

SOUS L'EGIDE



Du Ministère de la Communication et des Relations avec le Parlement.
Du Ministère de la culture, des Arts et du Tourisme.
Du Ministère du développement de l'Economie Numérique et des Postes.
De la Commission de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africain.



SAR 2017

Salon Africain de la Radio

9 – 10 – 11 Juin 2017 à Ouagadougou

Centre international de conférence de Ouaga 2000

Organisateur

OSD

Communications

01 BP 4339 Ouagadougou 01Burkina Faso

Directeur Général : Oumar SIDIBE

Tel. Burkina Faso: (00 226) 62 18 27 55

Tel. Mali: (00223) 76 56 94 52

info@osd-communications.net

www.osd-communications.net

Directeur scientifique : Benson DIAKITE

Tel : (0023) 66 79 39 39

(Consultant, ancien journaliste à AFRICA N°1 et à RFI)



INTRODUCTION

Média incontournable et populaire en Afrique, l'essor de la radio a toujours été étroitement lié aux avancées technologiques.

L'avènement de l'informatique d'une part et du numérique d'autre part a porté une mutation totale dans tous les domaines d'activités de la radio.

Face une exigence de qualité toujours croissante le numérique consacre une nouvelle phase de production radiophonique caractérisée par une quête effrénée de la qualité et de la rentabilité, contraignant les professionnels à de nouveaux changements afin de satisfaire les auditeurs et les annonceurs mais aussi d'affronter la concurrence.

Si tous les experts sont unanimes à reconnaître les avantages du numérique sur l'évolution de la radio (fortes valeurs ajoutés, qualité audio supérieures, homogénéité des données acheminées sur des grandes distances..), il n'est pas moins évident que de nombreux obstacle se dressent sur le chemin de cette mutation :

- Absence de stratégies homogènes et d'un cadre juridique formel ;
- Manque d'un mécanisme de préfinancement;
- Manque de cadres formels de concertation et de sensibilisation des professionnels...

Face à l'essor considérable que le secteur de la radio a pris dans la plupart des Etats d'Afrique avec l'apparition, à partir des années 1990, de nouveaux médias indépendants, notre agence spécialisée en événementiels dans la sous-région a initié le Salon Africain de la Radio « SAR ».

Le SAR se veut le plus important espace d'échanges et de communication qui apportera des réponses efficaces aux interrogations des radiodiffusions pour leur développement en pleine mutation vers le numérique.

OBJECTIFS

Objectif général

Le SAR propose aux exposants et aux visiteurs une plate-forme relationnelle, métiers, solutions, et business unique en Afrique.

Il constitue une occasion pour démontrer aux responsables et professionnels de la radio, une approche transversale des évolutions technologiques, et une représentation des principaux outils, services et acteurs du marché.

Il accueillera pendant 3 jours, les studios, les chaînes de radios, les producteurs et fournisseurs de programmes ainsi que les journalistes et les animateurs. Le SAR apportera des réponses efficaces aux interrogations des radios sur leur mutation vers le numérique et permettra de créer les bases d'un véritable marché de la radio.

Objectifs spécifiques

- Promouvoir les radios africaines et leur contenu ;
- Favoriser les réseautages entre les professionnelles de la radio, les annonceurs, les décideurs politiques et les organismes de financement ;
- Offrir une plate-forme d'échange sous les angles B to B et B to C ;
- Distinguer les meilleurs contenus radio, les événements ;
- Proposer des solutions adaptées aux besoins de productions de contenus pour la radio;
- Identifier des actions à mener pour accompagner les professionnels pour le passage au numérique, au plan technique et financier ;
- Examiner les orientations techniques, économiques, sociales nécessaires aux changements de système ;
- Vulgariser les normes et référentiels existants;
- Développer le volume des offres à fortes valeurs ajoutées pour la radio.

PUBLICS CIBLES

- Groupements professionnels et patronaux de la radio ;
- Institutions gouvernementales ;
- ONG ;
- Diffuseurs de radios ;
- Directeurs commerciaux et marketing ;
- Directeurs techniques ;
- Directeurs des programmes ;
- Directeurs d'agence de communication et de publicité ;
- Fournisseurs de contenu radio ;
- Acheteurs de contenu radio ;
- Producteurs et réalisateurs radio ;
- Directeurs et gérant de salles de spectacle ;
- Promoteurs d'évènements culturels, sportifs et musicaux ;
- Equipementiers radios ;
- Investisseurs ;
- Développeurs ;
- Webmaster ;
- Community manager ;
- Animateur ;
- Juristes ;
- Experts et prestataires de services etc.

INVITES SPECIAUX

Les Ministères en charge de la communication, les Ministères en charge des TIC, les Ministères en charge de la culture, les instances de régulation et de gestion des fréquences, les opérateurs télécoms, les sociétés de radiodiffusion, les organisations sous régionales et internationales.

CONTENU

Le SAR gravitera autour de cinq (05) grands axes :

1. L'exposition ;
2. Les networking (B to B);
3. Les ateliers, conférences et démonstrations ;
4. La Radio 2.0 ;
5. La cérémonie des Awards.

L'exposition : elle portera sur l'ensemble des solutions techniques et les services offerts aux marchés de la radio :

- Radio / Web radio / Broadcast
- Podcasts / Streaming / Diffusion
- Création / post production / Effets spéciaux
- Équipements / Plateau radio / Communication
- Enregistrement / Mixage / Sonorisation

Des stands de 6m², 9m² et 12m² et des open space sont proposés nus. Les exposants étrangers (non résident au Burkina) auront droit à 1 table et 3 chaises.

Les networking (B to B) : Le SAR réunira des acteurs de la radio et de la communication en provenance de nombreux pays. Ce volet offre des opportunités d'établir des relations d'affaires personnalisées, de partager les meilleures pratiques entre porteurs et demandeurs de solutions liées au contenu du salon. Un espace privatif sera spécialement aménagé sur le site du salon avec toutes les commodités pour permettre aux participants de se rencontrer dans les meilleures conditions. Ces rencontres visent aussi à favoriser les échanges de programme entre les radios.

Programmation des RDV

A 15 jours du salon, une base de données complètes des participants sera élaborée et communiqué à tous les inscrits afin de leur permettre de sélectionner leurs interlocuteurs potentiels et de programmer directement un RDV avec eux (par mail ou par téléphone).

Les ateliers, conférences et démonstrations : ils vont apporter aux visiteurs professionnels, un éclairage technique sur le potentiel de services adossés aux numérique, les tendances du marché, le développement et la gestion de contenus attractifs, les conseils d'experts et les retours d'expérience.

Vous êtes un personnage de référence du secteur de la radio, de la communication, de la diffusion ou des IT ?

Vous souhaitez livrer votre vision stratégique concernant l'une des thématiques traitées par le Salon ? Saisissez cette plate-forme, choisissez ou proposez votre thème.

Les animations se feront en salle plénière (aménagée et équipée d'une régie son et vidéo).

Quelques thèmes retenus :

- Quelles nouvelles possibilités la virtualisation nous laisse-t-elle entrevoir ?
- L'Afrique de l'Ouest est-elle un marché atypique quant à sa structure d'audience ?
- Comment profiter du rayonnement grandissant du digital pour les différentes radios ?
- Autorité de régulation : Quel avenir pour le secteur radiophonique en Afrique de l'ouest ?
- Outil de mesure de l'audience.
- La programmation radiophonique.
- La publicité radiophonique : état du marché / comment configurer un tarif pub radio ?
- Quel business modèle pour la production radio en Afrique ?
- Quel cadre législatif pour un secteur en pleine mutation ?
- Le poids du numérique sur la production radio ?
- Évolution des modes de consommation et nouveaux usages de la radio ?
- Conseils pour réussir votre stratégie radio.
- Concevoir un message radio efficace.
- Radio & Internet : le meilleur mix local.
- La communication institutionnelle et humanitaire sur les radios communautaires.
- Préparation et gestion d'une émission à appel (antenne) direct.
- Rôle de la radio dans la promotion du patrimoine culturel.
- Rôle de la radio dans le processus d'intégration dans l'espace UEMOA.
- Rôle de la radio dans la lutte contre l'insécurité.
- Facebook live: comment ca marches?
- Comment certifier son audience numérique ?
- Pourquoi encourager la médiation ?
- L'environnement juridique de la web-radio.
- Le B.A.-BA du live vidéo.
- Profession : journaliste radio.
- Radios associatives : diversification des financements.
- Radio et développement : Influencer les discussions en Afrique
- Gagnez la bataille de l'attention !
- Du développement de l'audience à sa monétisation.
- Succès story de quelques radios ? Etc....

La Radio 2.0 : Le paysage audio s'est fortement métamorphosé et enrichi grâce au développement du numérique avec la dématérialisation (podcasts, streaming...) et la sophistication des offres d'écoute. Il s'est constitué ce qu'on appelle aujourd'hui la Radio 2.0 considéré déjà par beaucoup de spécialistes comme un média à part entière. L'usage de ces supports numériques pour écouter la radio est en plein essor, leur audience en hausse. Les rencontres Radio 2.0 décryptent les spécificités de ce nouveau paysage : contexte, avancées technologiques, usages participatifs, mais aussi la nécessité de trouver les moyens de valoriser ces nombreux atouts sur un marché qui se structure. Les rencontres Radio 2.0 rassemblent sur une journée les acteurs incontournables de la radio digitale et de sa monétisation.

La cérémonie des Awards : Il vise à valoriser et à stimuler la création et l'innovation radiophonique. (Web radios et plateformes de streaming) Il distinguera également l'excellence des professionnels de la radio, les meilleures émissions et programmes. Plusieurs trophées seront attribués lors de cette cérémonie dont des trophées d'honneur et d'hommage.

PARTICIPER

Participer au SAR constitue un excellent moyen pour être au cœur de l'actualité de la radio et de la transition vers le numérique. Il offre un espace pour présenter son savoir faire, valoriser son image de marque, bénéficier d'opportunités d'affaire et de financement. Les participants sont regroupés en deux catégories suivant leur fonction et leurs activités professionnelles afin d'optimiser la programmation des rendez-vous. Ces catégories sont les suivantes :

- **Vendeur** : fournisseurs de programmes radio, producteurs, distributeurs de bouquets, experts, instituts de sondage des audiences, porteurs de projets, annonceurs, équipementiers.
- **Acheteur** : responsables des achats représentant les chaînes de radios, opérateurs de services radio, distributeurs de contenu, agents intermédiaires.

Badges participants

Quatre (04) types de badges d'accès identifieront les participants au SAR :

- **Badge VIP** (accès à toutes les activités et événements du salon sans restriction y compris cocktails, soirée de remise des Awards) **payant**.
- **Badge exposant** (accès à toutes les activités et événement du salon sans restriction y compris cocktails, soirée de remise des Awards) **gratuit pour les exposants**.
- **Badge visiteur** (accès à l'aire d'exposition, à certaines conférences) **gratuit**.
- **Badge presse** (accès à l'aire d'exposition, à certaines activités sans les B to B) **gratuit**.

COMMUNICATION

Pour assurer le succès de l'évènement, un plan de communication précis sera élaboré couvrant les périodes d'avant, pendant et après le salon.

Avant : Marketing Direct : envoi de 10 000 invitations sur une sélection de fichiers professionnels et qualifiés, édition de lettres d'information, et de dépliants à l'intention des visiteurs professionnels.

Publicité : Parutions dans la presse nationale et régionale. Bandes annonces télévision, messages radios, affichages 4x3.

Pendant : Couverture médiatique : Une centaine de journalistes (presse internationale, nationale) seront invités à rencontrer les différents intervenants et assurer la couverture de l'évènement. Réalisation de pages spéciales pendant le JT par les TV partenaires.

Après : diffusion de reportages réalisés par les journalistes et partenaires presse

Il apparaît comme un évènement majeur et unique pour les professionnels de la presse et de l'audiovisuel africain. A cet effet, l'ensemble de la presse régionale et internationale seront associées à l'évènement.

Un Catalogue sera édité à 5 000 exemplaires et distribué aux entreprises de presse aux visiteurs professionnels. Il vise à optimiser la visibilité des participants au SAR. Le catalogue comprendra des informations sur le déroulement de toutes les activités du salon, le programme des rencontres et conférences, un répertoire des participants. Il sera distribué individuellement aux participants à l'accueil du SAR (priorité aux détenteurs du badge VIP). Une version digitale sera envoyée par email à un fichier de plus de à 10.000 décideurs en Afrique.

SPONSORING

Le SAR sera le plus grand évènement impliquant les professionnels de la radio, de la communication et les entreprises désireuses de développer des affaires dans les domaines ciblés par le salon. Il permettra aux participants de se positionner comme des acteurs de référence sur ce marché africain. Consacré à un media populaire qui est la radio, il se positionne comme un évènement à fort impact médiatique et le canal idéal pour promouvoir son programme, ses activités, ses produits et développer des relations d'affaires durables.

De par le nombre et la qualité des participants, le SAR est un canal privilégié de promotion corporate. Les premiers décideurs politiques figurent parmi les officiels ainsi que de nombreux dirigeants d'entreprises et annonceurs potentiels.

TARIFS ET AVANTAGES DU SPONSORING DE L'ENSEMBLE DU SALON

SPONSOR GOLD (exclusif par secteur d'activité)

1. Gros logo sur l'ensemble des supports de communication du salon;
2. Une capsule publicitaire dans le reportage télé sur le SAR;
3. Logo sur les invitations vip et les badges ;
4. Balisage du site d'exposition aux couleurs et enseignes du sponsor ;
5. Balisage de la salle de conférence aux couleurs et logo du sponsor;
6. Présence du dirigeant sur la table officielle à l'ouverture;
7. Un stand de 18m² (emplacement préférentiel) ;
8. Mention du logo sur la première page du catalogue ;
9. Double page de publicité dans le catalogue;
10. Une intervention lors de la cérémonie d'ouverture ;
11. Mention du logo dans le spot TV (si accord avant la campagne) ;
12. Insertion des gadgets ou cadeaux du sponsor dans le kit VIP ;
13. Remise d'un trophée par le dirigeant ;
14. 15 Badges VIP ;

Coût du sponsor GOLD: 5.000.000 FCFA

SPONSOR SILVER

1. Moyen logo sur certains des supports de communication du salon;
2. Intervention du responsable dans le reportage télé sur le SAR;
3. Balisage du site d'exposition aux couleurs et enseignes du sponsor ;
4. Mention du logo dans la salle de conférence ;
5. Un stand de 16m² (emplacement préférentiel) ;
6. Mention moyen caractère du logo sur la première page du catalogue ;
7. Une page de publicité dans le catalogue;
8. Mention du logo dans le spot TV (si accord avant la campagne) ;
9. Balisage de la salle de conférence couleurs et logo du sponsor;
10. Insertion des gadgets ou cadeaux du sponsor dans le kit VIP ;
11. Remise d'un trophée par le dirigeant ;
12. 10 Badges VIP.

Coût du sponsor SILVER: 3. 000.000 FCFA

TARIFS ET AVANTAGES DU SPONSORING A L'UNITE DU SALON

Ce volet permet de sponsoriser une ou plusieurs activités phares du Salon Africain de la Radio à savoir.

Deux événements sont soumis à cette offre :

- La Radio 2.0 ;
- La cérémonie des Awards.

La Radio 2.0

1. Gros logo sur tous les supports de communication de Radio 2.0 : programme, affiche, lettres d'infos, invitations,
2. Kakemono sur la scène de l'auditorium toute la journée des rencontres Radio 2.0 ;
3. 15 min de conférence en Keynote auditorium ;
4. 45 min Workshop, avec la liste des inscrits fournie ;
5. Stand de 9m² ;
6. 1page dans catalogue ;
7. 5 badges VIP.

Coût du sponsoring de la Radio 2.0 : 1.500.000 FCFA

La cérémonie des Awards

1. Gros logo sur tous les supports de communication de la soirée des Awards plaquette, affiche, lettres d'infos, invitations ;
2. Gros logo sur la scène ;
3. Remise d'un trophée par le responsable ;
4. Stand de 9m² ;
5. 1page dans catalogue ;
6. 20 invitations pour la soirée des Awards ;
7. 5 badges VIP.

Coût du sponsoring de la cérémonie des Awards : 2.000.000 FCFA



Fiche de souscription

Sponsoring / Stand / Catalogue / Badges

Entreprise:.....

Nom et prénoms :.....

Fonction:.....

BP :..... Ville :..... Pays.....

Tel :..... Mail :.....

SPONSORING DE L'ENSEMBLE DU SALON

- Pack sponsor Gold: **5.000.000 FCFA**
- Pack sponsor Silver: **3.000.000 FCFA**

SPONSORING A L'UNITE

- Sponsoring de la cérémonie des Awards: **2.000.000 FCFA**
- Sponsoring de la Radio 2.0: **1.500.000 FCFA**

STANDS

- 12m²: **800.000 FCFA HT** (4 Badges VIP)
- 9m²: **600 000 FCFA FHT** (3 Badges VIP)
- 6m²: **500.000 FCFA HT** (2 Badges VIP)
- Open space: **200.000 FCFA HT** (1 Badge VIP)

CATALOGUE

Pages de couverture :

- 4^{ème} de couverture : **600.000 FCFA HT**
- 2^{ème} de couverture : **500.000 FCFA HT**
- 3^{ème} de couverture : **400.000 FCFA HT**

Pages intérieures :

- 1Page : **400.000 FCFA HT**
- ½ Page : **300.000 CFCA HT**
- Référencement : **50.000 FCFA HT**

BADGES

- Badge VIP : **60 000 F CFA**

TOTAL HT :

TVA18% :

TOTAL TTC.....

Fait à :, le :

**Modalité de paiement : par chèque libellé
à OSD COMMUNICATIONS ou par virement**

- ECOBANK (Burkina Faso)
- N° de Compte: 221701545901
- Code Banque: BF083
- Code guichet: 00018
- Clé RIB : 60
- SWIFT : ECOCBFBF

Cachet et signature