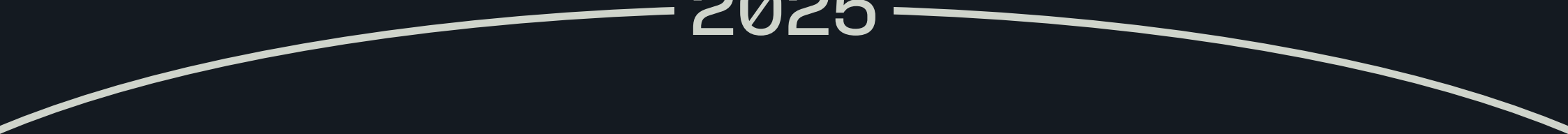


LeJournal
desEntreprises

Le média d'information économique des entreprises et des acteurs des territoires

Kit Event

2025



Construire un événement ensemble ?

Pourquoi ?

- ▷ Développer son image et sa notoriété
- ▷ Associer son nom à une thématique en résonance avec la stratégie de son entreprise et/ou enjeux de son secteur
- ▷ S'appuyer sur l'expertise d'un média reconnu (cf slides 18, 19, 20 en annexe)
- ▷ Se différencier de ses concurrents
- ▷ Favoriser un réseautage qualitatif (dîners-débats)

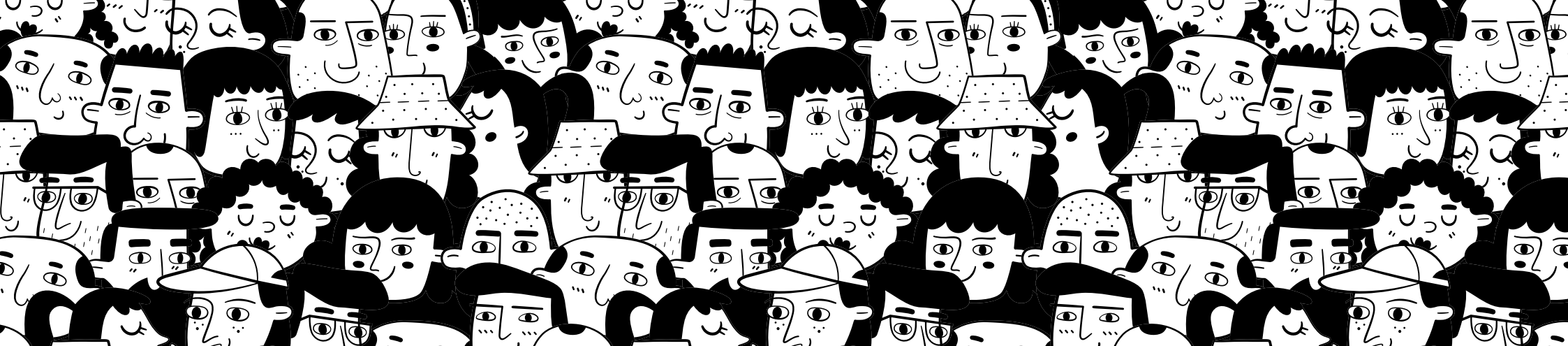
Comment ?

- ▷ En créant un événement sur-mesure
- ▷ En s'associant à des événements emblématiques existants

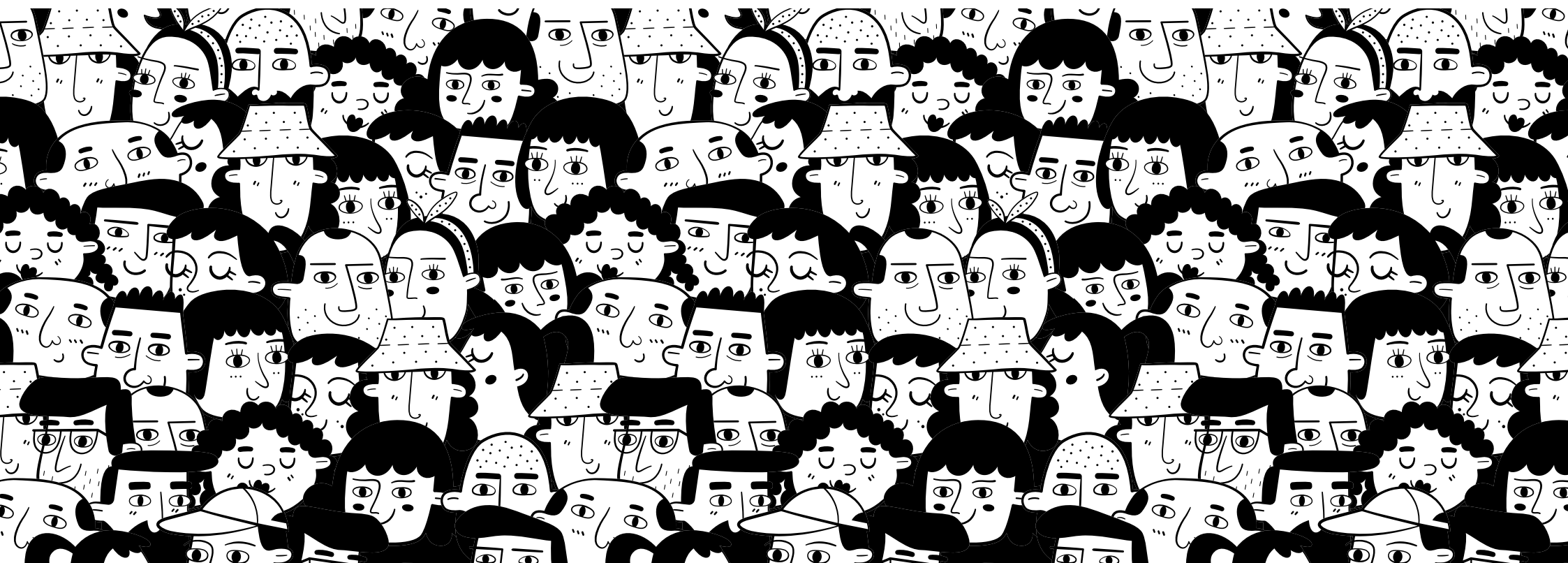
Quel format ?

- ▷ Conférences-débats
- ▷ Cycle de conférences-débats
- ▷ Trophées
- ▷ Dîners-débats





LES CONFÉRENCES—DÉBATS



Éditorial : conseil et construction du contenu de l'événement

Conseil

- ▷ Définition des enjeux, des thématiques possibles, de l'angle de traitement, de la titraillle, du type d'intervenants pressentis.
- ▷ Définition du format et validation du fil conducteur.
- ▷ Définition du profil, de la qualité et du nombre d'intervenants.

Construction

- ▷ Construction du thème par la rédaction du Journal des Entreprises en s'appuyant sur son expertise éditoriale et sur son réseau d'experts.
- ▷ Recherche, validation de la pertinence des intervenants pressentis, booking :
 - Préparation avec chacun d'entre eux des points essentiels de leurs interventions
 - Possibilité de faire intervenir un expert du partenaire (sous réserve de validation de la rédaction).



Un large plan média : avant, pendant et après

Objectifs :

Associer son nom à l'événement

Recruter le visitorat



			Confé- rences-débats	Cycle de 3 confé- rences-débats
AVANT	LOGO ASSOCIÉ À L'ANNONCE	Dans le magazine précédent la conférence (1/2 page)	✓	–
		Sur le <i>journaldesentreprises.com</i> (display* + brèves)	✓	✓
		Dans la newsletter quotidienne (display*)	✓	✓
		Via des e-mailings adressés à la base des contacts du JdE*	✓	✓
		Sur les réseaux sociaux : LinkedIn*	✓	✓
		Création d'un mini-site : programme, intervenants, horaires...	✓	✓
	JAUGE	Participants attendus lors de l'événement	+/- 100 pers.	+/- 60 pers.
PENDANT	VISIBILITÉ	Possibilité pour le partenaire de mettre des kakémonos, de distribuer de la documentation, des goodies...	✓	✓
		Logo sur écran fond de scène	✓	✓
		Logo sur signalétique le cas échéant	✓	✓
	RÉSEAUX SOCIAUX	Diffusion sur LinkedIn des moments forts des débats en direct de l'événement (sous réserve de la connexion)	✓	–
	DURÉE DE L'ÉVÉNEMENT	Selon le format	1h15 + 15min de QR code	3/4 d'heure + 15min de QR code
APRÈS	COMPTE-RENDU DE L'ÉVÉNEMENT	Rédaction d'une synthèse par le/la journaliste présent(e) sur la conférence	✓	✓
		Publication de la synthèse sur le site	✓	✓
		Post LinkedIn de la synthèse publiée sur le site	✓	✓
		Publication de la synthèse dans le print (1/2 page)	✓	–
	REMERCIEMENTS	Remerciements aux inscrits avec lien vers la synthèse	✓	✓

* Save the date, ouverture et confirmations inscriptions. De manière régulière et sur différents formats.



La logistique de votre événement



Univers graphique :

- ▷ 2/3 propositions sur la base des échanges
- ▷ Déclinaisons sur les différents outils :
 - Mini-site
 - Display site
 - Display newsletter
 - Print le cas échéant

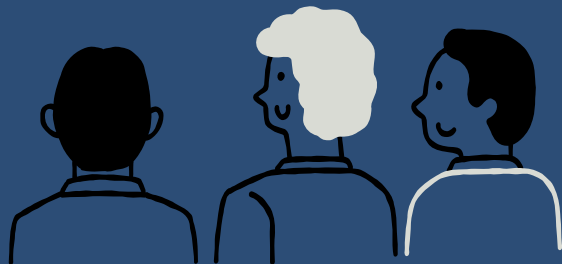
Recherche de lieu :

- ▷ Sur la base de votre cahier des charges
- ▷ Prise en compte des contraintes (capacité, éloignements, stationnement, équipement...)
- ▷ Coordination

Gestion des inscriptions :

- ▷ Gestion des inscriptions :
 - Plateforme d'inscriptions
 - Points réguliers
 - Surbooking
 - ...

Les Conférences



Clients: Salon Industrie Grand Ouest
Randstad

EXEMPLES DE SUJETS TRAITÉS :

- ▷ Industrie : comment attirer les jeunes talents
- ▷ Osez sortir du cadre pour attirer, recruter et fidéliser vos talents

OBJECTIFS CLIENT :

SALON INDUSTRIE GRAND OUEST

- ▷ Faire vivre le Salon
- ▷ Apporter du contenu à forte valeur ajoutée
- ▷ Attirer du visitorat

RANDSTAD

- ▷ Développer son image et sa notoriété
- ▷ Associer son nom à un thème en résonance avec la stratégie de l'entreprise
- ▷ Réseautage



Cycle de 3 conférences exemple



Client : Leader Occitanie

3 PETITS-DÉJEUNERS, 3 THÈMES :

- ▷ Relever le challenge du redémarrage économique
- ▷ La réindustrialisation tient-elle ses promesses en Occitanie
- ▷ Le renouveau industriel des territoires : pourquoi les acteurs locaux peuvent faire la différence ?

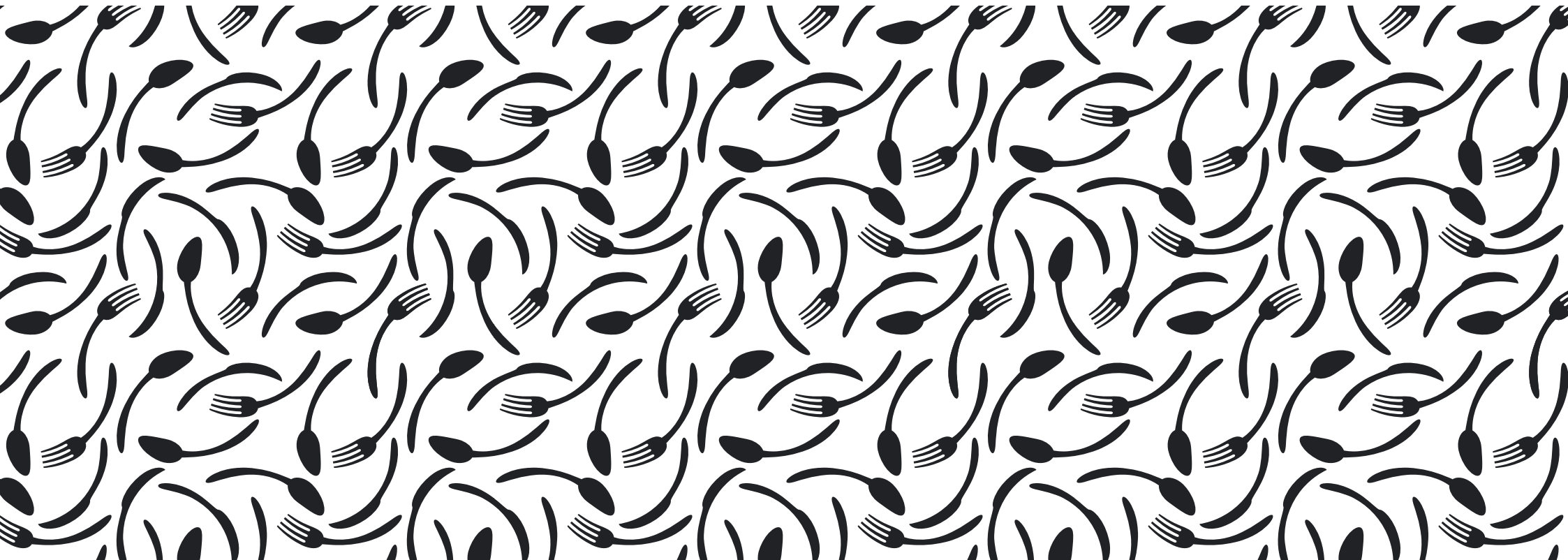
OBJECTIFS CLIENT :

- ▷ Présenter son savoir-faire
- ▷ Développer sa notoriété sur Toulouse
- ▷ Réseautage et temps d'échange





LES DINERS—DÉBATS

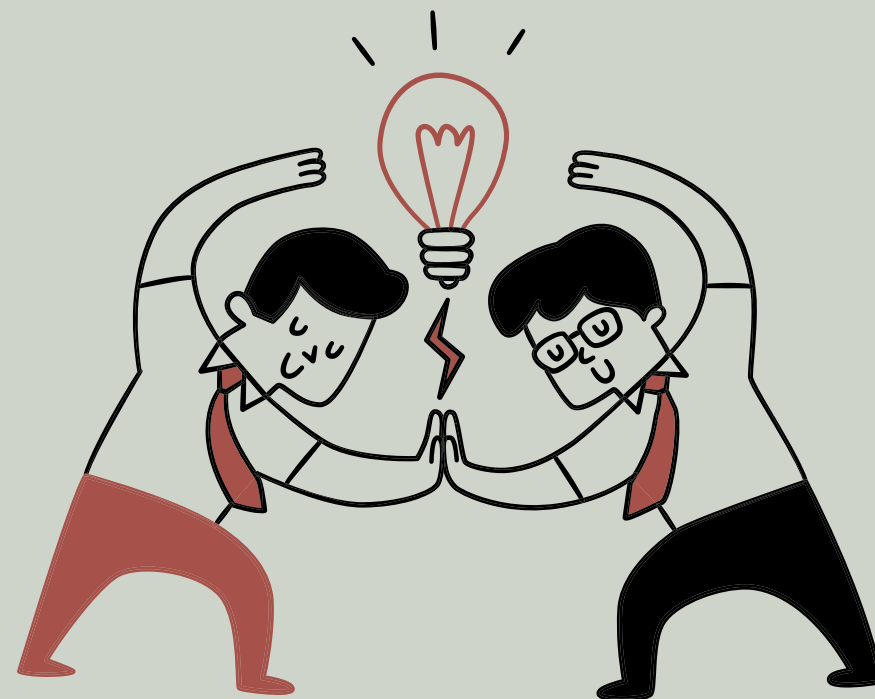


Le déroulement :

Objectifs :

Réseautage qualitatif :

- ▷ Les participants (+/- 28 personnes) placés à table et assistent, en amont du dîner, à une conférence
- ▷ Thème entrepreneurial, économique ou sectoriel
- ▷ Conférence animée par un journaliste de la rédaction
- ▷ Session de questions-réponses qui permet aux participants d'interagir avec les intervenants.
- ▷ Une occasion de recueillir des informations sur un sujet qui les concerne et de provoquer des échanges avec eux et entre eux.



En pratique :

- ▷ Travail sur le thème, l'angle, le parti pris, la ligne éditoriale, la composition du plateau (+/-3 dirigeants), du conducteur pour encadrer les prises de parole, de l'animation...
- ▷ Recherche du lieu sur la base de votre cahier des charges
- ▷ Proposition de l'univers graphique
- ▷ Envoi des invitations, gestion des retours, rappels téléphoniques...
- ▷ Recherche, booking du restaurant sur la base de votre cahier des charges (établissement disposant d'une salle privée).
- ▷ Liste des invités intuitu personae et limitée à 28 personnes (1 partenaire par table x2) par soirée : sélection ciblée selon votre cahier des charges (types d'entreprises, secteurs, fonction, CA...)
- ▷ Accueil à partir de 19 heures et fin de la soirée à 23 heures.

Les Dîners-débats

Clients:
Harmonie Mutuelle
Valtus
Mirabaud
Généo



EXEMPLES DE SUJETS TRAITÉS :

- ▷ Trump, Europe, finances publiques : quels sont les défis qui attendent les entreprises françaises en 2025
- ▷ Difficultés de recrutement, difficultés d'approvisionnement et télétravail
- ▷ Remobiliser son équipe
- ▷ Redonner du sens à sa stratégie pour resserrer les liens du collectif et gagner en efficacité
- ▷ Sobriété énergétique : faire d'une contrainte une opportunité

OBJECTIF CLIENT :

- ▷ Réseautage qualifié
- ▷ Échanges privilégiés





LES TROPHÉES



Deux offres :



S'ASSOCIER
à un événement existant

Trophées Industrie Grand Ouest : demandez notre kit media

**Construire
ensemble
VOS TROPHÉES**

Rencontrez notre équipe dédiée

Les Trophées



Client : Exponantes

Partenaires : BPI France, Actual, Harmonie Mutuelle, Forterro, SG Grand Ouest

- ▷ Depuis 2020, organisation d'une cérémonie de remise de Trophées, les « Trophées Industrie Grand ouest » dans le cadre du Salon de l'Industrie Grand Ouest
- ▷ Ces Trophées récompensent les entreprises industrielles les plus performantes des régions Bretagne, Pays de la Loire et Normandie.
- ▷ 6 prix en 2024 : Ancrage territorial, Industrie durable, Industrie de demain, Coup de cœur du jury, Start-up et Grand Prix

OBJECTIFS CLIENT :

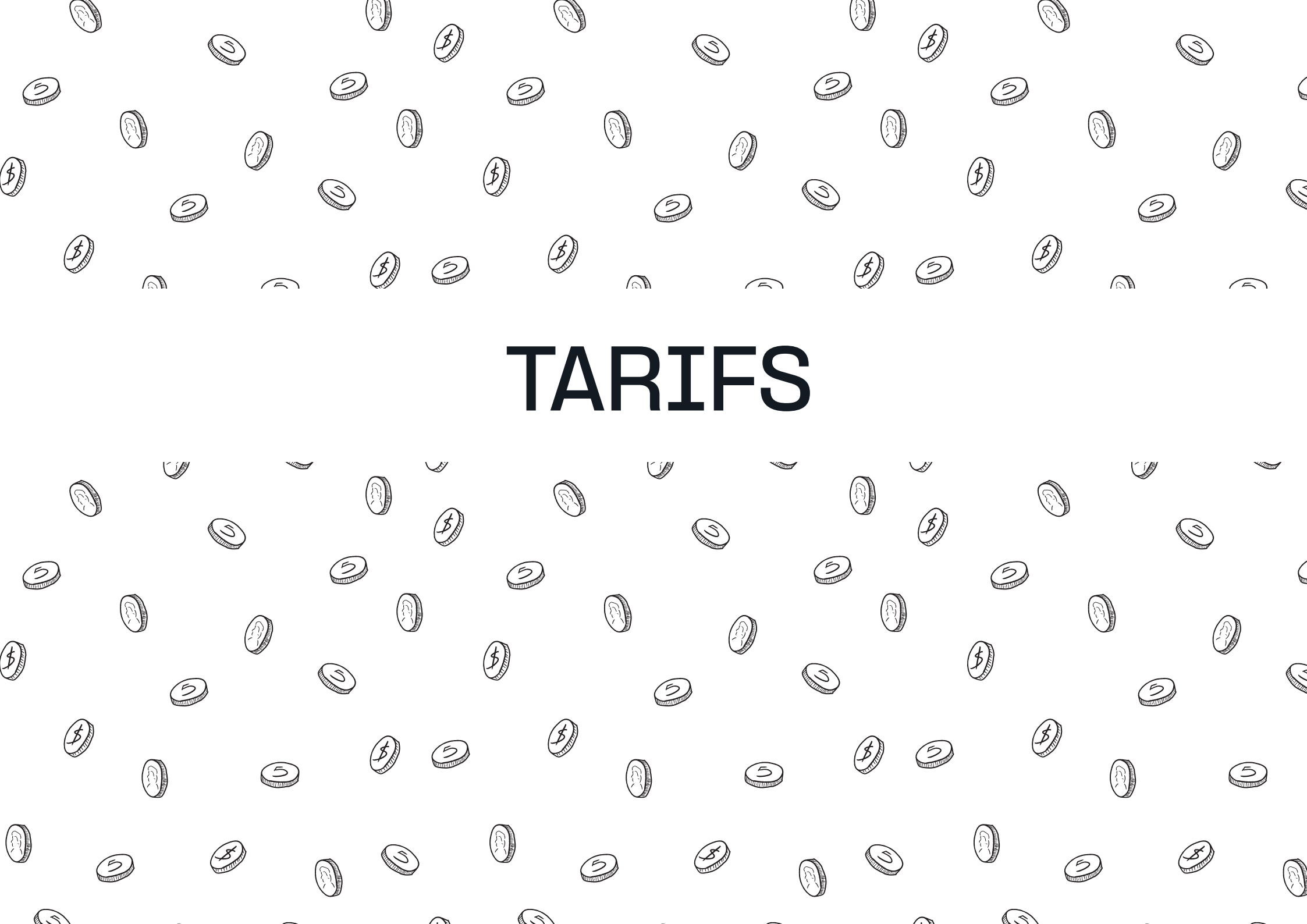
- ▷ Faire vivre le Salon
- ▷ Apporter du contenu à forte valeur ajoutée
- ▷ Attirer du visitorat

OBJECTIFS PARTENAIRES :

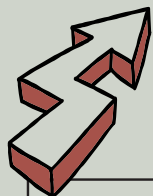
- ▷ Visibilité
- ▷ Associer son nom à une thématique
- ▷ Prise de parole

Découvrez cet événement : <https://www.trophees-industrie-grand-ouest.com/>



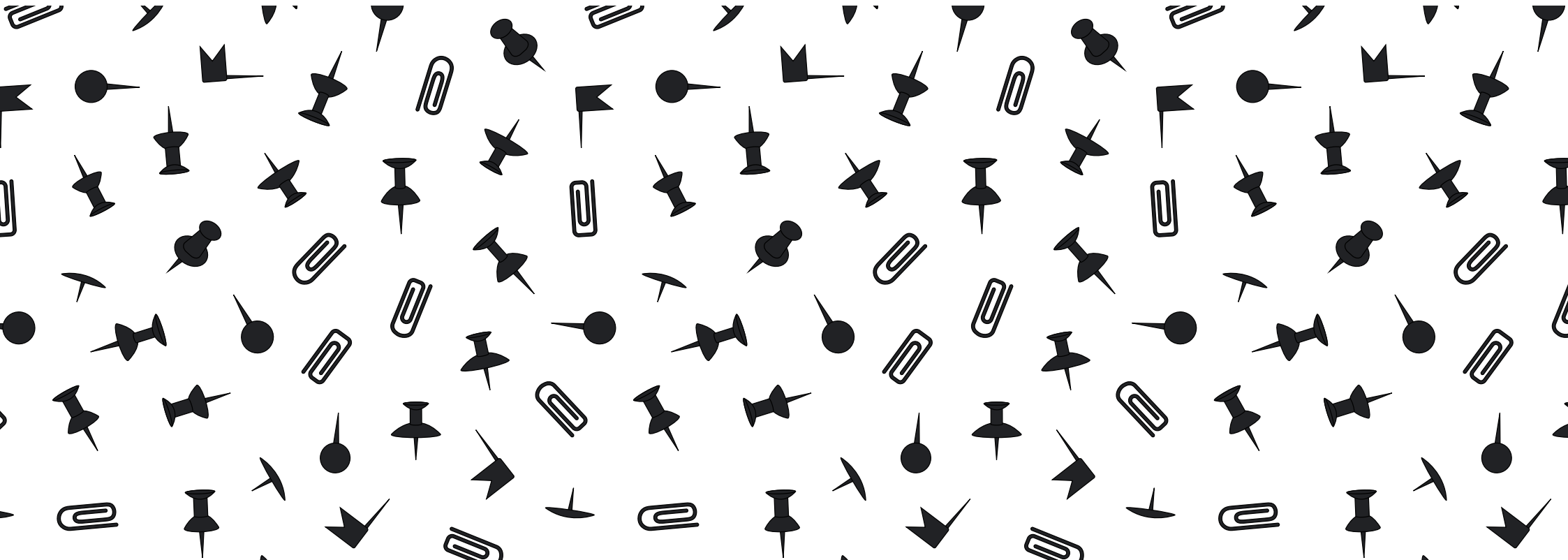
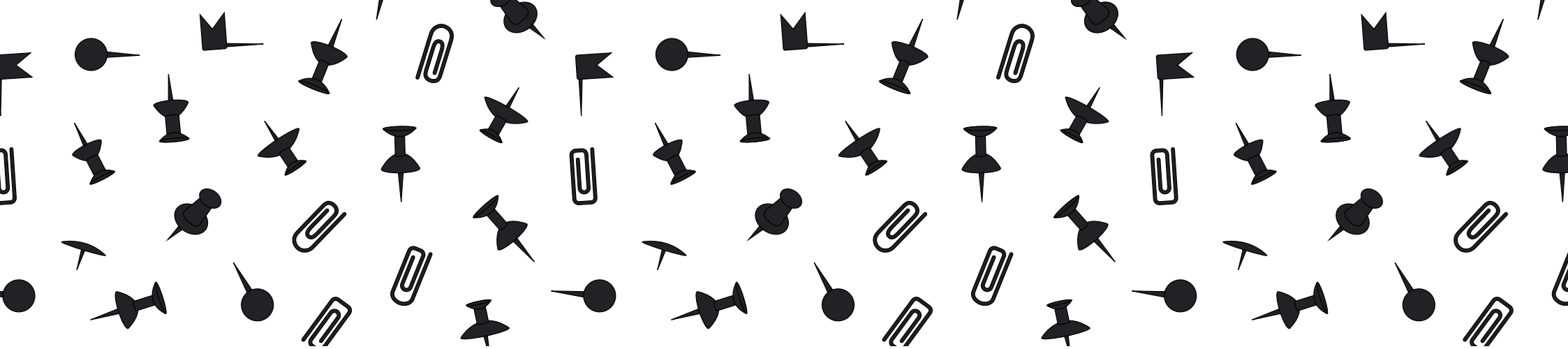


TARIFS



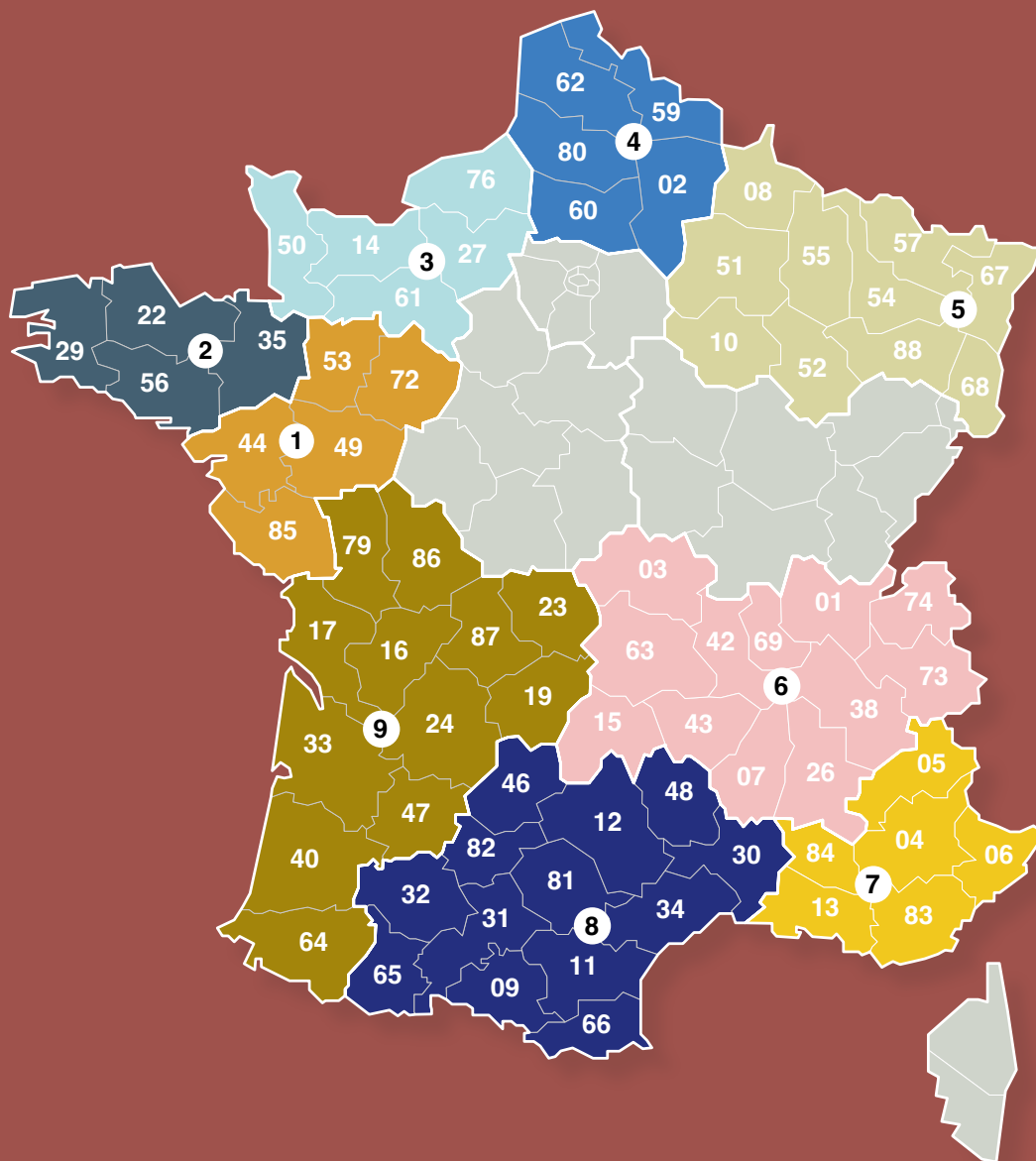
FORMAT	ÉLÉMENTS	TARIFS HT
CONFÉRENCES-DÉBATS	• Construction éditoriale du débat • Promotion de l'événement sur le print et le digital, large plan médiatique : image du partenaire et recrutement des visiteurs • Recherche, identification et réservation du lieu <i>En option, coûts de restauration (cocktail, petit-déjeuner, ...)</i>	12 000 €* (Partenaire unique) 7 500€ HT par partenaire
CYCLE DE TROIS CONFERENCES	• Cycle de 3 conférences • Construction éditoriale des 3 débats • Promotion de l'événement sur le digital : image du partenaire et recrutement des visiteurs • Recherche, identification et réservation du lieu <i>En option, coûts de restauration (cocktail, petit-déjeuner, ...)</i>	18 000 €*
DÎNERS-DÉBATS	• Construction éditoriale du débat • Organisation du dîner-débat : sélection du lieu et des invités, gestion des invitations et de l'événement • Entre 20 et 30 personnes maximum	8 000 €* + Coûts relatifs au dîner
TROPHÉES	Naming	15 000 €*
TROPHÉES	Sponsoring	13 500 €*
AUTRES FORMATS	Événements et devis sur mesure	

* à l'exception des frais de déplacement des intervenants et de leur rémunération le cas échéant



ANNEXES

Un ADN territorial ancré

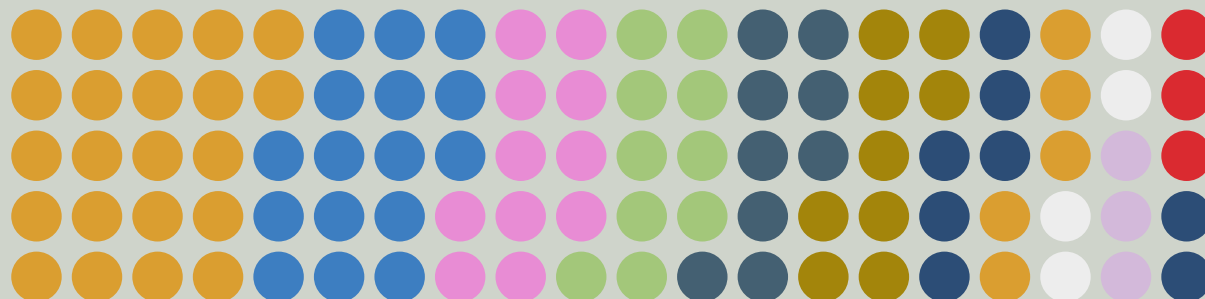
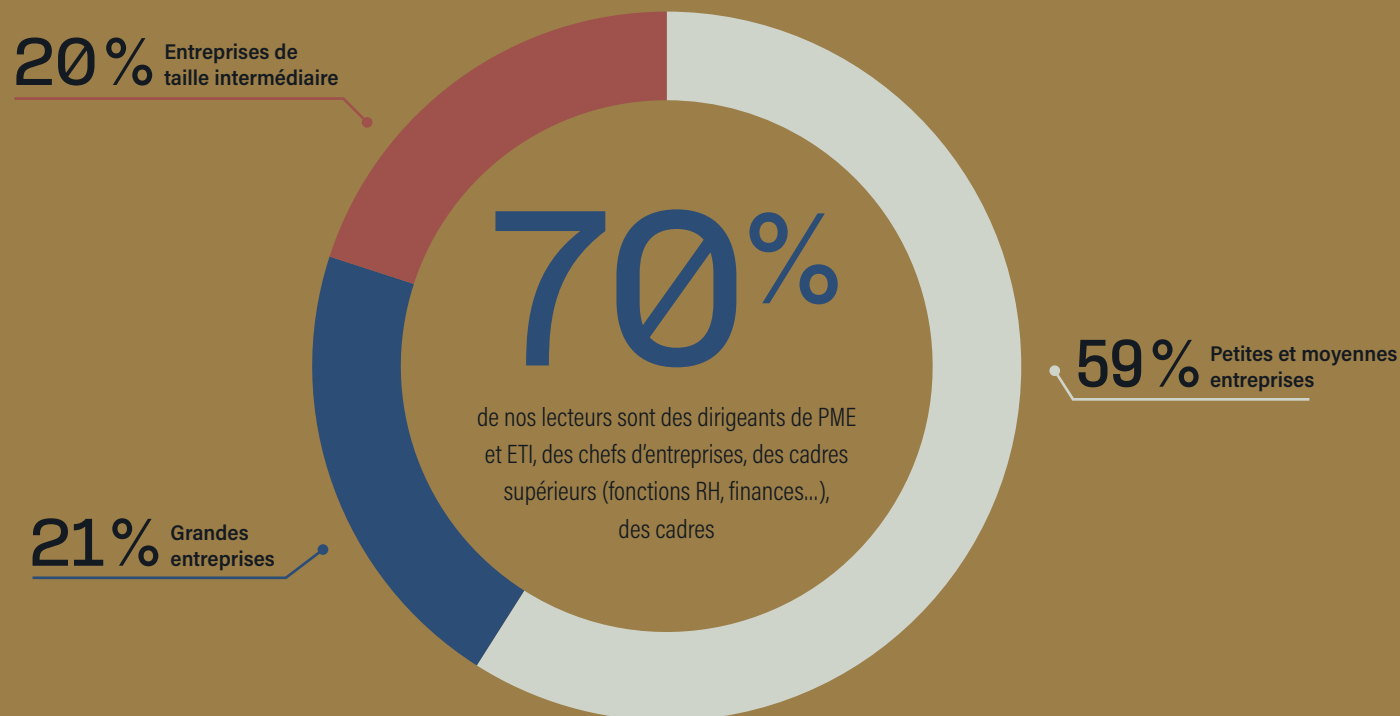


Des équipes éditoriales et commerciales implantées sur les territoires:

- ▷ 9 régions,
- ▷ 72 départements,
- ▷ près de 40 pôles économiques français.

- 1 Pays de la Loire
- 2 Bretagne
- 3 Normandie
- 4 Hauts-de-France
- 5 Grand-Est
- 6 Auvergne Rhône-Alpes
- 7 Région Sud
- 8 Occitanie
- 9 Nouvelle-Aquitaine

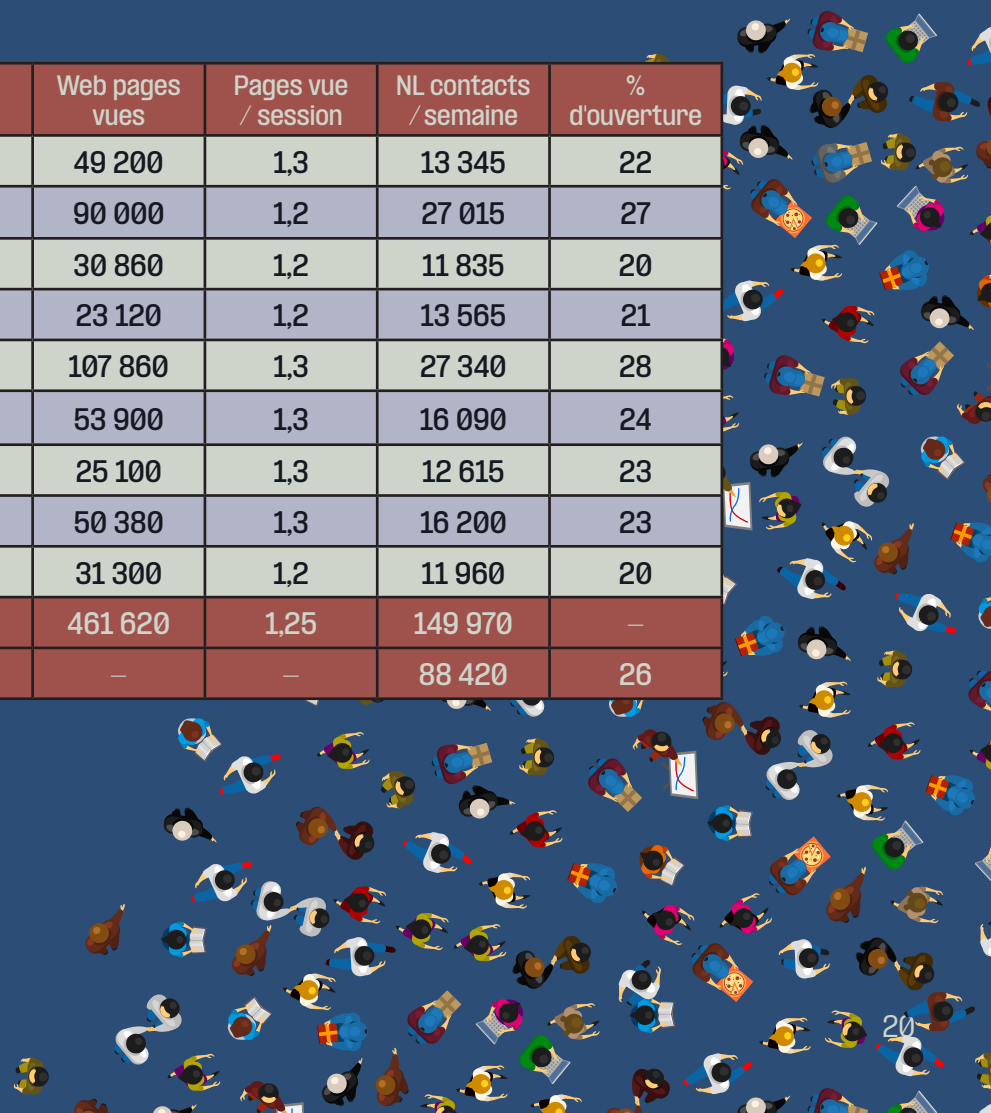
Une audience B2B qualifiée



- 22% Audit - Conseil
- 16% Industrie - Services industriels
- 11% Banque - Assurance
- 10% Services non financiers aux entreprises
- 9% BTP - Immobilier
- 9% Commerce - Distribution B2B
- 6% Communication
- 5% Organisme consulaires - Syndicats pro
- 4% Service public
- 3% Enseignement - Formation
- 3% Hôtellerie - Restauration - Loisirs
- 2% Divers

Un large plan média : avant, pendant et après

ÉDITION JDE	Print	Nbre de lecteurs	Web sessions	Web pages vues	Pages vue / session	NL contacts / semaine	% d'ouverture
Région Sud	6 700	27 470	37 750	49 200	1,3	13 345	22
Bretagne	7 400	30 340	72 400	90 000	1,2	27 015	27
Occitanie	4 230	17 350	24 925	30 860	1,2	11 835	20
Nouvelle-Aquitaine	3 070	12 590	19 075	23 120	1,2	13 565	21
Pays de la Loire	7 900	32 390	82 025	107 860	1,3	27 340	28
Grand Est	8 500	34 850	40 575	53 900	1,3	16 090	24
Hauts-de-France	7 400	30 340	19 840	25 100	1,3	12 615	23
Auvergne – Rhône-Alpes	7 600	31 160	39 925	50 380	1,3	16 200	23
Normandie	4 350	17 835	26 100	31 300	1,2	11 960	20
TOTAL	57 150	234 315	369 175	461 620	1,25	149 970	—
TOTAL après dédoublonnage	—	—	—	—	—	88 420	26



Vos contacts

1 ÉDITION PAYS DE LA LOIRE
Séverine MAUREL
06 65 00 48 37
s.maurel@lejournaldesentreprises.com

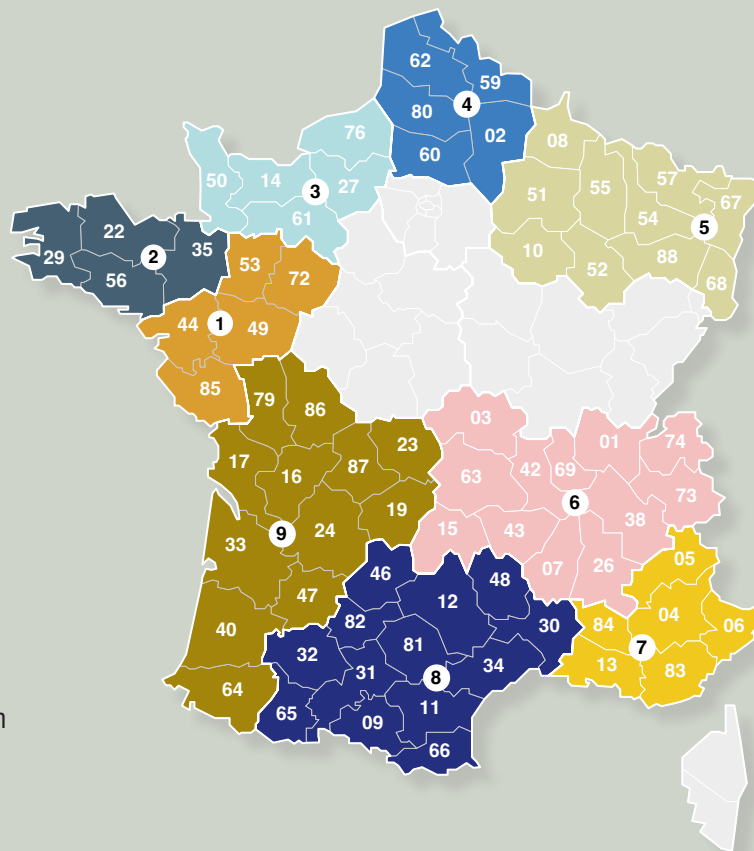
2 ÉDITION BRETAGNE
▪ *Côtes-d'Armor et Morbihan (22 et 56)*
Virginie BRIGNON
06 67 07 92 88
v.brignon@lejournaldesentreprises.com

▪ *Finistère (29)*
Claude CARBOULEC
06 62 84 23 72
c.carboulec@lejournaldesentreprises.com

▪ *Ille-et-Vilaine (35)*
William CONNAN
06 63 32 50 68
w.connan@lejournaldesentreprises.com

3 ÉDITION NORMANDIE
Nathalie BERNARD
06 65 75 70 57
n.bernard@lejournaldesentreprises.com

4 ÉDITION HAUTS-DE-FRANCE
Corinne MAURIER
06 66 70 82 65
c.maurier@lejournaldesentreprises.com



5 ÉDITION GRAND EST
Valérie ASTI
06 24 16 40 13
v.asti@lejournaldesentreprises.com

6 ÉDITION AUVERGNE RHÔNE-ALPES
Gaëlle RIVOIRE
06 50 42 71 59
g.rivoire@lejournaldesentreprises.com

NATIONAL

Valérie ASTI

Directeur commercial et du développement France

06 24 16 40 13

v.asti@lejournaldesentreprises.com

7 ÉDITION RÉGION SUD
Laurence ACEDO
06 69 49 76 13
l.acedo@lejournaldesentreprises.com

8 ÉDITION OCCITANIE
Valérie ASTI
06 24 16 40 13
v.asti@lejournaldesentreprises.com

9 ÉDITION NOUVELLE - AQUITAINE
Nadège POUBLANC
06 66 82 94 26
n.poublanc@lejournaldesentreprises.com

TOUTES ÉDITIONS

Virginie CLOUTÉ
Coordinatrice commerciale
06 75 96 03 04
v.cloute@lejournaldesentreprises.com