

Guide RP



LE MAPIC : UNE PLATEFORME IDEALE
POUR COMMUNIQUER

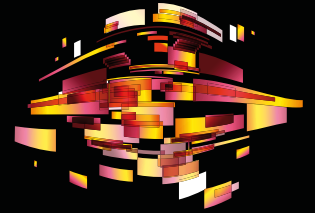
16-17-18
NOVEMBRE
2011

let's talk shop
mapic®

Palais des Festivals
Cannes
France

www.mapic.com

POURQUOI CHOISIR LE MAPIC POUR COMMUNIQUER ?



Le MAPIC permet non seulement de mettre en relation acheteurs et vendeurs, mais ces plateformes internationales constituent également une opportunité unique de renforcer votre visibilité aussi bien auprès des entreprises clés de l'industrie de l'immobilier commercial et de la distribution qu'auprès des médias internationaux. En effet, le MAPIC rassemble pendant trois jours les médias du monde entier spécialisés du secteur.

L'équipe de presse du MAPIC est à votre disposition pour optimiser votre communication auprès de la presse lors de la manifestation et tirer le meilleur bénéfice de la notoriété internationale de l'événement.

Pour cela, nous sommes à vos côtés pour vous aider à :

- Vous démarquer de vos concurrents en facilitant la promotion de l'actualité de votre société
- Communiquer efficacement avec les médias internationaux les plus connus du secteur
- Valoriser votre image auprès de l'ensemble de la communauté de l'industrie.

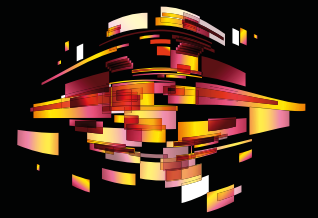
Ce guide a pour vocation de vous aider à utiliser pleinement tous les services et outils qui sont mis à votre disposition lors du MAPIC et ainsi optimiser vos relations presse.



Ils étaient présents au MAPIC 2010 :

AFP, Business Immo, LSA, Sites Commerciaux, Immobilien Zeitung, Textil Wirtschaft, AZ Franchising, Economia Immobiliare, Il Sole 24 Ore, Property EU, Centros Comerciales, Estates Gazette, Property Week, La Libre Belgique, RTBF...

COMMENT POUVONS-NOUS VOUS AIDER DANS VOTRE STRATEGIE DE COMMUNICATION ?



Vous souhaitez communiquer l'actualité de votre société à la presse couvrant l'événement :

Publiez en ligne votre dossier de presse ainsi que trois communiqués de presse sur le site du MAPIC, section presse, rubrique « **communiqués de presse et dossiers de presse** ». Ce service gratuit a été spécialement conçu pour optimiser votre prospection de médias et élargir votre visibilité pendant le salon.

Une fois accrédité au MAPIC :

Envoyez par e-mail à files@vpoinc.com vos documents presse (communiqués de presse, présentation de votre société, images d'illustration, descriptions de projets, études...) en précisant les coordonnées de votre contact presse et relations publiques. Les formats conseillés sont : WORD, PDF, HTML et JPEG de moins de 1MB.

Pour toute question relative à la publication de vos documents sur le site du MAPIC, vous pouvez contacter le (1) 973 783 7787.

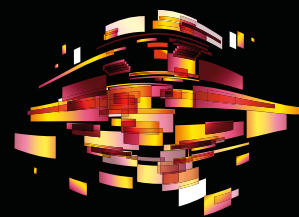
Vous souhaitez que vos projets ou l'activité de votre société soient mentionnés dans les publications en ligne ou papier du MAPIC :

Pour envoyer des informations à nos magazines MAPIC Preview et MAPIC Review, merci de contacter le rédacteur en chef, Mark Faithfull, et de lui envoyer vos communiqués de presse et images en 300 dpi par email :

mark.faithfull@btinternet.com

Pour en savoir plus sur nos opérations de promotion, cliquez [ici](#).

COMMENT POUVONS-NOUS VOUS AIDER DANS VOTRE STRATEGIE DE COMMUNICATION ?



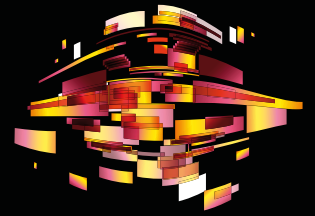
Vous souhaitez contacter des journalistes présents sur le salon :

La **MAPIC Online Database** est l'outil le plus efficace pour rentrer en contact. Tous les journalistes et photographes accrédités apparaissent sur la MAPIC Online Database. Cette plateforme simple d'utilisation offre l'opportunité à votre service de presse ou de communication de les contacter par email ou par téléphone. Une fois votre accréditation confirmée, vous recevrez un e-mail pour activer votre compte sur la Online Database. Avec votre adresse e-mail utilisée pour votre inscription, vous choisirez un mot de passe. Muni de ces deux codes d'accès :

- Visitez la **MAPIC Online Database**
- Accédez à la Online Database en sélectionnant «MAPIC» parmi les différents salons et saisissez votre identifiant et votre mot de passe
- Sélectionnez la rubrique presse
- Cliquez sur le nom du média que vous voulez contacter
- Cliquez sur le nom du journaliste pour consulter son profil (numéro de téléphone, email...) et ajoutez le à vos favoris. Envoyez lui un message via la messagerie interne ou sur son adresse e-mail directement.

Attention : Les journalistes s'accréditent souvent les quatre dernières semaines précédant le salon. Pendant cette période, la MAPIC Online Database est donc régulièrement mise à jour.

COMMENT ORGANISER UN EVENEMENT PRESSE AU MAPIC ?



Votre événement media dépendra de :

La nature de votre message : S'agit-il du lancement d'un projet immobilier ? de la présence d'un projet exposé à Cannes ? d'une annonce institutionnelle ou de votre direction ? Si vous êtes exposant et que vous souhaitez faire une annonce officielle pendant le salon, merci de nous contacter en amont de la manifestation. Vous optimiserez ainsi vos chances de faire passer votre message auprès des milliers de participants présents.

L'audience que vous souhaitez cibler : Ciblez-vous la presse professionnelle, économique ou grand public ? Quels sont les territoires que vous visez ?

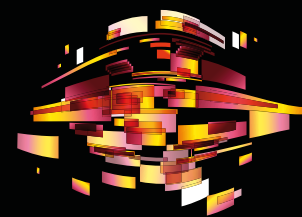
Votre emploi du temps : Quand les dirigeants de votre entreprise comptent-ils prendre la parole ? Nous vous informerons sur le calendrier des événements presse afin d'éviter toute concurrence.



Ils ont organisé un événement presse au MAPIC 2010 :

- Jones Lang LaSalle (Royaume-Uni) a présenté en exclusivité son étude 'Retail 2020, winning in the face of change'.
- Cleopatra Group (Egypte) a exposé le projet de centre commercial pharaonique 'Cleopatra Mall'.
- CB Richard Ellis (Royaume-Uni) a dévoilé son rapport intitulé 'How active are retailers in EMEA' .
- La Caisse des Dépôts, Carrefour Property, le groupe Financière Duval et la ville de Cherbourg (France) ont présenté le projet des Eléis à Cherbourg.

COMMENT ORGANISER UN EVENEMENT PRESSE AU MAPIC ?



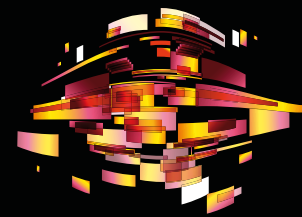
Notre service de presse peut vous conseiller :

Vous pouvez consulter notre service qui saura vous orienter et répondre à vos questions avant et pendant le MAPIC afin de faciliter l'organisation de votre événement.

Il vous aidera à :

- identifier le format le plus adapté pour diffuser votre message : interview en face à face, conférence sur stand, cocktail presse...
- définir le meilleur créneau horaire pour programmer votre événement (selon le programme des événements, les moments phares du MAPIC comme les conférences)
- cibler parmi les journalistes présents au MAPIC ceux qui sont les plus pertinents pour votre communication
- utiliser efficacement les outils MAPIC mis à votre disposition pour valoriser votre événement :
 - Comment poster vos communications sur le site du MAPIC ?
 - Comment informer les journalistes de votre événement au MAPIC ?
 - Comment contacter les journalistes qui viennent au MAPIC ?

Vos CONTACTS PRESSE SONT...



MIKE WILLIAMS

Directeur des Relations Publiques et Presse
Reed MIDEM

mike.williams@reedmidem.com

Tel. : (33) 1 41 90 49 33



MY-LAN CAO

Directrice Presse
Reed MIDEM

mylan.cao@reedmidem.com

Tel. : (33) 1 41 90 45 44



CAROLINE CAOUREN

Attachée de Presse
Reed MIDEM

caroline.caouren@reedmidem.com

Tel. : (33) 1 41 90 44 14



MARION CAILLOL

Attachée de Presse
Reed MIDEM

marion.caillool@reedmidem.com

Tel. : (33) 1 41 90 45 43



AUDREY KEITA

Chargée des Accréditations Presse
Reed MIDEM

audrey.keita@reedmidem.com

Tel. : (33) 1 41 90 44 33



Pour nos clients britanniques

TONY NOKLING

FD - Agence de Presse UK

tony.nokling@fd.com

Tel. : (44) 20 7269 9359

