

# LA COMMUNICATION

## Un plan de communication d'envergure



### AFFICHAGE

sur le périphérique au niveau  
du Parc des Expositions  
de la Porte de Versailles



### PRESSE ECRITE

avec une opération spéciale avec  
Le Journal du Dimanche et Le  
Parisien

+

une campagne display et éditoriale  
sur plus de 70 supports :  
presse grands publics, sectorielle,  
professionnelle et internationale



### INTERNET

avec une campagne  
de mots clés Google

+

une communication  
réseaux sociaux

+

du display et de l'éditorial  
sur les sites grands publics



### MARKETING DIRECT

Près de 3 000 000  
messages envoyés

### RADIO

avec une campagne radio de près de 100 messages  
diffusés 10 jours avant le salon sur les 4 radios  
leaders



## RETOMBÉES ATTENDUES

**938**

retombées  
presse



**317**

sujets presse écrite

**605**

sujets internet (FR et INTL)

**16**

TV et radios



**234**

millions  
de contacts  
potentiels



## 2 prix pour récompenser les enseignes



### Les Révélations de la franchise

Repère et soutient les réseaux prometteurs dont les concepts de distribution ou de services sont les plus performants et les plus innovants du marché.



### Les coups de cœur

Distingue des réseaux de franchise (l'entité formée par le franchiseur et l'ensemble de ses franchisés) pour leur stratégie et leur performance.

