

## MIX MEDIA 2011

	CIBLES	OBJECTIFS	PERFORMANCES
<b>RADIO</b>	NATIONALE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Permettre une communication vivante et humanisée pour un "Bassin à vivre plus qu'à voir"</li> <li>- Profiter de la notoriété d'une radio en national</li> </ul>	RTL : 138 messages sur 3 semaines - 23 952 000 contact
<b>INTERNET</b>	NATIONALE ET GEOLOCALISEE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mettre en place un plan d'action web + tendance et + opérationnel :</li> <li><b>Recrutement d'un animateur numérique du territoire</b> chargé d'animer les réseaux sociaux</li> </ul>	Les réseaux sociaux : <b>19 M d'utilisateurs</b> actifs <b>FACEBOOK</b> en France <b>450 M de visiteurs</b> uniques mensuelles <b>YOU TUBE</b>
<b>PRESSE ECRITE</b>	INTERNATIONALE ET NATIONALE	OT de Bordeaux Fins de bouclage sur la presse nationale (l'Express, le Point...) > opportunités	OT Bx - 150 000 exemplaires
<b>TV HOTELIERE</b>	INTERNATIONALE (clientèle des hôtels de Gironde)	Entretenir une communication de proximité	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1,5 Millions de téléspectateurs</li> <li>- 4 010 chambres d'hôtels sur Bordeaux et Gironde</li> </ul>
<b>NOUVEAUTÉ 2011 APPLICATIONS IPHONE</b>	NATIONALE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profiter de la mobilité du support</li> <li>- Qualité et étendue de la cible (+ de 4 millions d'iPhone et iPod Touch en avril 2010)</li> </ul>	Achat d'espaces sur 2 applications : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le Monde (2 M de téléchargements)</li> <li>- Météo France (1,3 M de téléchargements)</li> </ul>
<b>AFFICHAGE</b>	Passagers de l'Aéroport de BORDEAUX (3,5 millions de passagers/an)	Présence à l'aéropot de Bordeaux HALL B par un AFFICHAGE PERMANENT	Visibilité sur 100% des passagers arrivés de Paris et Lyon