

# Rallye

des  
industries

# PLAN

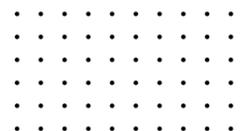
---

I	-	LES DATES IMPORTANTES	3
II	-	CONTEXTE	4
III	-	OBJECTIFS	5
IV	-	STRUCTURATION D'EQUIPE	6
V	-	ROLES ET AVANTAGES DES PARRAINS	7
VI	-	LISTE DES UNIVERSITES	8
VII	-	LES PHASES DU CONCOURS	9
VIII	-	LES TYPES DE QUESTION	10
IX	-	SIDE EVENTS	11
X	-	PLAN DE COMMUNICATION GLOBALE	12
XI	-	SPONSORS ET VISIBILITES	13 - 18

# I-LES DATES IMPORTANTES

---

- Vendredi 11 avril 2025: séance d'information avec les membres du SIM , lieu siège du SIM
- Vendredi 2 Mai 2025: fin de confirmation pour les entreprises qui souhaitent parrainer
- Semaine du 5 Mai 2025: cérémonie de lancement officielle avec tirage au sort pour connaître les parrains
- Semaine du 12 Mai 2025: début des activités de mentorat en vue de la préparation au concours
- Semaine du 19 Mai 2025: formation pour les participants en prise de parole en public , gestion de stress
- Samedi 7 Juin 2025: phase de qualification
- Samedi 14 Juin 2025: 1/8 et 1/4 de finale
- Samedi 21 Juin 2025: demi finale et finale



# II - CONTEXTE

---

Le concours rallye des industries est coorganisé par le **Syndicat des Industries de Madagascar (SIM)** et l'agence **Mercatis** pour promouvoir et valoriser l'industrie malgache. Ce concours vise à sensibiliser le public sur l'importance des industries locales et les produits locaux ainsi qu' à accroître la notoriété des membres du SIM à travers une compétition engageante et éducative.

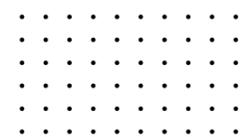
# III - OBJECTIFS

## GENERAUX

- Faire découvrir l'industrie malgache, ses défis, ses valeurs
- Valoriser notre patrimoine industriel et nos savoir-faire locaux
- Encourager l'intelligence, la créativité et la compétence technique des jeunes
- Encourager l'engagement du public envers les produits et services locaux.

## SPECIFIQUES

- Sensibiliser le public sur l'importance des industries locales et leurs contributions à l'économie de Madagascar.
- Engager les jeunes, notamment les étudiants universitaires, dans la promotion des industries malgaches.
- Créer une interaction positive entre les membres du SIM et le public à travers un concours ludique et éducatif.



# IV - STRUCTURE

---

Le concours rallye des industries se déroule en plusieurs phases éliminatoires qui culminent en une grande finale. Les participants, organisés en équipes de 3 personnes, devront répondre à des questions et relever des défis pour chaque phase.

- Cible : les universités habilitées par l'État (TANA)
- une (1) université = une (1) équipe = trois (3) personnes
- une (1) équipe = un (1) parrain



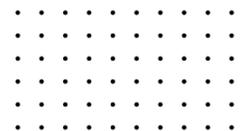
# V - ROLES ET AVANTAGE DES PARRAINS

## Rôles

- Prise de parole avec l'université filleul lors de la cérémonie de lancement.
- Préparer et familiariser le filleul pour le concours avec des activités proposées par l'entreprise qui va parrainer.
- **COACHER** : son équipe filleul dans la préparation des serious game sur le SIM.
- **SI QUALIFIÉ** : habiller ses filleuls (à l'image de l'entreprise parraine) lors des phases de post-qualification.

## Avantages

- Être mentor de votre équipe (aux couleurs de votre branding )
- Intervenir dans les keynotes durant les phases de qualification
- Participer aux campagnes médias aux côtés de votre équipe
- Bénéficier d'un avantage tarifaire exclusif si vous souhaitez aussi devenir sponsor , exemple : Parrain + Sponsor Silver = Avantages Sponsor Gold
- Offrir de la visibilité à votre entreprise à chaque étape du concours
- Possibilité de recevoir le prix du meilleur parrain durant le concours.
- Distribution de goodies sur les stands des parrains pour renforcer leurs présences au-delà de l'événement.



# VI - LISTE DES UNIVERSITES

---

- ESPA
- IEP
- ISCAM
- INSCAE
- ACEEM
- UCM
  
- ESCM
- ESTI



# VII - LES PHASES DU CONCOURS

---

Phase de Qualification

1

- Série de jeu en vue de la qualification

8e de Finale

2

- Questions basées sur des connaissances générales des industries malgaches.

¼ de Finale

3

- Questions plus spécifiques sur les sponsors et les autres membres du SIM et leurs activités.

½ Finale

4

- Questions plus complexes et approfondies sur des sujets tels que l'innovation industrielle et les défis économiques.

Finale

5

- Combinaison de questions de haut niveau avec des épreuves pratiques comme des défis d'innovation.

# VIII - LES TYPE DE QUESTIONS

## Description

Chaque phase comprend quatre catégories de rallyes:

### 1- RALLYE COGNITIF

Questions théoriques sur les industries malgaches, axées sur la mémoire, la réflexion et la compréhension approfondie.

Questions types : QCM , vrai ou faux, trouver l'intrus, associer les paires, ...

### 2- RALLYE PRATIQUE

Simulations de problèmes réels du secteur industriel, testant l'application des connaissances et la prise de décision.

Questions types : défi chronométré, défi collaboratif, course contre la montre, ...

### 3- RALLYE SENSORIEL

Épreuves utilisant les sens pour identifier des produits liés aux industries malgaches, évaluant l'observation et la connaissance des produits locaux.

Questions types : blind test , photo mystère, lier goût, odeur et produits ...

### 4- RALLYE CRÉATIF

Défis innovants demandant imagination et travail d'équipe, liés à la résolution d'énigmes dans le secteur industriel malgache.

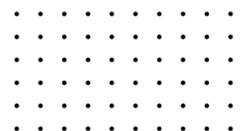
Questions types : anagramme, taboue, devinette, ...

NB : Les questions posées vont augmenter en difficulté à l'avancement de chaque étape **10**

# IX - SIDE EVENTS

## AUTRES ACTIVITÉS RÉALISÉES PAR LES ENTREPRISES PRÉSENTES DURANT LES PHASES DE QUALIFICATIONS

- Speed recruiting
- Stand de vente de produits locaux
- Stand conseil et orientation



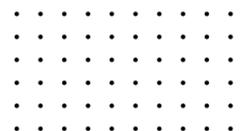
# X - PLAN DE COMMUNICATION GLOBALE

## PLAN DE COMMUNICATION

- Canaux de communication : réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok), site web du SIM, newsletters, partenariats avec des médias locaux.
- utilisation des médias traditionnels : publication sur presse écrite ;
- diffusion en live sur Facebook ;
- Fréquence des publications : 2 à 3 fois par semaine, intensification avant les dates clés.
- Type de contenu : vidéos teaser, interviews de jurys, tutoriels, promotions des lots, diffusion des vidéos des participants.

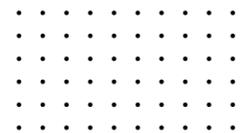
## PARTENARIATS MÉDIAS ET INFLUENCEURS

- Partenariats avec une chaîne locale : diffusion des phases finales.
- Collaboration avec des influenceurs : promotion et engagement du public pour les votes.



# XI - SPONSORS ET VISIBILITES

---



# PLATINUMS

## 50.000.000 MGA

### Visibilités avant l'événement :

- Logo avec mention sur tous les supports de visibilité relatifs à l'évènement : les affiches, invitations, flyers, dans les vidéos promotionnelles, les contenus publiés sur les réseaux sociaux, dans toutes les insertions dans les presses écrites ;
- Visibilité dans l'emailing pour le TIPS DU VENDREDI
- Publication des spots de l'entreprise (PAD), lors de la cérémonie officielle.

### Visibilités pendant toutes les phases du jeu :

- Nom de chaque phase attribué à l'entreprise sponsor.
- 4 supports de visibilité sur site : dans le parking
- 4 supports de visibilité sur site : à l'entrée du bâtiment.
- Logo avec mention sur les 2 écrans totem à l'entrée de la salle.
- Spot de l'entreprise (PAD), publié durant les pauses.
- Logo avec mention sur les écrans latéraux dans la salle.
- Logo avec mention sur l'écran en bas de l'estrade.
- Logo sur écran géant en fond de scène
- Remerciement avec mention de l'entreprise lors du discours de lancement de l'événement.
- logo sur t-shirt du staff durant l'event ;

### Visibilités pendant toutes les phases du jeu :

- Logo sur le pupitre du participant
- 16 placements de produits à travers des questions durant le jeu orienté vers l'entreprise sponsor et ses produits.
- Logo sur le dos du questionnaire de l'animateur.
- Étalage d'un produit au choix du sponsor sur la table des officiels/jury.
- Placement des produits dans le jeu « Saviez-vous que ? »
- Support de visibilité dans les stands d'exposition.

# GOLD

## 35.000.000 MGA

### Visibilités avant l'événement :

- Logo avec mention sur tous les supports de visibilité relatifs à l'évènement : les affiches, invitations, flyers, dans les vidéos promotionnelles, les contenus publiés sur les réseaux sociaux, dans toutes les insertions dans les presses écrites ;
- Visibilité dans l'emailing pour le TIPS DU VENDREDI
- Publication des spots de l'entreprise (PAD), lors de la cérémonie officielle.

- 8 placement des produits à travers des questions durant le jeu orientées vers l'entreprise sponsor et ses produits.
- Support de visibilité dans les stand d'exposition

### Visibilités pendant toutes les phases du jeu :

- 2 supports de visibilité sur site : dans le parking
- 2 supports de visibilité sur site : à l'entrée du bâtiment.
- Logo avec mention sur les 2 écrans totem à l'entrée de la salle.
- Spot de l'entreprise (PAD), publié durant les pauses.
- Logo avec mention sur les écrans latéraux dans la salle.
- Logo avec mention sur l'écran en bas de l'estrade.
- Logo sur écran géant en fond de scène
- Remerciement avec mention de l'entreprise lors du discours de lancement de l'événement.
- logo sur t-shirt du staff durant l'event ;

# SILVER

## 20.000.000 MGA

### Visibilités avant l'événement :

- Logo avec mention sur tous les supports de visibilité relatifs à l'évènement : les affiches, invitations, flyers, dans les vidéos promotionnelles, les contenus publiés sur les réseaux sociaux, dans toutes les insertions dans les presses écrites ;
- Visibilité dans l'emailing pour le TIPS DU VENDREDI
- Publication des spots de l'entreprise (PAD), lors de la cérémonie officielle.

### Visibilités pendant toutes les phases du jeu :

- 1 support de visibilité sur site : dans le parking
- 1 support de visibilité sur site : à l'entrée du bâtiment.
- Logo avec mention sur les 2 écrans totem à l'entrée de la salle.
- Logo avec mention sur les écrans latéraux dans la salle.
- Logo sur écran géant en fond de scène
- Remerciement avec mention de l'entreprise lors du discours de lancement de l'événement.
- logo sur t-shirt du staff durant l'event ;
- 4 Placement des produits à travers des questions durant le jeu orienté vers l'entreprise sponsor et ses produits.
- Support de visibilité dans les stands d'exposition.

# PARTENAIRE OFFICIEL

## 10.000.000 MGA

### **Visibilités avant l'événement :**

- Logo avec mention sur tous les supports de visibilité relatifs à l'évènement : les affiches, invitations, flyers, dans les vidéos promotionnelles, les contenus publiés sur les réseaux sociaux, dans toutes les insertions dans les presses écrites ;
- Publication des spots de l'entreprise (PAD), lors de la cérémonie officielle.

### **Visibilités pendant toutes les phases du jeu :**

- Logo avec mention sur les 2 écrans totem à l'entrée de la salle.
- Logo avec mention sur les écrans latéraux dans la salle.
- Remerciement avec mention de l'entreprise lors du discours de lancement de l'évènement.
- Logo sur t-shirt du staff durant l'évènement.
- Support de visibilité dans les stands d'exposition.

# PARTENAIRE EN LOTS

**Description:** l'entreprise offre des lots d'une valeur de **7.000.000 Ariary**

## **Visibilités avant l'événement :**

- Logo avec mention sur tous les supports de visibilité relatifs à l'évènement : les affiches, invitations, flyers, dans les vidéos promotionnelles, les contenus publiés sur les réseaux sociaux, dans toutes les insertions dans les presses écrites ;
- Publication des spots de l'entreprise (PAD), lors de la cérémonie officielle.

## **Visibilités pendant toutes les phases du jeu :**

- Logo avec mention sur les écrans latéraux dans la salle.
- Logo sur t-shirt du staff durant l'évènement.
- Annonce du nom du partenaire dans les communications de chaque phase (8<sup>e</sup> de quart, demi-finale).
- Mention de partenaire en lots dans les supports de visibilité
- Support de visibilité dans les stands d'exposition.

