

# **Transports** 2010 **Publics**

LE SALON EUROPÉEN DE LA MOBILITÉ  
THE EUROPEAN MOBILITY EXHIBITION

## **GUIDE PRATIQUE DE COMMUNICATION**

### **A DESTINATION DES EXPOSANTS**

Ce guide est à votre disposition pour planifier vos actions de communication en tant qu'exposant, avant, pendant et après Transports Publics 2010, le Salon européen de la mobilité.

Il rassemble des propositions d'actions que vous pourrez facilement mettre en place pour amplifier votre communication autour de votre présence au salon et ainsi :

- vous faire connaître et affirmer votre présence au salon à l'échelle européenne, auprès de vos prospects et des médias ;
- rendre vos innovations plus visibles ;
- valoriser votre présence aux différentes opérations qui rythment le salon : la Tribune des exposants, les Trophées de l'innovation, le parcours de l'innovation et les Talents de la mobilité.

Les différentes étapes qui vous sont proposées pour chaque type d'actions (vis-à-vis de la presse, de vos prospects, de vos invités...) sont directement coordonnées avec les actions marketing, presse et publicitaires mises en œuvre par les organisateurs du salon. Vos actions coordonnées aux nôtres permettront d'en démultiplier l'impact.

Ce document n'a donc pas vocation à vous dire quoi faire et quand – vos équipes communication savent mieux que quiconque quelles actions seront le mieux à même de valoriser votre présence au salon. Il s'agit d'un simple « pense-bête » qui vous aidera, nous l'espérons, à simplifier vos démarches.

*L'équipe organisatrice du salon*

## **Janvier - Février - Mars**

### **- Talents de la mobilité :**

- Remplir le dossier de nominations à renvoyer pour le **26 février 2010** aux organisateurs.
- Si vos nominés sont « short-listés », promouvoir le vote en ligne pour le Prix spécial des Internauts sur le site [www.transportspublics-expo.com](http://www.transportspublics-expo.com).

## **J-2 mois : Avril**

- **Trophées de l'Innovation** : Si vous êtes un industriel ou une société de services, renvoyer le dossier complété aux organisateurs.

- **Stand** : Produire les éléments de communication qui seront distribués sur votre stand.

### **- Site Web Salon :**

- Compléter les informations demandées par les organisateurs dans la base de données exposant sur le site Internet du salon (un code d'accès vous a été fourni).
- Présenter votre innovation dans votre espace exposant avec photo et descriptif en anglais.

- **Votre site Web** : Promouvoir votre présence au Salon avec votre numéro de stand sur votre site Internet (bannière, page, logo à disposition sur notre site Internet...).

- **Événements** : Bloquer des dates pour tenir vos événements sur le salon : conférence de presse, animation, intervention, etc. Envoyer les éléments (date, communiqué de presse, intervenants) aux organisateurs pour que vos événements soient relayés dans nos supports et dans le programme.

- **Contacts** : Envoi des invitations gratuites à vos contacts importants (VIP, invités, prospects, etc.).

### **- Relations presse :**

- Etablir une liste de journalistes que vous souhaitez toucher (en collaboration avec votre service de relations presse).
- Faire connaître aux organisateurs les innovations que vous allez présenter au salon afin qu'une pré-information soit faite auprès de la presse et des professionnels européens ([salon@objectiftransportpublic.com](mailto:salon@objectiftransportpublic.com)).

## ***J-1 mois : Mai***

- **Stand** : Finaliser les éléments de communication et le stand.
- **Evénements** : Préparer la Tribune exposant (si vous en avez une).
- **Contacts** :
  - Organiser vos rendez-vous d'affaires et vos réunions de travail qui auront lieu pendant le salon.
  - Indiquer votre présence au Salon dans votre signature de mail (jusqu'au jour J).
- **Relations presse** :
  - Préparer vos documents de presse en français et en anglais (dossier de presse, photos disponibles, logos, communiqués, etc.).
  - Informer la presse si une personne de votre structure est nommée aux Talents de la mobilité.
  - Informer les organisateurs du Salon de la date et du thème de votre conférence de presse pendant le salon, le cas échéant.

## ***J-2 semaines***

- **Contacts** : Envoyer un e-mailing à vos invités pour confirmer votre présence au salon avec le numéro de stand et valoriser votre programme sur place (démonstration, animation, Tribune exposant, Parcours de l'innovation, etc.).
- **Relations presse** : Envoyer un communiqué de presse à votre liste de journalistes annonçant votre présence au salon, vos innovations présentées et votre nomination aux Trophées de l'Innovation et aux Talents de la mobilité.

## ***J-3 jours***

- **Contacts** : Envoyer un dernier e-mailing de rappel.
- **Stand** :
  - Finaliser l'aspect logistique et les besoins de dernière minute.
  - Début du montage du stand.
  - Briefer l'équipe qui sera présente sur le stand (prévoir du personnel parlant anglais).

## ***J-1 jour***

### **- Stand :**

- Point sur les derniers aspects techniques (électricité, récupération des badges, mobilier, etc.).
- Mettre en place sur le stand les documents de communication.

- **Relations presse** : Mettre en place les communiqués et dossiers de presse en salle de presse (pas de brochure d'entreprise).

## ***Après***

- **Relations presse** : rappeler les journalistes.

- **Contacts** : envoyer un mail ou un courrier de remerciements aux invités venus vous rencontrer.

- **Bilan** : rédiger le bilan de votre présence sur le Salon, et faire un retour aux organisateurs si vous le souhaitez.

**PLANNING DE COMMUNICATION EXPOSANTS**

	Janvier / Février / Mars	Avril	Mai		Juin		
			J-2 semaines 24 au 30 mai 2010	J-3 jours 1er au 4 juin 2010	J-1 jour 7 juin 2010	Après le salon	
<b>Site Web Salon</b>		* Compléter les infos dans la base de données * Présenter votre innovation					
<b>Votre site Web</b>		* Promouvoir votre présence au salon					
<b>Evénements</b>		* Bloquer des dates pour tenir vos évènements	* Préparer votre Tribune exposant				
<b>Talents de la mobilité</b>	* Remplir le dossier de nominations * Promouvoir le vote en ligne						
<b>Trophées de l'innovation</b>		* Renvoyer le dossier aux organisateurs					
<b>Stand</b>		* Produire les éléments de communication distribués sur votre stand	* Finaliser les éléments de communication et le stand		* Finaliser l'aspect logistique * Début de montage du stand * Briefer l'équipe	* Point sur les derniers aspects techniques * Mettre en place sur le stand les documents de communication	
<b>Contacts</b>		* Envoi des invitations gratuites à vos contacts	* Organiser vos rendez-vous d'affaires * Indiquer votre présence au Salon dans votre signature de mail	* Envoyer un e-mailing à vos invités pour confirmer votre présence au Salon	* Envoyer un dernier e-mailing de rappel		* Envoyer un mail ou un courrier de remerciements
<b>Relations presse</b>		* Etablir une liste de journalistes * Faire connaître les innovations que vous allez présenter	* Préparer vos documents de presse (français-anglais) * Informer la presse si une personne de votre entreprise est nommée aux Talents de la mobilité	* Envoyer un communiqué de presse annonçant votre présence au Salon		* Mettre en place les communiqués et dossiers de presse	* Relancer les journalistes
<b>Bilan</b>							* Rédiger le bilan de votre présence au Salon