



RAPPORT D'ACTIVITES



Salon de l'Industrie de Madagascar

Du 11 au 14 septembre 2014

Palais National de la Culture et des Sports Mahamasina

**« Manjifa ny vita Gasy aho, tombony ho an'ny rehetra »
“Je consomme Malgache, tous nous y gagnons”**

Elaboré par :
Madame Andoniaina Rova RAZAFITSIALONINA
Coordinatrice générale du salon

Septembre 2014

CONTEXTE GENERAL

Après une période de cinq années de crise politique, durant laquelle l'insécurité et l'incertitude ont créé une stagnation voire une détérioration de la vie socio-économique, le bon déroulement des élections, tant présidentielle que législative, à la fin de l'année 2013 augure un avenir meilleur pour le développement économique du pays. Cet espoir est conforté par la déclaration du nouveau Président de la République lors de son investiture en Janvier 2014 qui a mis comme priorité des priorités : la réconciliation nationale, la sécurité et la lutte contre la corruption.

Actuellement, Il est temps de se mettre à l'œuvre pour la relance de l'économie, et le secteur privé dispose d'un plan apte à relever les défis de la croissance et de la lutte contre la pauvreté.

Le Syndicat des Industries de Madagascar, en organisant ce salon, compte sensibiliser et inciter tous les acteurs de développement, à prendre part à cette relance. L'industrie, à travers les études menées et les expériences dans presque tous les pays, a été toujours le levier pour un développement durable. En effet, le secteur offre les plus grandes opportunités en termes de croissance, d'emplois et de réduction de la pauvreté, mais pour cela, la solidarité est à requérir.

Aussi, La 2^{ème} édition du salon sera le point de rencontre entre les investisseurs nationaux et régionaux, les industriels et leurs fournisseurs, les industriels et les consommateurs et entre consommateurs.

Cet évènement sera aussi le rendez-vous d'un grand nombre de professionnels dans le secteur industriel et ceux connexes pour les amener au devant de leur clientèle, les aider à se faire connaître à travers l'exposition de leur savoir – faire et introduire les nouvelles tendances et les produits novateurs sur le marché national.

Ayant dépassé la phase conatif en 2012, les visiteurs seront amenés à faire l'acte d'achat auprès des exposants durant les 4 jours du salon.

1. Descriptif

1.1. Fiche technique du SIM 2014

Intitulé de l'événement	Salon de l'Industrie de Madagascar « SIM 2014 »
Date	Du 11 au 14 septembre 2014
Lieu	Palais National de la Culture et des Sports Mahamasina (Intérieur et Extérieur)
Thème	« Relance de l'industrie nationale »
Slogan	« Manjifa ny vita Gasy aho, tombony ho an'ny rehetra » “Je consomme malgache, tous nous y gagnons”
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> - Promouvoir les industries locales - Poursuivre la campagne de sensibilisation dans la consommation des produits locaux - Faire adhérer les consommateurs aux produits fabriqués localement - Mobiliser tous les acteurs de développement pour la relance de l'industrie nationale
Structure du salon	<p>Vente – Exposition : 200 stands</p> <p>97 Rencontre B to B</p> <p>14 entreprises : Carrefour de l'emploi et de l'orientation professionnelle</p> <p>4 participants : Conférence – échange</p> <p>10 Conférences thématiques</p> <p>2 Animation – spectacles</p>
Stands à vendre	250 stands
Visiteurs attendus	<p>25 000 visiteurs dont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 6 000 professionnels - 19 000 grand public
Actions de communication et promotion envisagées	<p>1. Hors – média :</p> <p>5 000 brochures et flyers</p> <p>5 000 répertoires exposants</p> <p>15 000 catalogues produits</p> <p>4 conférences de presse</p>

	<p>10 animations mobiles</p> <p>2. Média :</p> <p>20 panneaux de 4x3m</p> <p>1 500 affiches A2 quadri</p> <p>24 insertions publicitaires presse</p> <p>4 insertions publicitaires magazine</p> <p>720 spots radio</p> <p>364 spots télé</p> <p>Matraquage de chanson officielle « Vita Malagasy »</p>
Prestataires	<p>Société de gestion : Groupe 1st Evénementiel</p> <p>Sous – prestataires : Mada Réception, PROD Mamory, Agence PROACTIVE.Com, H3DN, agence 1st Casting, traiteur les Hérons,</p> <p>Restauration : Royal Spirits, Madafood et Coin du Foie Gras</p>
Comité d'organisation	Syndicat des Industries de Madagascar (SIM) / Direction exécutive
Partenaires institutionnels	<p>Ministère de l'Industrie et du Développement du Secteur Privé et des PME</p> <p>Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD)</p> <p>Groupement des Entreprises Franches et Partenaires (GEFP)</p>
Sous le Haut Parrainage	<p>Monsieur Hery RAJAONARIMAMPIANINA</p> <p>SEM Président de la République de Madagascar</p>
Sous le parrainage	<p>Monsieur Rivo RAKOTOVAO</p> <p>Ministre d'Etat chargé de l</p> <p>Docteur Jules ETIENNE</p> <p>Ministre de l'Industrie et du Développement du Secteur Privé et des PME</p>

Pour sa 2^{ème} édition, le SIM s'est fixé l'objectif de faire mieux que la 1^{ère} édition tout en la plaçant comme thème la « relance de l'industrie nationale ».

1.2. Historique du SIM 2014

Dates	Evénements marquants
12 février 2014	Lancement officiel de la 2 ^{ème} édition du Salon de l'Industrie de Madagascar
13 février 2014	Début de la prospection commerciale
18 Avril 2014	Début des insertions presses
24 avril 2014	Point presse durant l'Assemblée Générale du SIM
12 juin 2014	Campagne de sensibilisation dans la région BOENY
18 juin 2014	Campagne de sensibilisation dans la région ATSIANANANA
3 juillet 2014	Campagne de sensibilisation dans le région VAKINANKARATRA
24 juillet 2014	2 ^{ème} conférence de presse : « Présentation officielle des sponsors et partenaires »
25 juillet 2014	Début de la campagne de sensibilisation du SIM 2014
4 septembre 2014	Réunion d'information technique 3 ^{ème} conférence de presse : « Présentation du programme général du salon »
11 septembre 2014	Ouverture officielle Journée professionnelle
12 au 14 septembre 2014	Journées grand public

2. Bilan général du Salon de l'Industrie de Madagascar 2014

2.1. Activités du SIM 2014

Plusieurs activités ont été programmées pour renforcer davantage la visibilité des industries et de leurs partenaires ainsi que pour rentabiliser la participation de chaque exposant.

Le SIM était une plateforme d'échanges entre les industries, leurs partenaires et les consommateurs.

2.1.1. Vente - Exposition

Les entreprises – participantes ont été sollicitées à faire des expositions et des ventes durant les 4 jours du salon. Aussi, elles ont pu :

- Exposer leurs produits et services
- Faire des échanges interactifs avec les visiteurs
- Effectuer des animations commerciales et des promotions
- Réaliser des ventes directes
- Diffuser ses spots ou jingles pendant les pauses animations
- Faire des offres promotionnelles par des annonces au micro

D'ailleurs, pour renforcer davantage la promotion des produits exposés au salon, un catalogue produit mentionnant le produit en promotion ainsi que le prix salon a été édité en 15 000 exemplaires et distribué aux alentours du site et même dans le site.

2.1.2. Conférence thématique

Pendant les **trois (3) premiers jours** du salon, **14 conférences** traitant des thèmes pertinents pour les industriels se sont tenues et succédées

Les conférenciers ont été subdivisés en deux (2) catégories :

- Conférence thématique qui s'est tenue dans la salle AZALEE
- Conférence – échange, à l'espace CONFERENCE-ECHANGE dans le grand palais

En tout, 14 entreprises se sont succédées pour l'animation de conférence dont :

- 10 conférences – thématiques
- 4 conférences – échanges

Ci-dessous les thèmes traités durant les 3 jours de conférence :

Jeudi 11 septembre	SOLARPROD	Les centrales photovoltaïques sur les toitures des industriels
	GASYNET	La mise en œuvre d'un guichet unique électronique, un défi, une opportunité de modernisation
	CAMM	La gestion des contentieux d'affaires par les modes alternatifs de règlements de litige
	BFV- Société Générale	Les opérations internationales
Vendredi 12 septembre	BOA Madagascar	Les outils financiers développés en faveur du secteur industriel
	SONAPAR	Votre futur commence maintenant
	Syndicat des Industries de Madagascar	Politique industrielle

	Air Madagascar	Mieux connaître AIR MAD
	Investisseurs et Partenaires	« Investisseurs et Partenaires », une alliance à effet de levier transversal pour l'industriel
	CNAPS	Mission de la CNaPS dans la sécurité sociale des travailleurs Malagasy
Samedi 13 septembre	GUANOMAD	Guanomad – Quand le « VITA MALAGASY » se professionnalise
	PORT D'EHOALA	Ehoala Park : relever le défi d'être la 1 ^{ère} zone économique spéciale opérationnelle de Madagascar
	AVITECH – FARMSHOP	Situation de la filière avicole industrielle
	SOLIDIS	Solidis – LOCATION

2.1.3. Carrefour de l'emploi et de l'orientation professionnelle

Les industries sont des détenteurs d'emplois à Madagascar, pour cela une collaboration entre l'université d'Antananarivo, d'autres universités privées et le SIM a été concrétisée.

Pour la communication de l'espace « carrefour de l'emploi et de l'orientation professionnelle » et la sensibilisation des jeunes diplômés en quête d'emplois ou de stages à venir à la 2^{ème} édition du SIM 2014.

Pendant 3 jours, 13 entreprises ont accueilli les intéressés et collecté leur CV respectifs sur l'espace, parmi eux :

- Compagnie VIDZAR
- Banque BFV-Société Générale
- Banque BNI Madagascar
- Orange Madagascar
- STAR Madagascar
- GASYNET
- SGS
- SIGMA
- SOCOBIS
- PHAEL FLOR
- LMM

- IMPERIAL TOBACCO
- AMBATOVOY

D'après un des participants, il collecté environ 200 à 250 CVs par jour.

2.1.4. Rencontre B to B

Dans l'objectif de développer le partenariat entre les entreprises locales, des rencontres d'affaires ont été programmées durant les 3 jours du salon.

Les préparatifs ont été réalisés durant les mois de juillet et août durant lesquels des mails aux exposants, aux membres et autres entreprises ont été envoyés dont le taux de réponse moyen est de 35,13%.

Puis les possibilités de connexion ont été élaborées;

- Compilation des acteurs du B to B et planification des rendez-vous ;
- Contact des entreprises sur les programmes et les partenaires possibles ;
- Envoi des invitations

Comme résultat escompté,

- Plus de 26 entreprises sur les 74 contactées ont effectué 62 rencontres professionnelles durant les trois (3) premiers jours du salon ;
- Les produits et services concernés par ces rencontres ont été : les produits alimentaires, le transport, les produits de nettoyage, l'emballage, les industries minières, les produits parachimiques, les banques et assurances, les institutions de financement, énergies renouvelables, ...
- Selon une évaluation effectuée auprès des entreprises ayant participé aux rencontres, 90% de ces rencontres ont aboutit à une possibilité de partenariat.

Le compte rendu des rencontres peut être consulté à l'annexe.

2.1.5. Diverses animations

Pour la 2^{ème} édition du SIM 2014, 2 animations – spectacles ont été organisées :

- Vendredi 12 septembre 2014 : animé par Bodo et Samoela
- Dimanche 14 septembre 2014 : animé par Jerry Marcoss et Stéphanie

Quant aux animations stands, un animateur a été recruté pour recevoir les offres de chaque exposant pour ensuite les communiquer au micro afin que les visiteurs puissent entendre.

Pour les sponsors et partenaires, deux écrans LED ont été installés pour diffuser en boucle leurs spots durant les 4 jours du salon.

2.2. Résultats de l'étude de satisfaction des exposants

Dans l'amélioration de la prochaine édition du SIM, une étude de satisfaction des exposants a été réalisée à travers l'administration d'un questionnaire.

L'objectif est d'avoir l'appréciation des exposants sur l'organisation en général et leur niveau de satisfaction sur leur participation.

2.2.1. Identification générale

Tableau 1 : Répartition des exposants industriels

Industries	Effectif	%
Oui	53	44,92%
Non	65	55,08%
TOTAL	118	100,00%

Source : Etude de satisfaction exposants SIM 2014 / Septembre 2014

Tableau 2: Répartition des exposants selon leur adhésion au SIM

Membres	Effectif	%
OUI	40	33,90%
NON	78	66,10%
TOTAL	118	100,00%

Source : Etude de satisfaction exposants SIM 2014 / Septembre 2014

Tableau 3: Répartition des exposants selon leur catégorie

Catégorie	Effectif	%
Grande en/se	40	33,90%
PME	10	8,47%
PMI	19	16,10%
TPE	8	6,78%
Artisanat / Individuel	16	13,56%
Association - Groupement	14	11,86%
Institution publique	9	7,63%
Presse	2	1,69%
TOTAL	118	100,00%

Source : Etude de satisfaction exposants SIM 2014 / Septembre 2014

Tableau 4: Taux de réponse au questionnaire

Réponse	Effectif	%
Oui	39	33,05%
Non	79	66,95%
TOTAL	118	100,00%

Source : Etude de satisfaction exposants SIM 2014 / Septembre 2014

2.2.2. Evaluation des prestations du SIM 2014

2.2.2.1 Organisation générale du salon

Tableau 5: Appréciation sur l'organisation en général

Appréciation	%
Très bon	15,38%
Bon	66,67%
Moyen	17,95%
Médiocre	0,00%
Très mauvais	0,00%
TOTAL	100,00%

Source : Etude de satisfaction exposants SIM 2014 / Septembre 2014

2.2.2.2 Qualité de l'accueil des exposants

Tableau 6: Appréciation sur la qualité d'accueil des exposants

Appréciation	%
Très bon	10,26%
Bon	58,97%
Moyen	30,77%
Médiocre	0,00%
Très mauvais	0,00%
TOTAL	100,00%

Source : Etude de satisfaction exposants SIM 2014 / Septembre 2014

2.2.2.3 Qualité de l'accueil des visiteurs

Tableau 7: Appréciation sur la qualité de l'accueil des visiteurs

Appréciation	%
Très bon	15,38%
Bon	56,41%
Moyen	28,21%
Médiocre	0,00%
Très mauvais	0,00%
TOTAL	100,00%

Source : Etude de satisfaction exposants SIM 2014 / Septembre 2014

2.2.2.4 Aménagement des stands

Tableau 8: Appréciation sur l'aménagement des stands

Appréciation	%
Très bon	15,38%
Bon	46,15%
Moyen	28,21%
Médiocre	5,13%
Très mauvais	5,13%
TOTAL	100,00%

Source : Etude de satisfaction exposants SIM 2014 / Septembre 2014

2.2.2.5 Communication et promotion du salon

Tableau 9: Appréciation sur la communication et la promotion du salon

Appréciation	%
Très bon	20,51%
Bon	53,85%
Moyen	23,08%
Médiocre	2,56%
Très mauvais	0,00%
TOTAL	100,00%

Source : Etude de satisfaction exposants SIM 2014 / Septembre 2014

2.2.2.6 Affluence des visiteurs

Tableau 10: Appréciation sur l'affluence des visiteurs

Appréciation	%
Très bon	23,08%
Bon	43,59%
Moyen	30,77%
Médiocre	2,56%
Très mauvais	0,00%
TOTAL	100,00%

Source : Etude de satisfaction exposants SIM 2014 / Septembre 2014

2.2.2.7 Date choisie pour le salon

Tableau 11: Appréciation sur les dates de la tenue du SIM 2014

Appréciation	%
Très bon	25,64%
Bon	56,41%
Moyen	12,82%
Médiocre	5,13%
Très mauvais	0,00%
TOTAL	100,00%

Source : Etude de satisfaction exposants SIM 2014 / Septembre 2014

2.2.2.8 Durée du SIM 2014

Tableau 12: Appréciation sur la durée du SIM 2014 (4jours)

Appréciation	%
Très bon	35,90%
Bon	58,97%
Moyen	5,13%
Médiocre	0,00%
Très mauvais	0,00%
TOTAL	100,00%

Source : Etude de satisfaction exposants SIM 2014 / Septembre 2014

2.2.2.9 Site d'exposition

Tableau 13: Appréciation sur le choix du site d'exposition

Appréciation	%
Très bon	46,15%
Bon	43,59%
Moyen	7,69%
Médiocre	2,56%
Très mauvais	0,00%
TOTAL	100,00%

Source : Etude de satisfaction exposants SIM 2014 / Septembre 2014

Tout en se référant aux résultats de l'étude de satisfaction des exposants, l'on peut constater une appréciation positive des participants concernant les prestations fournies par l'organisateur au SIM 2014.

2.2.3. *Evaluation qualitative des opérations réalisées par l'exposant*

2.2.3.1 Nombre de contacts commerciaux

Tableau 14: Appréciation sur le nombre de contacts commerciaux

Appréciation	%
Très bon	10,26%
Bon	30,77%
Moyen	56,41%
Médiocre	0,00%
Très mauvais	0,00%
TOTAL	97,44%

Source : Etude de satisfaction exposants SIM 2014 / Septembre 2014

2.2.3.2 Niveau des intentions de commande

Tableau 15: Appréciation sur le niveau des intentions de commande

Appréciation	%
Très bon	2,56%
Bon	30,77%
Moyen	56,41%
Médiocre	5,13%
Sans réponse	5,13%
TOTAL	100,00%

Source : Etude de satisfaction exposants SIM 2014 / Septembre 2014

2.2.3.3 Vente réalisée durant les 4 jours

Tableau 16: Appréciation sur la vente réalisée pendant les 4 jours

Appréciation	%
Très bon	7,69%
Bon	23,08%
Moyen	33,33%
Médiocre	7,69%
Très mauvais	2,56%
Sans réponse	25,64%
TOTAL	100,00%

Source : Etude de satisfaction exposants SIM 2014 / Septembre 2014

Quant aux opérations réalisées durant les 4 jours, la majorité pense que leur réalisation en termes commercial fût moyenne.

2.2.3.4 Satisfaction en général

Tableau 17: Satisfaction en général

Appréciation	%
Très satisfait	23,08%
Plutôt satisfait	71,79%
Plutôt pas satisfait	5,13%
Pas du tout satisfait	0,00%
TOTAL	100,00%

Source : Etude de satisfaction exposants SIM 2014 / Septembre 2014

2.2.3.5 Intention de participation à la 3^{ème} édition du SIM 2016

Tableau 18: Niveau d'intention de participation à la 3^{ème} édition du SIM 2016

Intention	%
Très intéressé	48,72%
Assez intéressé	46,15%
Assez peu intéressé	5,13%
Pas du tout intéressé	0,00%
TOTAL	100,00%

Source : Etude de satisfaction exposants SIM 2014 / Septembre 2014

Tout en tenant compte des résultats de l'enquête par sondage, le taux de réponse à l'étude a été moyennement faible.

Toutefois, la majorité des exposants sont satisfaits dans l'ensemble et seront encore partants pour la 3^{ème} édition du SIM.

Voici quelques remarques émises par les exposants pour l'amélioration de la prochaine édition :

- Aménagement des stands en face à face au lieu de dos à dos pour une allée centrale
- Réorganisation de l'itinéraire de la visite officielle durant l'ouverture officielle, faire en sorte que tous les stands soient visités.
- Augmentation des droits de badges pour chaque stand
- Renforcement de la communication du salon à travers les nouveaux média et les média de masse
- Mise à disposition d'une installation électrique fonctionnelle en permanence
- Amélioration de l'organisation logistique des conférences
- Organisation des concours de la meilleure entreprise – exposante
- Tenue du salon en début ou en fin de mois
- Renforcement et réorganisation des signalétiques (salles, stands, indications, ...)
- Renforcement de la sécurité

2.3. *Statistiques*

Les tableaux ci-après illustrent les statistiques enregistrés durant les 4 jours du salon

Tableau 19: Comparaison des statistiques des sponsors et partenaires 2012/2014

Catégorie	Effectif SIM 2012	Effectif SIM 2014
Sponsors officiels	3	3
Sponsors	5	5
Partenaires	12	8
Partenaires institutionnels	5	3
Média officiels	2	3
Partenaires média	6	14
Partenaires médicaux	1	1
TOTAUX	34	37

Source : Statistiques SIM 2014 / Septembre 2014

Tableau 20: Effectif total des exposants

Libellé	Prévision	Réalisation	GAP
Ouverture officielle	600	420	180
Participants	125	118	7
Stands occupés	250	200	50

Source : Statistiques SIM 2014 / Septembre 2014

Tableau 21: Statistiques des visiteurs

Libellé	Effectif	%
Invitation ouverture officielle	420	1,85%
Invitation gratuite	4 973	24,15%
Billet d'entrée	14 215	69,03%
Badge partenaires / Exposants	1 025	4,98%
TOTAL	20 633	100,00%
OBJECTIF	25 000	
GAP	4 367	17,63%

Source : Statistiques SIM 2014 / Septembre 2014

Comptant l'affluence de 25 000 visiteurs pendant les 4 jours du salon, le SIM 2014 n'a pu atteindre que **82,37%** des objectifs fixés

La salle de conférence AZALEE a une capacité d'accueil de 80 à 110 personnes pendant la conférence. 10 conférences se sont tenues dans cette salle et 4 dans l'espace conférence-échange.

Le tableau ci-après, nous décrit les statistiques de l'assistance de chaque conférence.

Tableau 22 : Statistiques de l'assistance aux conférences

Conférence	Effectif
SOLARPROD	29
GASYNET	92
CAMM	15
BFV-SG	95
BOA Madagascar	102
SONAPAR	25
SIM	102
AIR Madagascar	95
IP	97
CNAPS	24
GUANOMAD	89
FARMSHOP	68
SOLIDIS	85
PORT D'EHOALA	18
TOTAL	936

Source : Statistiques SIM 2014 / Septembre 2014

En général, chaque conférence a touché différents et de nombreux assistants.

3. Prestataires collaborateurs

Dans la réalisation du SIM 2014, le SIM a fait appel à plusieurs prestataires :

Tableau 23: Liste des prestataires

PRESTATAIRES	PRESTATIONS
Groupe FIRST EVENEMENTIEL	Société de Gestion, logistique
Agence PROACTIVE.Com	Organisateur des activités du salon
H3DN	Société de nettoyage
ITRAS	Gestion des questions/Réponses des conférences
TORIO	Agence de communication pour la conception des maquettes
ARTSTEL	Décoration
Imprimerie NIAG	Impression catalogue
JOCKER marketing	Affichage et impression grand format
MADA RECEPTION PROD MAMORY	Fournisseur de stands
MAMI'COM	Fournisseur des écrans géants
GROTECH / ALPHA Services	Impression de supports de communication
ROYAL SPIRITS & Cie	Restauration
MADAFOOD	Restauration
COIN DU FOIE GRAS	Restauration

Source : Direction exécutive SIM / septembre 2014

4. Communication

4.1. Campagne de sensibilisation dans les régions

En collaboration avec le PNUD, des campagnes de sensibilisation dans les grandes villes de 3 régions de Madagascar ont été réalisées dans le cadre de la promotion et la mobilisation des acteurs majeurs du secteur industriel dont :

- Région BOENY, Majunga I
- Région VAKINANKARATRA, Antsirabe
- Région ATSIANANA, Toamasina

4.2. *Communication du salon*

Dans le but de communiquer et de mobiliser les consommateurs à visiter le salon, le SIM a élaboré un plan de communication dont l'axe stratégique est « le SIM 2014 ».

Tableau 24: Actions de communication réalisées par le SIM dans le cadre du SIM 2014

Rubrique	Description	Quantité	Prestataire
HORS - MEDIA	Conférence de presse	4	SIM Groupe FIRST EVENEMENTIEL
	Animation mobile	3	Groupe FIRST EVENEMENTIEL
	Catalogue salon	5 000	SIM Imprimerie NIAG
	JDM édition spéciale	5 000	Ultima média
	Catalogue produit	15 000	Groupe FIRST EVENEMENTIEL
MEDIA	Affichage 4x3m	10	Jocker Marketing
	Panneaux muraux	8	Groupe FIRST EVENEMENTIEL
	Affiches mobiles	2	
	Affiche A2	2 000	Imprimerie MEGA PRINT
	Insertion presse (Cf. Annexe)	60	SIM
	Spots TV	114	Proactive.Com
	Intervention sur plateau télé	4	SIM
	Spots radio	540	Proactive.Com
	Intervention sur station radio	3	SIM
	Site web	1	TORIO
	Article de presse (Cf. Annexe)	47	Journalistes / SIM

Source : Communication SIM 2014 / Septembre 2014

LISTE DES ANNEXES

Annexe I : Quelques insertions presses

Annexe II: Quelques supports de communication

Annexe III : Photos du SIM 2014

Annexe I : Quelques insertions presses



Ny SEDIKAN'NY INDOSTRIA ETO MADAGASIKARA (SIM)
dia faly miarahaba antsika rehetra nahatratra ny :

Manjifa ny vita GASY aho satria :

- Fiaraha-mientana amin'ny fampiroboroboana ny indostria eto an-toerana
- Fanohanana ny asa fiveloman'ireo mpiara-belona amiko
- Fampitomboana ny harinkarem-pireneko
- Fandraisana anjara amin'ny fampandrosoana ny fireneko

Manome fotoana antsika rehetra amin'ny **Andiany faha 2** ny **Salon de l'Industrie de Madagascar**



11 AU 14 SEPTEMBRE PALAIS NATIONAL DE LA CULTURE ET DES SPORTS MAHAMASINA



SIM Salon de l'Industrie de Madagascar



LE SYNDICAT DES INDUSTRIES DE MADAGASCAR
VOUS SOUHAITE UNE JOYEUSE FÊTE.

RENDEZ-VOUS À LA 2ÈME ÉDITION DU
"SALON DE L'INDUSTRIE DE MADAGASCAR"
DU 11 AU 14 SEPTEMBRE 2014
AU PALAIS DES SPORTS MAHAMASINA

AU PROGRAMME :

- VENTE - EXPOSITION À PRIX USINE OU PRIX REMISE
- CONFÉRENCE DEBAT RELATIVE À LA « RELANCE DE L'INDUSTRIE NATIONALE »
- RENCONTRE B TO B
- CARREFOUR DE L'EMPLOI ET DE L'ORIENTATION PROFESSIONNELLE
- DIVERSES ANIMATIONS



SPONSORS OFFICIELS
Air Madagascar, VIDZAR, FOOD, Galana, GEMCO, KALINIA

SPONSORS
SolarProd, satsp, L'Eco austral, MULTIMEDIA

PARTENAIRES
BANK OF AFRICA, Holcim, L'Eco austral, MULTIMEDIA

PARTENAIRES MEDIA
L'Eco austral, MULTIMEDIA

CONTACTS
Mail : salon-industrie@sim.mg
Tél. : 22 240 07 / 034 06 840 31 / 034 06 438 43

www.salon-industrie-madagascar.com



SALON DE L'INDUSTRIE DE MADAGASCAR
2^e édition

« RELANCE DE L'INDUSTRIE NATIONALE »

PRIX USINE

EXPOSITION - VENTE - CONFÉRENCES THÉMATIQUES - RENCONTRE B TO B
CARREFOUR DE L'EMPLOI ET DE L'ORIENTATION PROFESSIONNELLES

11 AU 14 SEPTEMBRE PALAIS DES SPORTS MAHAMASINA

SPONSORS OFFICIELS
Air Madagascar, BANK OF AFRICA, SolarProd

SPONSORS
VIDZAR, FOOD, Galana, GEMCO, KALINIA, STAR

PARTENAIRES
BANK OF AFRICA, Holcim, L'Eco austral, MULTIMEDIA

PARTENAIRE MEDIA
L'Eco austral, MULTIMEDIA

CONTACTS
Mail : salon-industrie@sim.mg
Tél. : 22 240 07 / 034 06 840 31 / 034 06 438 43

www.salon-industrie-madagascar.com



SALON DE L'INDUSTRIE DE MADAGASCAR
2^e édition

11 AU 14 SEPTEMBRE
AU PALAIS DES SPORTS MAHAMASINA

ENTRÉE 1000Ar

VENDREDI 12 Samoëla & Bodo
17h

16h30 Jerry Marcoss & Stéphanie

DIMANCHE 14

SPONSORS OFFICIELS
Air Madagascar, BANK OF AFRICA, SolarProd

SPONSORS
VIDZAR, FOOD, Galana, GEMCO, KALINIA, STAR

PARTENAIRES
BANK OF AFRICA, Holcim, L'Eco austral, MULTIMEDIA

PARTENAIRE MEDIA
L'Eco austral, MULTIMEDIA, TANA

CONTACTS
Mail : salon-industrie@sim.mg
Tél. : 22 240 07 / 034 06 840 31 / 034 06 438 43

www.salon-industrie-madagascar.com

Annexe II : Quelques supports de communication



CONTEXTE GENERAL	1
1. Descriptif	2
1.1. Fiche technique du SIM 2014	2
1.2. Historique du SIM 2014	4
2. Bilan général du Salon de l'Industrie de Madagascar 2014	4
2.1. Activités du SIM 2014	4
2.1.1. Vente - Exposition	4
2.1.2. Conférence thématique	5
2.1.3. Carrefour de l'emploi et de l'orientation professionnelle	6
2.1.4. Rencontre B to B	7
2.1.5. Diverses animations	7
2.2. Résultats de l'étude de satisfaction des exposants	8
2.2.1. Identification générale	8
2.2.2. Evaluation des prestations du SIM 2014	9
2.2.2.1 Organisation générale du salon	9
2.2.2.2 Qualité de l'accueil des exposants	9
2.2.2.3 Qualité de l'accueil des visiteurs	9
2.2.2.4 Aménagement des stands	10
2.2.2.5 Communication et promotion du salon	10
2.2.2.6 Affluence des visiteurs	10
2.2.2.7 Date choisie pour le salon	10
2.2.2.8 Durée du SIM 2014	11
2.2.2.9 Site d'exposition	11
2.2.3. Evaluation qualitative des opérations réalisées par l'exposant	11
2.2.3.1 Nombre de contacts commerciaux	11
2.2.3.2 Niveau des intentions de commande	12
2.2.3.3 Vente réalisée durant les 4 jours	12
2.2.3.4 Satisfaction en général	12
2.2.3.5 Intention de participation à la 3ème édition du SIM 2016	12
2.3. Statistiques	13

3. Prestataires collaborateurs	15
4. Communication	15
4.1. Campagne de sensibilisation dans les régions	15
4.2. Communication du salon	16
LISTE DES ANNEXES	17