

# Salon Couleurs et Finitions

## Promotion visiteurs

### 1) En amont du Salon

#### Campagne de communication presse

##### En interne : (novembre à mars)

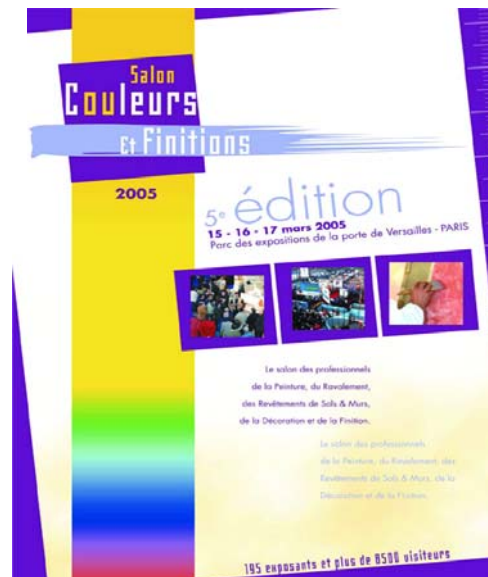
Le Moniteur – AMC – l'Entrepreneur SO et GO – CTB – Négoco – Paysage & Actualités – Matériels et Chantiers  
Soit environ 50 insertions publicitaires.

##### En externe «Médias partenaires» (novembre à mars)

Eclat – Reflets – De Toutes les Couleurs

##### En externe avec «achats d'espaces»

Applitec – Sols Murs Plafonds – Double Liaison – Galvano – Manuel Général de Peinture



#### Marketing Direct : mailing + encartage + affichage

##### Catalogue officiel du salon

- ✗ Cahier spécial diffusé dans le numéro fév/mars de la revue l'Entrepreneur Second œuvre - Finition (Diffusion : 14 000 ex)

##### Encartage d'invitation

- ✗ 110 000 invitations sont encartées dans la presse professionnelle : l'Entrepreneur SO, Négoco, les CTB, le Moniteur et 50 000 invitations sont mises à disposition des exposants pour contacter leurs prospects et clients.

##### Affichage auprès des négociants, distributeurs et grossistes

- ✗ plus de 15 000 affiches et 15 000 invitations seront adressées aux réseaux du négoce, distributeurs et grossistes de province
- ✗ "opération spéciale" en région parisienne auprès des négociants et distributeurs : points P, Plateforme du bâtiment, GME, Lapeyre, démarche sur leur site avec remise d'un badge "privilège" pour le directeur et distribution d'affiches et d'un présentoir "servez-vous" d'une centaine d'invitations pour diffusion auprès de leur clients/poseurs.

##### Mailing

- ✗ mailing personnalisé destiné à 30 000 acteurs du secteur : distributeurs – fabricants – prescripteurs – maîtres d'ouvrage – artisans et applicateurs avec 30 000 invitations + pubA4 envoyées .

##### E-mailing

- ✗ e-mailing auprès des internautes du site « moniteur -expert », des visiteurs 2003 et 2002

##### Invitation « privilège »

- ✗ invitation personnalisée avec envoi d'un badge aux adhérents du GPPF et partenaires du salon

#### Campagne de communication Web

- ✗ Création du site web [www.saloncouleursetfinitions.com](http://www.saloncouleursetfinitions.com) : site d'information et de pré-enregistrement visiteurs sur l'ensemble de la manifestation largement diffusé sur l'ensemble des outils de promotion (pub, invitation...)
- ✗ Relais du site salon sur : [www.lemoniteur-expert.com](http://www.lemoniteur-expert.com), [www.batiproduit.com](http://www.batiproduit.com)
- ✗ Création d'un pop up avec possibilité de personnalisation pour la promotion d'une dizaine d'industriels exposants au salon

#### Relations Presse

- ✗ Conférence de presse d'annonce du salon et de lancement des animations le 25 janvier 2005 au Club Iéna, Maison des Arts et Métiers. Dossier réalisé par une agence de presse spécialisée.
- ✗ Envoi du communiqué de presse pour les agendas (décembre)
- ✗ Envoi du dossier de presse à l'issue de la conférence de presse, suivi de relances téléphoniques.

#### Editorial

- ✗ Le soutien éditorial et le relais des informations produits de l'ensemble des revues internes concernées : Bertrand Fabre, Patrick Piernaz (le Moniteur), Frédérique Vergne (l'Entrepreneur), François Xavier Hermelin (Négoco), Patrick Cheruette (CTB)