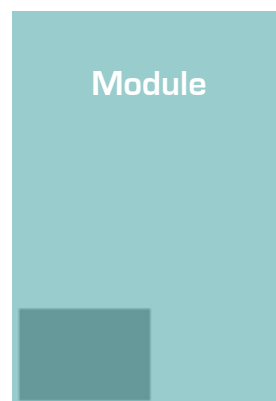
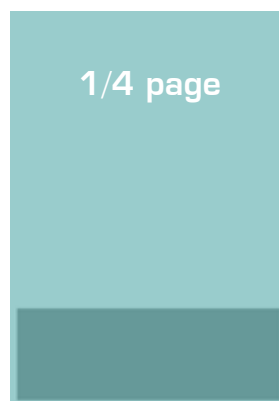
Epreuve couleur certifiée obligatoirement fournie avec les fichiers numériques.

Remise professionnelle 15 % :

La remise professionnelle est accordée aux annonceurs ayant accrédité un mandataire professionnel .

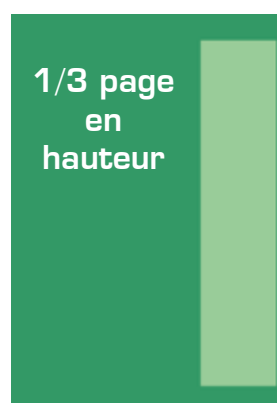
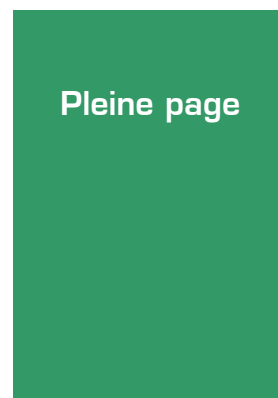
Formats magazine électronique

FORMATS	DIMENSIONS
1 page	840 x 1 200 pixels
1/2 page	795 x 575 pixels
1/3 page	795 x 383 pixels
1/4 page	795 x 277 pixels
Module	397 x 277 pixels



Formats Manuels Techniques

FORMATS		DIMENSIONS
1 page		220 mm L x 310 mm H
1/2 page	en hauteur	95 mm L x 270 mm H
	en largeur	200 mm L x 135 mm H
1/3 page	en hauteur	60 mm L x 270 mm H
	en largeur	200 mm L x 90 mm H
1/4 page	en hauteur	95 mm L x 135 mm H
	en largeur	200 mm L x 65 mm H



Contact commercial

Pierre Gougeon
Directeur de la publication
Ligne directe : +33 (0)1 75 43 45 83
Email : promotion@legroupe-evenements-d-entreprise.com

Événements d'entreprise - Editions Expo News
61-63, rue Albert Dhalenne - 93400 Saint-Ouen