

Tendance

Les salons " professionnels " : plate-forme de promotions diverses



Photo : D.R

Sylvie N'Tchandi Touré, l'une des organisatrices du salon le "Talk InterElles".

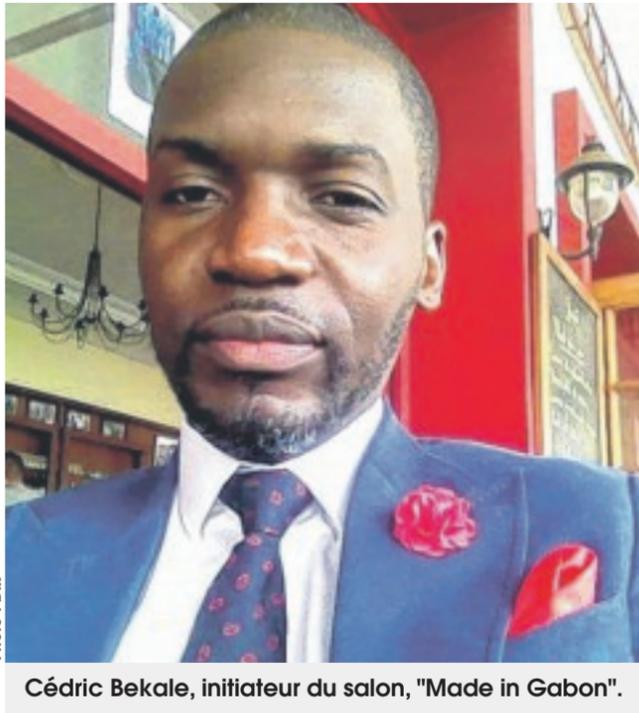


Photo : D.R

Cédric Bekale, initiateur du salon, "Made in Gabon".



Photo : D.R

Le salon Antô Business avait réuni les artisans et autres entrepreneurs locaux.

Line R. ALOMO
Libreville/Gabon

Salon "Anto business", "Talk InterElles", "Made in Gabon", de la "communication"... Les noms varient, mais l'idée, le contenu et les objectifs restent les mêmes : réunir en un même lieu des entreprises, des artisans, des particuliers, concurrents et complémentaires. Leur offrir des espaces d'expression, leur permettre de prospecter de nouveaux clients. Et surtout leur apporter une visibilité qui va booster leurs activités.

SELON Sylvie N'Tchandi Touré, organisatrice du salon "Talk InterElles" tenu récemment, "un salon est une rencontre qui permet de réunir des professionnels ou non autour d'une théma-

tique qui favorise le réseautage et où il y a échange en présence de modérateur". Pour Cédric Bekale, initiateur du salon "Made in Gabon", "c'est une exposition destinée à mettre en valeur, ou faire la promotion d'un produit d'entreprise, d'une initiative, d'une pensée, d'une idée".

Si chacun y va de sa vision, le site Wikipedia concilie les 2 regards en parlant d'exposition rassemblant des exposants, généralement des professionnels d'un même secteur économique. Le salon peut ainsi être professionnel ou grand public. Ceux du terroir, rejoignent plus cette 2e catégorie. Tant on y trouve de l'artisan au peintre, en passant par les entrepreneurs, souvent cible de ce genre d'événement, qui peuvent alors vendre et prendre de potentiels contacts pour le développement de leur activités. Si pour Mme N'Tchandi Touré, son salon donnait la parole aux femmes, pour

qu'elles débattent ensemble des situations communes à toutes, en facilitant des rencontres professionnelles et même personnelles. Pour Cédric Bekale, il s'agissait de promouvoir d'une part l'entrepreneuriat et valoriser d'autre part, les initiatives made in Gabon portés par des nationaux.

TÉMOIGNAGE• Au-delà de la promotion, il était aussi question pour M. Bekale de créer une vitrine pour les entrepreneurs pas toujours visibles dans les centres commerciaux du terroir. "À travers cette plate-forme on a pu montrer aux Gabonais qu'il y avait une industrie portée par des nationaux et qu'il fallait que les populations participent au développement de cette économie en consommant en priorité les produits made in Gabon", confie-t-il.

Jessica Allogo, des petits pots de l'Ogooué, reconnaît ainsi que le salon Antô business, auquel elle a pris part, lui a apporté une grande vi-

sibilité. "Nous avons eu l'occasion de nous faire connaître du public grâce à la médiatisation de l'événement. Nous avons été invités sur de nombreux plateaux télé et avons fait l'objet de plusieurs parutions dans les journaux et magazines. Nous avons vu notre chiffre s'accroître de façon considérable, suite à notre participation à cet événement", témoigne-t-elle.

POURQUOI EN ORGANISER ?• Mais d'où est venue à ces organisateurs l'idée de mettre en place des salons pour créer des lieux de rencontres et d'échanges ? D'aucuns parlent de devoir. C'est le cas de M. Bekale pour qui le devoir envers le pays et toutes les personnes qui n'ont pas d'espace qui leur permette de vivre de leurs activités lui commande d'organiser ce style de rencontres. "C'est l'occasion pour les porteurs de projets de construire leur crédibilité vis-à-vis des consommateurs de manière

globale. Ils peuvent ainsi trouver des parts de marché ici et ailleurs. Nous avons aussi à cœur d'aborder les actions à mettre en place pour encore mieux promouvoir le made in Gabon et le rôle à jouer par les consommateurs", clame-t-il. Et de poursuivre, "Il s'agit de défendre la cause des produits made in Gabon qui, jusqu'à présent, étaient moins connus. En ce moment, ils veulent se faire connaître, se faire consommer et adopter à 100% par les Gabonais, d'où l'intérêt de faire un salon pour la promotion de ces produits-là".

Mme N'Tchandi Touré, pour sa part, a observé la vie de tous les jours et les besoins dans la société. "On a une vision qui est celle d'éclairer chaque personne dans les besoins qu'elles ont".

DÉVELOPPER LE TISSU ÉCONOMIQUE• Pour organiser un salon, pas besoin de compétences particulières. D'autant que ce sont des ini-

tatives privées. L'un des salons connus et portés par l'Etat dont personne n'a d'ailleurs aucune nouvelle, est celui de l'agriculture.

N'importe qui peut donc organiser un. Il serait toutefois utile d'être entouré d'une équipe expérimentée comme les professionnels de l'événementiel ou de la communication pour donner à l'événement un cachet particulier et toucher la cible concernée.

Il faut donc souhaiter que ce genre de rencontres continue de prendre de l'ampleur. Car, ailleurs cela développe le tissu économique créant même autour, le tourisme de salon comme c'est le cas au Maroc. Explorer ce créneau pourrait ainsi avoir les mêmes conséquences positives sur l'économie à l'heure où l'on parle de sa diversification.

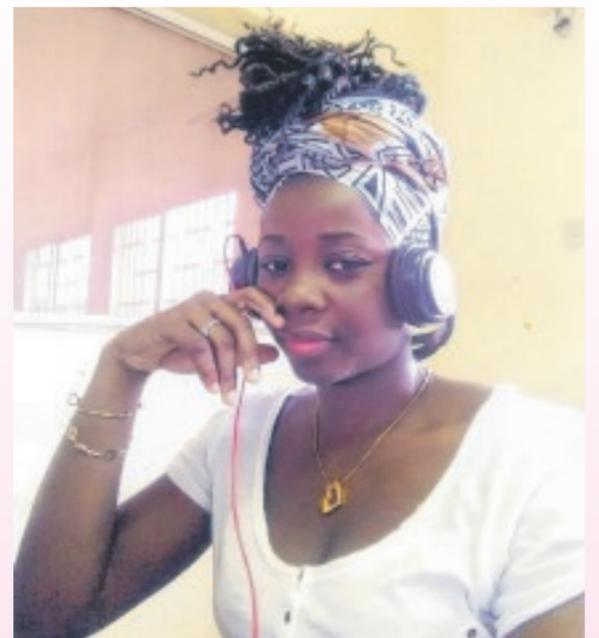
Sinon les salons existent depuis plusieurs siècles. Les Français en organisaient déjà dans les années 1889.



Photo : D.R

Le salon "Talk InterElles" a réuni des femmes autour d'hommes pour débattre des ambitions féminines.

Anniversaire



Joyeux anniversaire femme de cœur aux multiples talents.

Tu ne cesses de donner joie, amour, et gaieté à ton entourage. En ce jour particulier puisse Dieu t'accorder toutes ses faveurs et grâces.

MENGARoz