

## MIDEST 2005

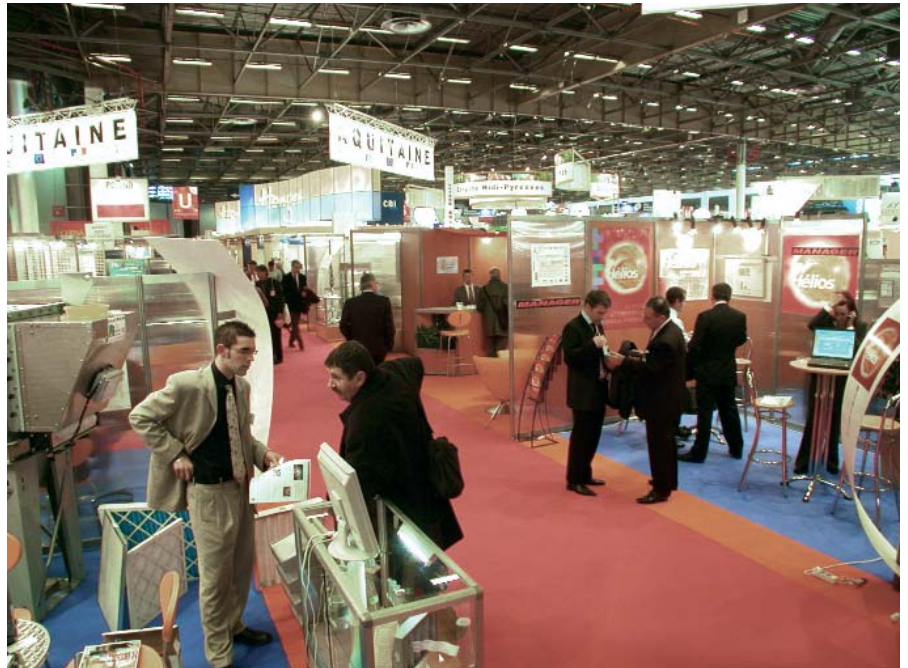
# Exposer et disposer d'un stand individuel sur un espace aquitain

Le Midest 2004 a accueilli 48 471 visiteurs professionnels à la recherche de savoir-faire dans des domaines tels que l'aéronautique, la sidérurgie, l'automobile, les constructions électriques et électroniques, le BTP, les constructions ferroviaires et navales, le médical, la maintenance industrielle, les télécoms, la chimie, l'agroalimentaire, la pharmacie et les machines outils.

### Constitution d'un espace aquitain au Midest 2005

Comme chaque année et afin de faciliter aux PMI les démarches organisationnelles liées à la participation à un salon professionnel, l'UIMM propose aux entreprises de la métallurgie d'Aquitaine d'organiser un espace aquitain au Midest et de leur apporter un soutien.

(suite au verso)



*L'espace aquitain au Midest 2004. Dix-sept entreprises étaient présentes sur un stand de 252 m<sup>2</sup>. La diversité des savoir-faire et la démarche originale de la branche professionnelle de la métallurgie pour accompagner les entreprises sur un salon international ont contribué à renforcer l'image industrielle de la région qui souffre dans ce domaine-là d'un déficit de communication.*

### COUPON REPONSE

Si vous souhaitez disposer d'un stand individuel sur l'espace aquitain ou obtenir des renseignements complémentaires, il vous suffit de nous renvoyer ce coupon réponse par fax ou courrier **avant le 18 février 2005** (Maison de l'industrie, 40 avenue Maryse Bastié, BP 75, 33523 BRUGES CEDEX, Tél. 05.56.28.65.43 (Nathalie LASSALAS), F.05.56.28.39.41)

Mme, M : ..... Entreprise : .....

Ville : ..... Tel : .....

Souhaite :

- Participer au Midest 2005 sur l'espace Aquitain sur un stand individuel de .....m<sup>2</sup>  
 Etre informé(e) sur l'opération Midest 2005

(suite du recto)

Cet accompagnement comprend :

- La préparation du salon
- L'animation et la communication sur l'espace commun
- La création d'évènements visant à attirer les visiteurs professionnels
- La logistique
- La recherche d'un soutien financier pour les PMI de l'ordre de 50% dans le cadre de l'action collective

Les entreprises exposantes décident bien entendu des moyens à mettre en œuvre et de l'organisation qu'elles désirent mettre en place.

### Coût de la participation

Dans le cadre de l'action collective, le coût global au m<sup>2</sup> sera (à prestations égales) inférieur à ce que supporterait une entreprise seule du fait des prix accordés par le Midest pour les commandes groupées et des subventions sollicitées auprès des Pouvoirs publics.



**Un des 17 stands de la Métallurgie régionale au Midest 2004. Dans le cadre de l'action collective, le coût global au m<sup>2</sup> reste (à prestations égales) inférieur à ce que supporterait une entreprise seule du fait des prix accordés par le Midest pour les commandes groupées et des subventions sollicitées auprès des Pouvoirs publics (voir ci-dessous).**

A titre d'information, en 2004, le coût de base moyen tout compris (surface, aménagement, communication, organisation) par m<sup>2</sup> de surface de stand pour les entreprises éligibles a été de :

- 340 € HT pour 12 m<sup>2</sup> (hors transport)
- 370 € HT pour 9 m<sup>2</sup> (hors transport).

Une réunion de travail sera organisée dès que possible avec l'ensemble des futurs exposants afin de définir l'architecture de l'espace commun et des stands entreprises.

## Le salon 2004 vu par les PMI exposantes

En 2004, dix-sept entreprises industrielles d'Aquitaine regroupées sur un espace commun ont participé à ce salon. Chaque entreprise disposant d'un stand individuel, les PMI exposantes de l'espace Aquitain ont pu s'exprimer individuellement sur la qualité et le climat économique du salon.

Selon elles, être présent à ce salon permet de "rencontrer une sélection de clients, d'en rencontrer de nouveaux". Participer au Midest est l'occasion de trouver de nouveaux débouchés : "Les nouveaux contacts créés et les nouvelles applications des produits représentent 20 % des visiteurs".

En terme d'image, être présent sur le Midest est une démarche qui s'inscrit dans la durée et permet d'être "connu et reconnu ; d'être là, à l'endroit où les gens nous attendent" ; sans oublier l'intérêt de réaliser une "veille commerciale" sur place.

La grande majorité des PMI présentes ont ainsi estimé que l'édition 2004 avait été un "bon millésime" (mécanique, tôlerie, fonderie, traitement de surface, filtration, logiciels,...) : certaines ont en effet été "consultées", d'autres sont reparties avec des "offres de prix" à réaliser ou des "dossiers à travailler concernant de nouveaux clients".