

LE MIPIM 2012

les maquettes



Vincent Gollain

www.marketing-territorial.org

Avant-Propos

- Malgré les développements numériques, les maquettes physiques restent un outil de marketing territorial particulièrement efficaces pour promouvoir son offre territoriale, des grands sites ou produits immobiliers.
- L'édition du salon du MIPM n'échappe pas à « la tradition » : les maquettes physiques restent nombreuses.
- La sélection présentée ci-après illustre particulièrement la diversité des maquettes proposées aux visiteurs professionnels du salon. Des maquettes simplistes aux maquettes sophistiquées, de nombreux formats sont proposés.
- Toutes ces maquettes poursuivent un seul et même objectif : convaincre, convaincre et convaincre !
- Bonne visite.

BAHRAIN



Moins impressionnante que les années précédentes, la maquette de Bahrain n'en reste pas moins un bel outil de promotion.

BAKU



Une maquette de très belle qualité à Baku.

DOHA



Très belle maquette en bois à Doha.

KRASNODAR REGION



De très nombreuses maquettes sur le stand de la région de Krasnodar.

La DEFENSE



La maquette de La Défense connaît toujours un très fort succès. Il faut dire qu'elle se montre désormais à la hauteur de ses concurrents.

LONDRES



L'une des premières. Elle reste une « valeur sûre » du salon et un formidable outil de promotion et d'unité de Londres. Elle est désormais complétée par d'autres maquettes sur d'autres sites comme Thames Gateway (photo de droite)

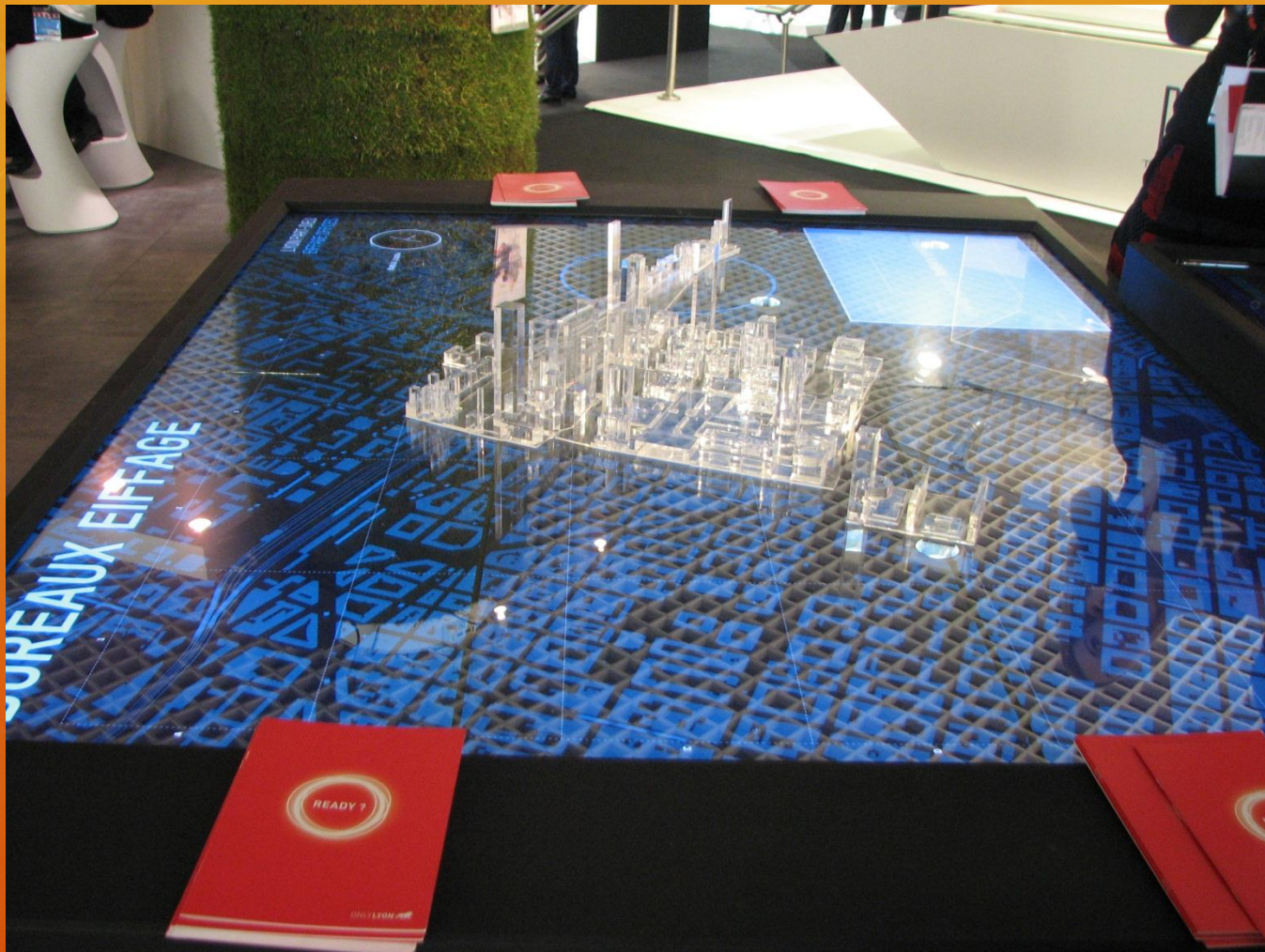
NICE



Très belle maquette à Nice
qui utilise et mixe différents
matériaux pour un très beau
résultat.

Nice and Smart !

ONLY LYON



Lancée au MIPIM 2011, la maquette de Lyon reste toujours aussi attractive (*attractively* dans le nouveau langage de Com d'Only Lyon !).

A suivre