

REUSSIR SES RELATIONS PRESSE AU BOURGET



Du 19 au 25 juin 2017



Le SIAE en chiffres

• Les chiffres :

- **2 215 exposants** en provenance de 45 pays
- **139 273 visiteurs professionnels** de 181 pays
- **285 délégations officielles** civiles et militaires de 102
- 150 aéronefs présents dont 40 en vol
- 7 000 rendez-vous d'affaires organisés
- 1 250 ventes d'aéronefs annoncées
- **150 milliards** de dollars de contrats annoncés
- **3 100 journalistes** du monde entier
- **Plus de 10 000 articles** et reportages presse
- **50 000 étudiants** à l'Espace Métiers Formations

Informations pratiques

Journées réservées aux **professionnels** du **19 au 22 juin 2017**.

Journée gratuite étudiants : 23 juin 2017

Journées ouvertes au grand public : du 23 au 25 juin

Horaires : 8h30 – 18h00



Le salon préféré des visiteurs et des exposants

C'est officiel : les enquêtes de satisfaction montrent que le Bourget est le salon aéronautique préféré des visiteurs et des exposants. Le SIAE réalise des enquêtes de satisfaction auprès des visiteurs (professionnels et grand public) et des exposants depuis 2007. On constate que 90% des visiteurs se déclarent satisfaits (dont 30% se déclarent très satisfaits). C'est une progression très significative, avec le recul de 4 éditions du Salon.

Pourquoi ce succès ? Parce que le Bourget est un événement unique par sa taille et sa diversité :

- Il réunit l'ensemble des acteurs de l'industrie aéronautique et spatiale mondiale,
- Il propose un grand nombre de présentations en vol avec une très bonne visibilité,
- Il permet aux professionnels de présenter leurs produits et savoir-faire dans des conditions optimales, sans négliger le public des passionnés d'aviation
- Il est toujours ouvert sur les jeunes, l'emploi et la formation

En marge du Salon, le très grand nombre de festivités organisées par les exposants, et la proximité immédiate de Paris contribuent à créer « L'expérience Bourget ».

Plan du Salon

- Le centre de presse (violet), se trouve au centre du salon
- Mais selon l'endroit où vous exposez, il faut 5 à 15 mn pour y parvenir.

Optimisez vos déplacements vers le centre de presse !



Le centre de Presse et les journalistes

- La presse au Bourget s'organise autour du centre de presse
- Il est situé sur le tarmac, devant le hangar Concorde
- Les journalistes y ont accès gratuitement. Les attachés de presse des exposants peuvent s'y faire accréditer (payant).
- Le centre dispose de bureaux pour les grandes agences de Presse et les TV, et d'un grand bureau pour l'AJP AE, ainsi que d'une terrasse pour les interviews, et les photos.

LES FACILITES PROPOSEES AUX EXPOSANTS

Le Salon propose des services aux exposant permettant de faciliter leur contact avec la presse

- Un casier virtuel payant pour déposer tous vos documents et visuels (Dossier presse, communiqués, photos)...
- Un service d'intranet pour afficher et présenter vos évènements. (gratuit)
- Une plateforme de mise en avant de vos produits, une vitrine virtuelle au Salon (premier produit gratuit, puis payant pour les suivants).



Optimiser les relations Presse

Pour la Presse spécialisée : les mensuels de juin bouclent entre le 25 avril et le 10 mai, mais les rédactions construisent le numéro Bourget dès le mois de février.

Les hebdomadaires bouclent plus tard mais ils prévoient plusieurs numéros « Bourget » se construit maintenant.

Les quotidiens et TV planifient aussi à l'avance leurs sujets.

Les « Show dailies » doivent être démarchés à l'avance, et pendant le salon. Ils ont des bureaux indépendants du Centre de Presse. Il faut les contacter à l'avance, puis aller les voir dès l'ouverture.

En conséquence :

- Préparez un dossier de Presse, des photos, des communiqués dès maintenant.
- Prévoyez la date et l'heure de votre conférence de Presse ou événement, communiquez là au Salon et invitez les journalistes..
- Relancez, relancez, relancez !!
- **N'oubliez pas les réseaux sociaux !**



Optimiser les relations Presse : équipe dédiée

- Ayez une personne dédiée aux relations Presse, qui ne fera que ça. Faites-là accréditer au Centre de Presse.
- Elle devra aller physiquement au centre de presse, afficher des infos, les communiquer au service qui gère l'intranet, prendre des RV pour des interviews, attraper les journalistes par le col pour les amener vous voir, ou encore vous amener à eux.
- Il faut quelqu'un qui ait de l'énergie, qui connaisse bien son sujet en Français et en Anglais, et des clés USB avec dossier de Presse, photos, vidéos, + des goodies à donner.

Trucs et astuces

- Il faut que les journalistes que vous invitez soient **accrédités** pour entrer au salon (ils doivent le faire en ligne) avec un badge Presse. Sinon, il faut leur envoyer une invitation d'entrée au salon
- Les gros exposants organisent leurs événements le lundi et le mardi. Evitez ces jours, préférez le **mercredi ou jeudi, plutôt le matin**, ou à partir de 15h.
- Mettez des **baskets, une casquette**, et donnez une **trottinette** ou un vélo à votre responsable Presse (le centre de presse est à plus d'un kilomètre du H4).
- Talkie-Walkies : très efficace pour communiquer avec votre équipe, le réseau est souvent encombré.
- Soyez **percutants et créatifs** dans vos invitations, prévoyez un cocktail, une dégustation de vin et de produits régionaux.
- Soyez **dispo** pour les journalistes, **sympa, à l'heure** si vous avez un RV
- Votre région communique pour vous... Mais cela ne vous empêche pas de faire votre propre communication ; les organisateurs vous le permettent.
- **Faites une revue de presse !**



Nous pouvons vous aider

- Nous disposons de **l'intégralité du fichier** des journalistes accrédités au Salon
- Nous **connaissons les centres d'intérêt** de ces journalistes
- Nous avons une **expérience de plusieurs années** de relations Presse au Salon pour des exposants très divers
- Nos prix sont compétitifs : nous **mutualisons les coûts** entre nos clients exposants, et nous ne facturons pas les frais de déplacement.
- Nous pouvons mettre **une ou plusieurs personnes** à disposition de nos clients exposants

Nous pouvons vous aider

- **Avant le salon, nous pouvons :**

- construire votre dossier de Presse dès le mois de février.
- l'envoyer au fichier des journalistes du Salon, avec photos, vidéos, etc...
- effectuer les relances
- répondre aux demandes de rédaction d'articles : les rédactions manquent d'effectifs ; un article déjà écrit, c'est du temps et de l'argent gagné pour elles !
- préparer votre événement avec vous

- **Pendant le salon :**

- Nous mettons à votre disposition un/e attaché de Presse, dédié à un maximum de 3 entreprises, ou exclusif.
- Nous organisons les interviews, et nous vous dégageons de tout le travail de « terrain ».

- **Après le salon :**

- Nous réalisons une revue de Presse.

Combien ça coûte ?

- Forfait avant-salon :
 - 2500 € HT + frais de création/réalisation des documents (mais vous pouvez tout à fait réaliser vos documents vous-même, dans ce cas nous ne vous facturons que les relations presse).
- Forfait salon :
 - attaché de Presse exclusif du 19 au 22 juin : 3000 € HT (si vous souhaitez que nous mettions une personne uniquement pour votre entreprise).
 - Attachée de Presse commune à 3 entreprises : 950 € HT/entreprise.
- Option Revue de Presse après le salon :
 - 600 € HT, hors abonnement Kantar ou Argus.

Transport, hébergement, nourriture compris.