



SALON INTERNATIONAL DE LA MODE AFRICAINE

SIMOA 2016

DOSSIER DE PRESENTATION

SOMMAIRE

- PRESENTATION

- RECOMMANDATIONS MARKETING

- STRATEGIE DE COMMUNICATION

- CONCLUSION

PRESENTATION

Le Salon International de la Mode Africaine SIMOA est un salon qui se tient une année sur deux à Abidjan et à New York.

Le SIMOA est un espace d'échange et de rencontre de professionnels de la mode Africaine.

Il a pour objectif la valorisation du textile africain et des créateurs qui œuvrent à sa mise en valeur.

Le SIMOA a déjà connu quatre éditions à Abidjan en 2006 - 2008 – 2012 et en 2014

Du fait de la crise socio-politique l'édition 2010 n'a pu se tenir.

Les éditions précédentes ont cependant eu un échos favorable dans la presse nationale et panafricaine ainsi qu'auprès des professionnels du secteur de la mode en Côte d'Ivoire.

OBJECTIFS

- 1) Promouvoir le textile africain auprès des créateurs et du grand public
- 2) Installer une plate forme d'échange entre professionnels de la mode, consommateurs, annonceurs, et décideurs.
- 3) Faire du SIMOA une institution qui contribue à faire de la Côte d'Ivoire le carrefour de la mode Africaine

CIBLES

- ❑ Les professionnels de la mode
- ❑ Le grand public
- ❑ Les annonceurs
- ❑ Les mécènes et décideurs du monde de la mode et de la culture

STRATEGIE DE COMMUNICATION

Le SIMOA est l'unique événement qui fait la promotion du textile Africain (Kita, pagne Baoulé, Faso Dan fani, etc.) en Côte d'Ivoire et au-delà des frontières de l'Afrique.

Pour la promotion de cet événement nous misons sur un mix-média permettant de lui assurer la meilleure visibilité possible.

2- OBJECTIFS DE COMMUNICATION

Notoriété:

Faire connaître le Simoa auprès du grand public et des annonceurs.

Faire de la ville d'Abidjan la 6ème capitale mondiale de la mode après : New York – Paris – Milan – Londres et Tokyo,

Affectif:

Développer un capital sympathie auprès du public, faire qu'il s'approprie l'événement et attende l'édition prochaine avec impatience.

Pousser à l'action:

Trouver des sponsors. Inciter le public à participer massivement aux expositions, aux conférences et

3- CIBLES DE COMMUNICATION

- ✓ **Partie 1:** Les professionnels de la mode, Les annonceurs
- ✓ **Partie 2:** Le grand public

PLAN DE COMMUNICATION

➤ TELEVISION

RTI 1: 30 spots (agenda)

RTI 2 : 30 spots

Passages à Matin Bonheur et à l'émission du midi.

TELESUD à l'émission Cantine et diffusion : 90 spots

OM5 TV émission et diffusion : 90 spots

ASIA 8 TV diffusion : 90 spots

LC2 diffusion : 90 spots



➤ RADIO

Radio Jam : 60 spots

Radi Yopougon : 60 spots

Cocody Fm : 60 spots

Fréquence 2 (RTI) : 60 spots

Africa N°1

OFFRES DE SPONSORING

OFFRES DE PARTICIPATION



MERCI!!!

