

PARIS
RETAIL
WEEK

DAILY

LE QUOTIDIEN OFFICIEL

PARIS
RETAIL
WEEK

17>19 SEPT. 2024
Paris
Porte de Versailles

KIT MEDIA 2024

LE QUOTIDIEN OFFICIEL DU SALON POUR
LES PROFESSIONNELS ET LA PRESSE

*Une partie intégrante de
votre communication sur le salon !*



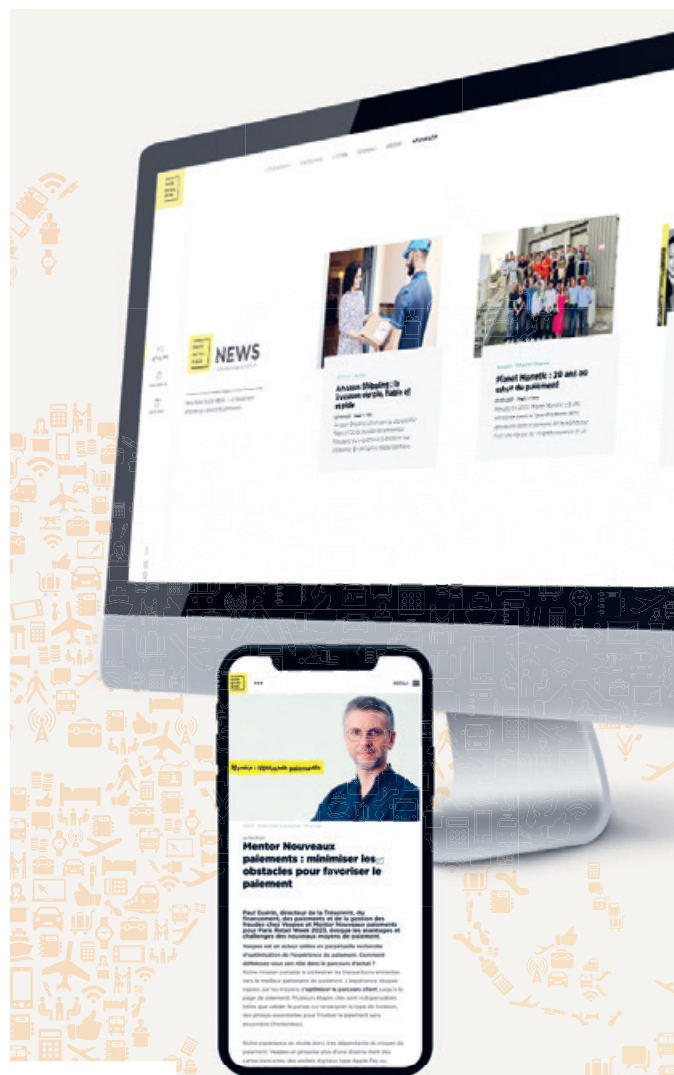
AVANTAGES PRINCIPAUX
POUR LES EXPOSANTS :

- ▶ ATTIRER DE NOUVEAUX VISITEURS
- ▶ MAXIMISER LES AFFAIRES
- ▶ DONNER AUX ACHETEURS LES
INFORMATIONS STRATEGIQUES
DONT ILS ONT BESOIN

ACTUALITE
EN DIRECT
DU SALON

DOSSIER
SPECIAL

PRODUITS
VEDETTES



news.parisretailweek.com

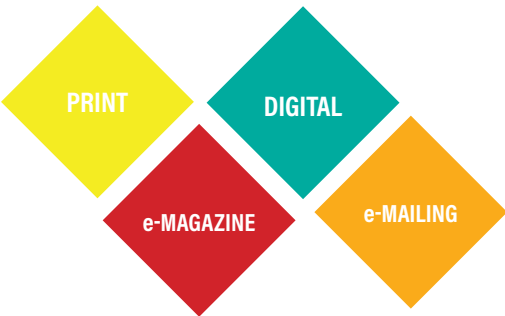
PARIS RETAIL WEEK DAILY
EST LE MAGAZINE QUOTIDIEN OFFICIEL
DE PARIS RETAIL WEEK



Il permet aux exposants de communiquer toutes informations pertinentes, intelligemment, directement à leurs clients (acheteurs et décideurs).

Il est LA source d'information pour tous les professionnels et la presse internationale et couvre l'événement en direct du salon.

Une communication multicanal pour assurer une visibilité maximale et atteindre votre cible à tout moment et partout !



CHIFFRES & PROFIL LECTEUR

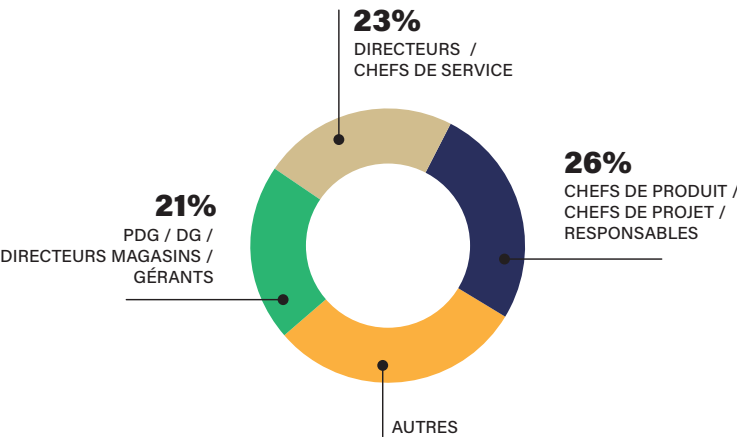
Source : Paris Retail Week

CHIFFRES CLÉS

- 19 500 PROFESSIONNELS SUR 3 JOURS
- PLUS DE 370 SOCIÉTÉS PARTICIPANTES
- 30 TALKS & KEYNOTES
- PLUS DE 150 ATELIERS SOLUTIONS
- PLUS DE 45 START-UPS
- PLUS DE 900 RENDEZ-VOUS D'AFFAIRES
- 9 PRIX INNOVATION DÉCERNÉS

19,500 VISITEURS ATTENDUS

UN VISITORAT QUALIFIÉ ET PORTEUR DE PROJETS



LES PRINCIPAUX SERVICES REPRÉSENTÉS

- MARKETING / MARKETING DIGITAL
- E-COMMERCE
- DIRECTION GÉNÉRALE
- COMMERCIAL
- INFORMATIQUE / SI
- ACHATS
- LOGISTIQUE / SUPPLY CHAIN
- COMMUNICATION / RP

TOP 10

DES SECTEURS D'ACTIVITÉ

- 1-TEXTILE ET ACCESSOIRES
- 2-ALIMENTATION / BOISSONS
- 3-INFORMATIQUE / ÉLECTRONIQUE / TÉLÉPHONIE
- 4-ÉQUIPEMENT DE MAISON / DÉCORATION
- 5-COSMÉTIQUE / HYGIÈNE / PARFUMERIE
- 6-BRICOLAGE / JARDINAGE / ANIMALERIE
- 7-JEUX / JOUETS / LOISIRS / SPORTS
- 8-BANQUE / FINANCE / ASSURANCE
- 9-AUTOMOBILE / MOTO / CYCLES
- 10-HÔTELLERIE / VOYAGES / TOURISME

Sources : statistiques et enquêtes visiteurs Paris Retail Week 2017 & 2018

DISTRIBUTION / PRINT

DAY 1
2 000
exemplaires

DAY 2
2 000
exemplaires

DAY 3
2 000
exemplaires

POINTS DE DISTRIBUTION STRATEGIQUE :

- Toutes les entrées principales
- Tous les points d'information
- Salle d'exposition
- Stand de presse internationale
- Centre de presse
- Stands du Top 50 partenaires et participants
- Plus de 20 hôtels les plus fréquentés à Paris

DISTRIBUTION / ONLINE news.parisretailweek.com

e-Mailing quotidien à
➤ 13 000 destinataires
Taux d'ouverture moyen : 32,6%

L'e-mailing de lancement de l'édition du jour est envoyé tous les matins aux visiteurs professionnels, aux exposants et à la presse avant, pendant et après le salon pour une couverture médiatique complète.

4 e-mailings
(PREVIEW, DAY 1, DAY 2, et DAY 3)



RÉSEAUX SOCIAUX

Les contenus Paris Retail Week Daily sont mis en avant chaque jour sur les réseaux sociaux de Paris Retail Week



5 900
ABONNÉS
5 700 LIKES



1 500
ABONNÉS



11 700
ABONNÉS



6 000
MEMBRES

SITE INTERNET / STATISTIQUES news.parisretailweek.com

Tout le contenu
& e-magazines en ligne
@ news.parisretailweek.com

Intégration totale des
contenus en outils digitaux

news.parisretailweek.com est le site internet mis à jour quotidiennement avec des articles uniques et des interviews exclusives en direct du salon

REACTIF ET PERFORMANT



CONTENU ÉDITORIAL

Le contenu est conçu pour être très pertinent et utile pour les visiteurs professionnels et la presse afin de les aider à définir leurs priorités et à établir leur agenda du salon.

Il donne une vue d'ensemble avec des données sur le marché et les stratégies des principaux acteurs du marché.

RUBRIQUES QUOTIDIENNES

ACTUALITES DU SALON

Les principaux sujets d'intérêts du jour pour les visiteurs internationaux, y compris annonces et débats majeurs.

PLEINS FEUX SUR LA CONFÉRENCE

Lorsque les visiteurs professionnels passent d'un stand à l'autre, ils regrettent sans doute de ne pas pouvoir assister à certaines des conférences les plus importantes. Nous couvrons toutes les conférences qui intéressent les visiteurs professionnels.

TRADE TALK

Interviews exclusives et actualités des principales organisations professionnelles à Paris Retail Week.

TENDANCES DU MARCHÉ & TECHNOLOGIE

Tendances importantes du secteur et entretiens avec des analystes de premier plan.

INTERVIEWS EXCLUSIVES

Compte tenu du nombre de personnes qui présentent conférences et keynotes, lorsque cela est possible, nous donnons non seulement un précis de leur conférence, mais nous recueillons également des commentaires exclusifs qui sont spécifiquement destinés à nos lecteurs.

OPPORTUNITES EDITORIALES POUR LES EXPOSANTS

COMMENT PRENDRE PART AU PARIS RETAIL WEEK DAILY?

PRODUIT SPOTLIGHTS

Nous mettons en avant les nouveaux produits les plus innovants du salon et présentons les trois arguments clés de vente de chacun d'entre eux. Cette pré-analyse permet aux acheteurs d'avoir un aperçu simple et synthétique très rapidement.

OÙ ALLER À PARIS

Un guide bien défini sur où aller à Paris, permettant aux visiteurs Paris Retail Week de se sentir chez eux dans cette magnifique ville.

Envoyez nous vos contenus rédactionnels :

- Couverture des principaux événements de votre entreprise et lancements de produits
- Une plateforme stratégique pour votre top management
- Contributions et leadership de pensée pour nos dossiers spéciaux.



DOSSIERS SPECIAUX & REGIONS VEDETTES

DOSSIERS SPECIAUX

ONLINE EDITION

PREVIEW EDITION

[10 Septembre 2024]

■ MARKETING, DATA ET RELATION CLIENT

PRINT & ONLINE EDITION

DAY 1 EDITION

[17 Septembre 2024]

- IT FOR COMMERCE. TOUTES LES SOLUTIONS TECHNIQUES POUR LES SITES E-COMMERCE
- RETAIL TECH / DIGITAL(IN)STORE LES DERNIÈRES INNOVATIONS DESTINÉES AUX POINTS DE VENTE

PRINT & ONLINE EDITION

DAY 2 EDITION

[18 Septembre 2024]

■ SOLUTIONS DE PAIEMENT - TOUTES LES SOLUTIONS POUR FACILITER ET SÉCURISER LES TRANSACTIONS

PRINT & ONLINE EDITION

DAY 3 EDITION

[19 Septembre 2024]

■ LOGISTIQUE, E-LOGISTIQUE ET SUPPLY CHAIN
TOUTES LES SOLUTIONS POUR OPTIMISER LA CHAÎNE LOGISTIQUE, LES ENTREPÔTS ET LES SERVICES DE LIVRAISON

PRINT / OPPORTUNITÉS DE PUBLICITÉ



TARIFS PUBLICITAIRES* (€)

L'espace publicitaire est uniquement disponible pour les exposants de Paris Retail Week

PUBLICITÉ	All Editions	Online Preview	Day 1, Day 2 or Day 3
			Print & Online Versions
• 1/4 page	1,900	500	500
• 1/3 page	2 350	700	700
• 1/2 page	3 500	900	900
• 1 pleine page	6 300	1 500	1 500
• 1 double page	11 200	2 700	2 700

* + 15% pour un placement mise en avant / page de droite
+30% pour un service de design interne



Logo & stand N° on front cover - Example

EMPLACEMENTS PRÉFÉRENTIELS - TOUTES EDITIONS (PREVIEW INCLUS)	(€)
• Logo & N° Stand en couverture	2 450
• 1/5 page publicité en couverture	8 200
• 1 publicité pleine page, premières 12 pages	7 200
• 1 publicité double page, premières 12 pages	12 800
• 2 ^{ème} de couverture, simple page	9 000
• 2 ^{ème} de couverture, double page	16 200
• 3 ^{ème} de couverture	8 000
• 4 ^{ème} de couverture	9 600
• Insertion dans le magazine	sur demande

PUBLI-REPORTAGE (UNE ÉDITION)	(€)
• 1/2 page	1 550
• 1 pleine page	2 800
• 1 double page	5 040

PRODUCT SPOTLIGHT	(€)
Photo, description, 3 USPs & Stand N°	
• 1/4 page	390



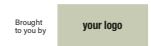
NOUVEAU !	
SAC VISITEUR	(€)
Sponsoring du sac visiteur Paris Retail Week (6,000 unités)	from 8 500



HALL PLAN (TOUTES LES EDITIONS)	(€)
• Logo grand format & Stand N°	2 000
• Logo de taille standard & N° de Stand + QR Code	1 000
• Logo de taille standard & N° de Stand	500

SMARTGUIDE	(€)
Publication personnalisée (24 pages) Insertion dans 1 édition de Paris Retail Week Daily à partir de	37 000 €



NOUVEAU	
	
PARIS RETAIL WEEK QR CODE CARTE (€)	
The Daily QR Code Carte (3,000 units): Logo sur la carte, exclusive position	
from	1 500

STARTER	ADVANCED	PREMIUM	PREMIUM PRO
1 PRODUIT VEDETTE 1 ARTICLE COURT DIGITAL (200 MOTS) AVANT LE SALON 1 LOGO STANDARD SUR LE HALL PLAN BONUS GRATUIT	1/2 PAGE PUBLICITÉ 1 PRODUIT VEDETTE 1 LOGO STANDARD SUR LE HALL PLAN BONUS GRATUIT	1 PLEINE PAGE PUBLICITÉ 1 PLEINE PAGE PUBLI-REPORTAGE 1 ARTICLE COURT DIGITAL (200 MOTS) AVANT LE SALON BONUS GRATUIT 1 LOGO STANDARD & QR CODE HALL PLAN BONUS GRATUIT	1 PLEINE PAGE PUBLICITÉ (Toutes les éditions dans les 12 premières pages) 1 BANNIÈRE eMAILING 1 ARTICLE DE FOND DIGITAL (600 MOTS) AVANT LE SALON BONUS GRATUIT 1 LARGE LOGO SUR LE HALL PLAN BONUS GRATUIT
990 €	1 290 €	4 300 €	9 200 €

PARIS RETAIL WEEK

PREVIEW

DAY 1

DAY 2

DAY 3

REVIEW

Hall Plan

E-Magazines

PARIS RETAIL WEEK

DAILY

LE QUOTIDIEN OFFICIEL DE PARIS RETAIL WEEK

2022 NEWS REVIEW

A new expression of Bordeaux from the bottom of the Atlantic Ocean

Feb 01, 2022 Read 3 min

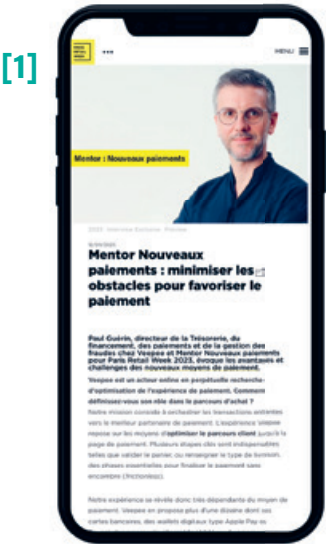
Château Bouteille was shining the spotlight on its new route into Bordeaux. Château Bouteille, at

2022 NEWS REVIEW

Expanding exports across Europe

Feb 01, 2022 Read 1 min

At Wine Paris & Vinexpo Paris 2022, the Portuguese winery Cofreiros was in search of partners to help



TARIFS

NEWS.PARISRETAILWEEK.COM

- Article de fond - Position préférentielle: 600 words [1]
Page d'accueil - 1ère position (le jour de la publication)
Page d'accueil de la section - 1ère position
(2 emplacements disponibles) € 4 000
- Article vedette - Position standard : 200 words
Page d'accueil de la section : 1ère position -
Page d'accueil : Position standard (jour de la publication)
(2 emplacements disponibles) € 1 350

OPTIONS

- Global sponsoring [2]
Votre branding sur toutes les sections. 3 mois :
(inclus 2 articles de fond) € 12 000

e-MAILING

(€)

- Your article highlighted in 1 newsletter: € 600
- Bannière dans 5 envois d'e-mailings (seulement 4 espaces disponibles) € 2 000

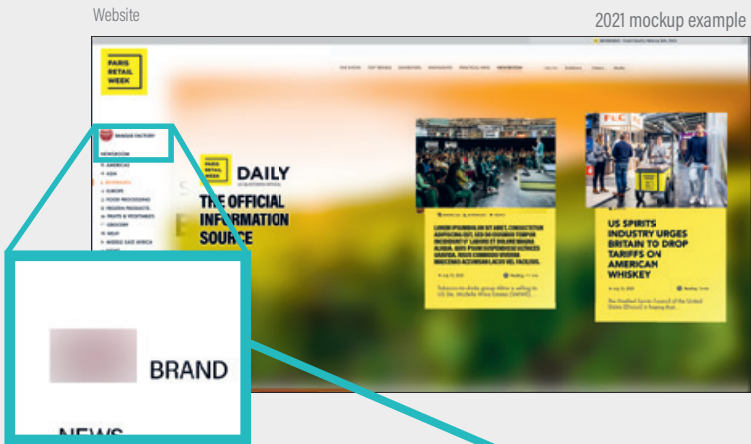


[3] ENTRÉE MENU

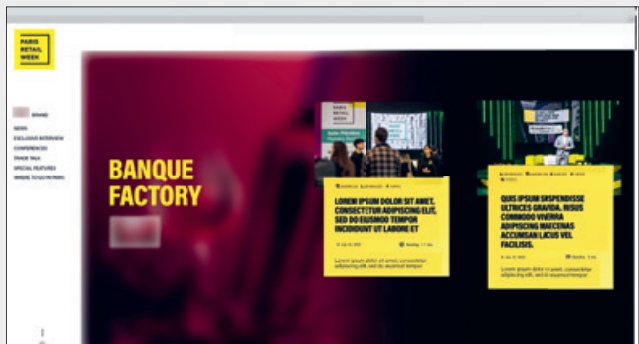
(€)

- Point de menu dédié
- Page dédiée à votre marque avec votre contenu
- 10 articles (1 approfondi, 9 courts)
- 5 inclusions e-mailing - Marquage de votre section dans l'e-mailing

10 500



Dailies section



e-Mailing



PRINT / SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES



STANDARD POSITIONS	Trim size	Bleed size
Pleine page	240 x 330 mm	250 x 340 mm
Double page	480 x 330 mm	490 x 340 mm
1/2 page	220 x 136 mm	
1/3 page	66 x 280 mm	
1/4 page	220 x 68 mm	

HIGHLIGHT POSITIONS

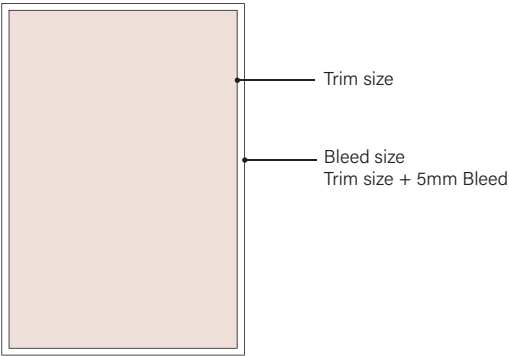
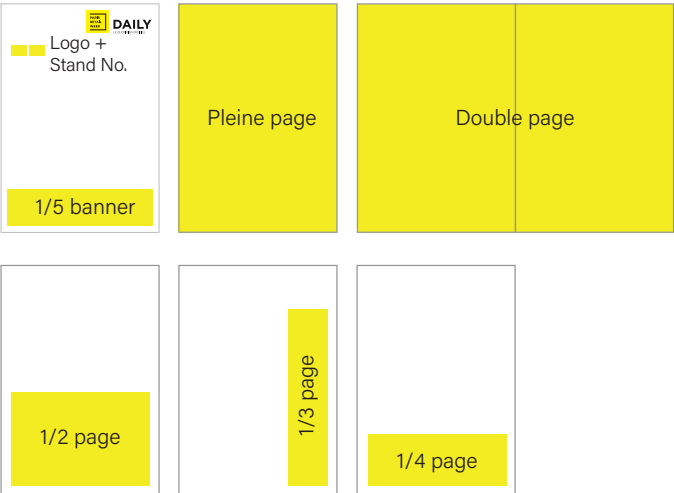
Logo + No. Stand sur couverture	
1/5 bannière sur couverture	220 x 54 mm
2 ^{ème} de couverture	240 x 330 mm 250 x 340 mm
4 ^{ème} de couverture	240 x 330 mm 250 x 340 mm
Marque page (recto-verso)	110 x 230mm 120 x 240 mm

>> Date limite de remise des éléments :
1^{er} Septembre 2024

Contact: production@cleverdis.com
Tel: +33 (0)442 77 46 00

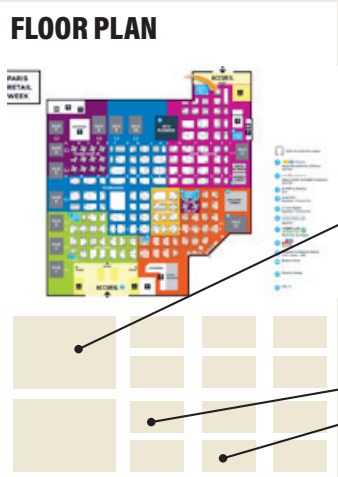
PRINT / SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

Couverture



HALL PLAN

Logo standard & No. Stand	32 x 20 mm
Logo grand format & No. Stand	74 x 54 mm



Logo grand format

Logo standard

INFORMATIONS IMPORTANTES
CONCERNANT LES DOCUMENTS IMPRIMÉS

Toutes les annonces fournies doivent être en CMYK.
Les supports fournis qui ne sont pas conformes aux
spécifications suivantes seront corrigés et l'annonceur sera
facturé pour la production requise.

Format requis : Le format PDF/X-1a est le format de fichier
requis pour la soumission. Lors de la préparation des fichiers
PDF/X-1a, une attention particulière doit être portée pour
s'assurer qu'ils sont correctement créés et qu'ils seront
reproduits correctement. Veuillez consulter le site Adobe.
com/produits/acrobat/pdfs/pdfox.pdf pour des directives
et des instructions. Les fichiers doivent être conformes aux
directives SWOP, et la densité totale de l'encre ne doit pas
dépasser 300 %.

Épreuves : Pour les annonces en pleine et double pages, les
annonceurs DOIVENT soumettre une épreuve numérique
de niveau contractuel, en taille réelle, conforme aux normes
SWOP (y compris une gamme de couleurs pour tous les
fichiers numériques).
Une épreuve contractuelle fournie par le client est
nécessaire pour garantir la couleur.
Les épreuves contractuelles acceptables sont les suivantes :
Epson Contract Proof, IRIS, Kodak Approval, Digital Match
Print, Progressive Press Proof, Fuji Pictro, Fuji Kraft Proof.
Proof, Fuji Pictro, Fuji Final Proof.

Exigences matérielles pour les services de conception en
interne :
Photos : Les scans couleur doivent être de 300 dpi en
CMYK. N&B doivent être en niveaux de gris à 300 dpi.
Logos : Les fichiers vectoriels .eps ou .ai sont préférables.
Les caractères doivent être vectorisés, sauf si les polices
sont fournies. Jpgs doivent être en 300 dpi.

Si vous nous fournissez des fichiers natifs, ils doivent être
accompagnés des polices utilisées dans ces fichiers. Les
caractères noirs sur fond clair doit être défini comme 100%
noir UNIQUEMENT.
Les fichiers doivent être conformes aux directives SWOP et
la densité totale de l'encre ne doit pas dépasser 300 %.

Date limite : Tous les éléments d'impression (fichier
d'impression & épreuve couleur) doivent être
fournis avant la date limite. Au-delà de cette date limite,
nous n'accepterons plus d'éléments, et votre contenu sera
uniquement publié dans notre version en ligne.

Veuillez envoyer l'épreuve couleur à :
Cleverdis / Paris Retail Week Daily
Le Relais du Griffon - 439 route de la Seds
13127 Vitrolles - FRANCE
L'éditeur ne sera pas responsable de l'impression lorsque les
épreuves contractuelles ne seront pas fournies.

DIGITAL / SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

news.parisretailweek.com

GLOBAL SPONSORING - SECTION SPONSORING

- Image de fond : 3,409 x 1,500 px - HD
- Logo : svg
- Lien URL

FORFAIT MENU ENTRÉE

- Image de fond : 3,409 x 1,500 px - HD
- Logo : svg
- Lien URL
- e-Mailing bannière section : 2,560 x 1,440 px - HD

ARTICLE VEDETTE

- Article mis en avant : jusqu'à 600 mots
- Article standard : jusqu'à 200 mots
- Images : jpg - HD
- Videos : Lien YouTube

Bannière e-mailing

- Format : 300 x 250 px - jpg ou gif

>> >> Date limite de remise des éléments :
1er Septembre 2024
Contact: production@cleverdis.com
Tel: +33 (0)442 77 46 00

DIRECTIVES POUR LES PUBLI-REPORTAGES

Publi-reportages réguliers

Tous les publi reportages de nos publications suivent notre guide de
style éditorial pour le format. Ils sont rédigés dans le style d'un article
qui présente les principaux arguments de vente / avantages du
produit / service et dans l'idéal, ils incluent des exemples concrets
de la vie quotidienne, des scénarios réels ou des études de cas pour
démontrer leur efficacité.
Les publi-reportages sont conçus pour fournir aux professionnels
des informations pertinentes pour leur pratique professionnelle et
leurs décisions d'achat.

Concernant les images :

- L'annonceur doit être détenteur des copyrights de toutes les
images fournies avec la copie (avec le copyright de l'image)
- L'annonceur doit avoir une autorisation écrite pour les images
incluant des personnes
- Les images doivent se rapporter obligatoirement au contenu
publicitaire ou au produit
- Les images mises en avant doivent idéalement être d'orientation
horizontale avec des dimensions de 1500 pix de large et une
résolution de 300dpi.

Les publicités dans les publireportages ne sont pas autorisées.
Les logos de marques ou d'entreprises ne sont pas autorisés.
Pas de slogans, pas d'URL, pas de coordonnées de contact
(email, numéro de téléphone).

Nombre de mots

- Pleine page : 550 mots
- 1/2 page : 250 mots
- 1/3 page : 200 mots
- 1/4 page : 90 mots

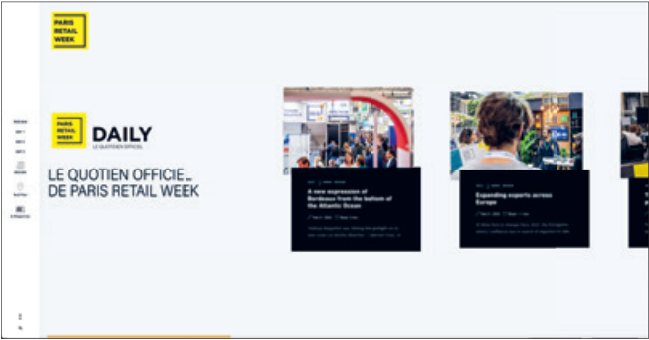
Article vedette

Les articles en vedette désignent une position mise en évidence
pour votre publicité en ligne - sur la page d'accueil et la page de
renvoi de la section ou en position standard (uniquement sur la page
de destination de la section).

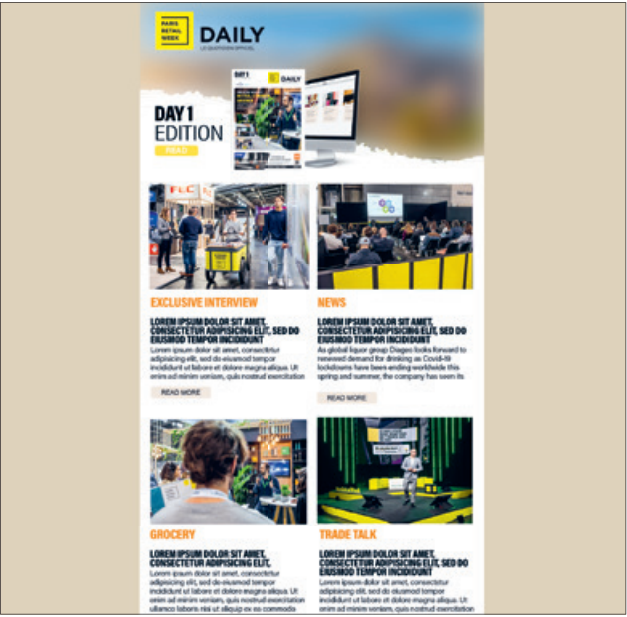
Contenu

Les directives relatives au contenu seront convenues avant l'édition
par l'équipe de Cleverdis.
Toutes les informations de base doivent être fournies par le
client, ainsi que la précision des principaux points à mettre en avant.
Une fois le publireportage produit, une copie PDF est envoyée au
client pour corrections et/ou approbation.
Les modifications et les corrections doivent être clairement
indiquées par le client - dans des annotations sur le PDF.
Une version finale sera alors produite et envoyée au client
pour «OK to Print». Ce dernier doit être marqué sur le PDF - soit
scanné ou signé numériquement.
Toute modification supplémentaire du publireportage demandée par
le client, si elles sont différentes de celles demandées initialement,
seront facturées AU-DELÀ de la commande initiale à un taux de 10%
du prix initial facturé (avant toute remise et devront être payées par
le client avant la publication).

Site internet



e-Mailing



UNE EQUIPE EXPERTE EN COMMUNICATION
A VOTRE SERVICE

100% EN DIRECT DU SALON

Venez nous rendre visite au salon de la presse PARIS RETAIL WEEK pendant le salon !



CONTACTS



ADVERTISING

Dylan Jori

Sales Manager

Tel : +33 442 774 600

Mob: +33 782 794 864

dylan.jori@cleverdis.com



EDITORIAL TEAM

Camille Hedjam

Head of editorial team

Tel +33 442 774 600

Mob: +33 +33 750 461 906

camille.hedjam@cleverdis.com



CLEVERDIS