Le Salon du Made in France

12ème édition

08·09·10·11·NOV. 2024

PARIS Pte de Versailles

Sommaire

1 Chiffres clés

2 Pourquoi exposer ?

3 Grands Prix du MIF

4 Configuration du hall

5 Nouveautés 2024

6 Région à l'honneur

7 Campagne de communication

8 Statistiques

Le plus grand rendez-vous sur la thématique du Made in France

En 2023, pour sa 11ème édition, MIF Expo a rassemblé durant 4 jours plus de **100 000 visiteurs** et **1000 exposants**.
La presse était également au rendez-vous puisque près de **500 journalistes** ont été accrédités pour couvrir l'évènement.

8, 9, 10 & 11 novembre 2024
Paris, Porte de Versailles Pavillon 3.

1/ Chiffres clés

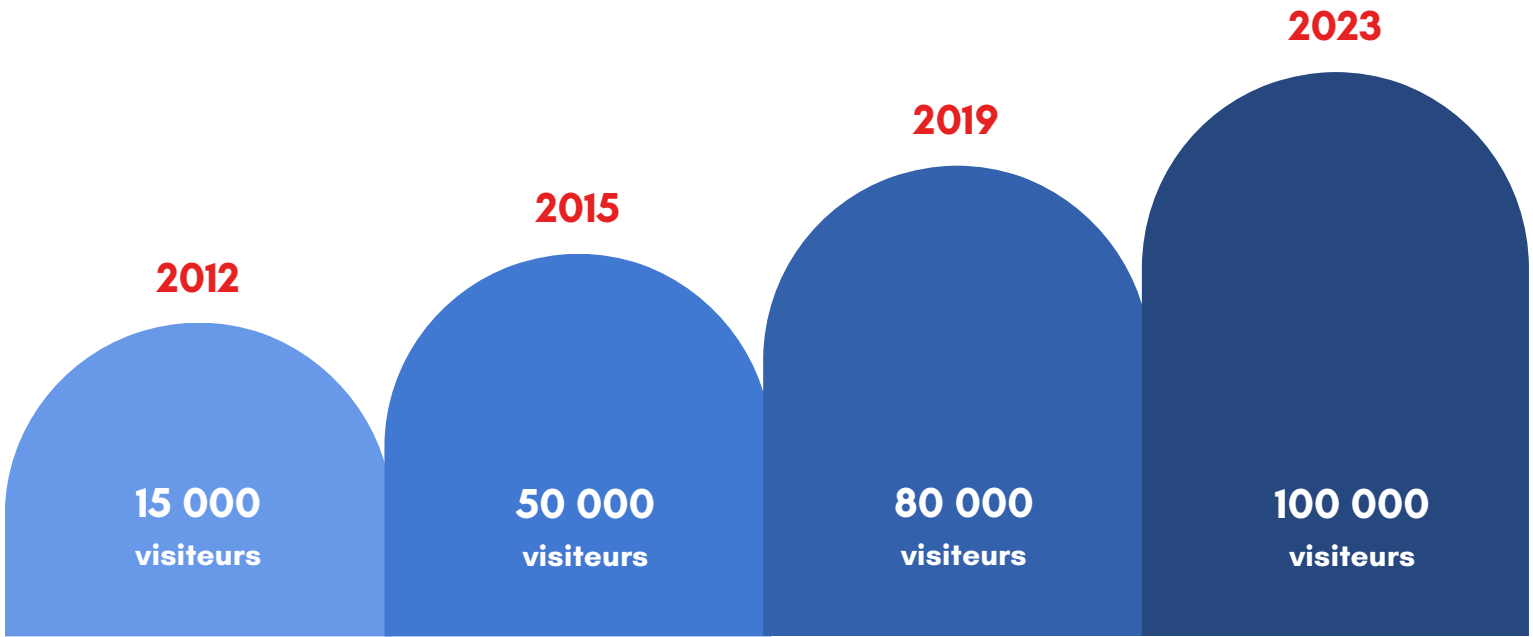
4 jours
pour rencontrer le grand public, les professionnels, les journalistes et les personnalités politiques

1 000
exposants
dans tous les domaines : mode, maison, gastronomie, enfance, beauté...

500
journalistes
accrédités pour couvrir l'évènement

100 000
visiteurs
BtoC et BtoB

Evolution du visitorat



2/ Pourquoi exposer ?

1 . Vendre

au grand public : 91% des visiteurs achètent des produits sur le salon. Tout est mis en œuvre pour favoriser les ventes, à commencer par l'envoi d'invitation gratuite sur pré-inscription sur notre site et le remboursement du droit d'entrée, sur le salon, à tout visiteur qui achète un article.

> ***un chiffre d'affaires multiplié par deux vs l'année passée (sans jour férié).***
> ***Nodie's***

aux professionnels : bien qu'étant un évènement grand public, le salon attire également de nombreux acheteurs professionnels français et étrangers à la recherche de produits made in France.

> ***Nous n'aurions jamais pensé à de telles retombées, tant auprès des particuliers que des professionnels.***
> ***La Bougie Normande***

2 . Échanger

et nouer des partenariats au sein de l'écosystème du made in France, en rencontrant des professionnels de votre secteur.

> ***C'est plus qu'un salon Made in France (...) c'est aussi rejoindre une famille d'entrepreneurs comme nous, engagés dans le savoir-faire mais aussi dans le savoir-être.***
> ***Griffon***

3 . Accroître sa visibilité

auprès de nos 100 000 visiteurs, informés de la tenue de notre manifestation grâce à la mise en place d'un important plan de communication.
Bénéficier de la visibilité médiatique exceptionnelle du salon auprès des journalistes présents pour couvrir l'évènement.

> ***Nous sommes très fiers d'être là, ce salon nous assure des retombées médiatiques, de la visibilité.***
> ***Le Maillot Français***

4. Valoriser son image

ou se faire connaître. Développer **sa notoriété** sur le rendez-vous incontournable du made in France !

> ***Des visiteurs très bienveillants et curieux de connaitre nos produits et nos coulisses de fabrication.***
> ***Exacompta***

5. Tester ses nouveautés

auprès d'un **public ciblé**, sensibilisé au made in France.

> ***Des retours géniaux sur notre prochain modèle et l'occasion de raconter notre histoire.***
> ***Nodie's***

3/ Les Grands Prix du made in France

Les 5 catégories des Grands Prix :

- Le Grand Prix de l'Entrepreneur
- Le Grand Prix de l'Innovation
- Le Grand Prix de l'Espoir
- Le Grand Prix du Produit
- Le Grand Prix du Public (*seul prix réservé aux exposants)*

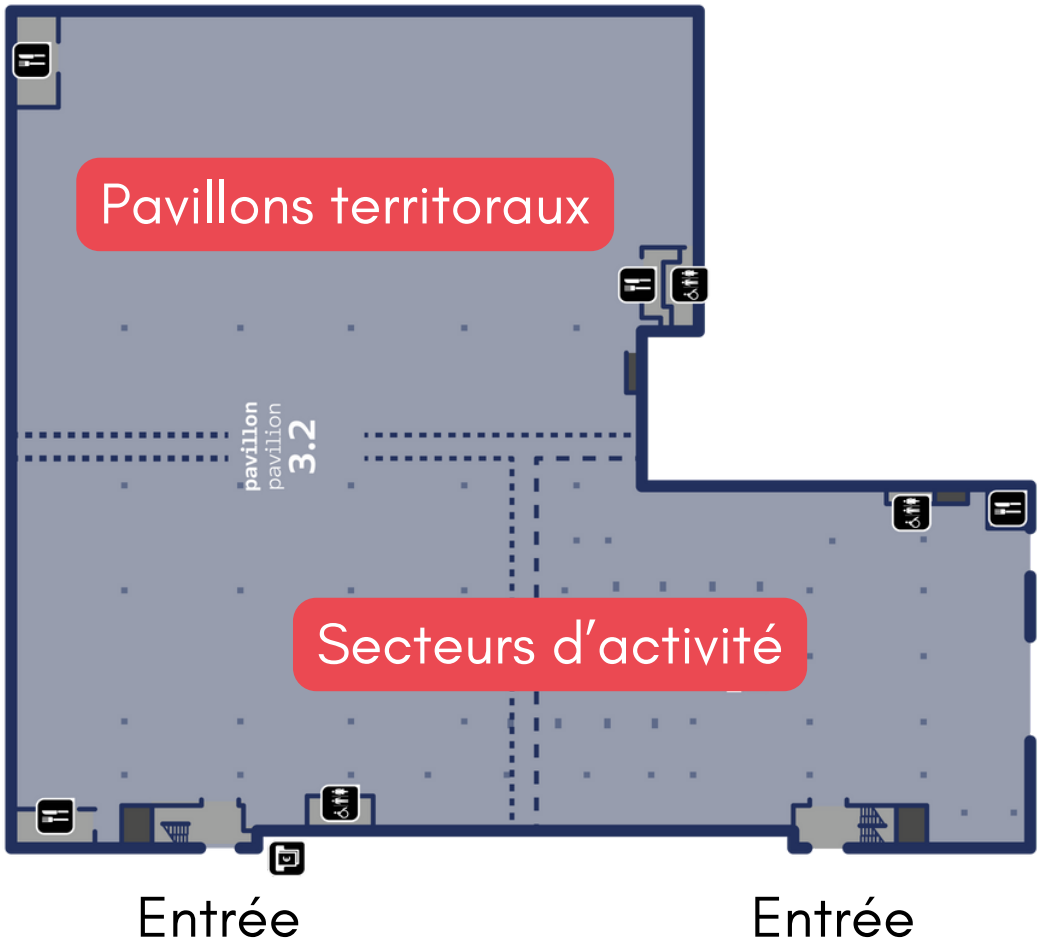
Les Grands Prix du made in France récompensent chaque année les entreprises méritantes impliquées dans la démarche du made in France.

Ces Grands Prix sont ouverts à toute entreprise fabriquant en France, en dehors du Prix du Public remis à l'exposant coup de cœur des visiteurs.

Toute entreprise peut candidater du 5 février au 28 juin depuis notre site www.mifexpo.fr

Un jury d'expert se réunit pour élire le lauréat de chaque catégorie, qui se verra remettre un prix sur le salon et remporter plusieurs gains : options de communication pour la prochaine édition du salon, articles de presse, passage radio etc...

4/ Configuration du hall



Le salon est réparti en deux zones :

- une zone regroupant les 7 secteurs d'activités : Beauté & Bien-être, Enfance & Loisirs, Gastronomie, Maison & Décoration, Mode & Accessoires, Services & Partenaires et Tourisme
- une zone réunissant les pavillons territoriaux. Ces derniers sont présents chaque année et regroupent plusieurs dizaines d'entreprises : Auvergne Rhône-Alpes, Corrèze, Ile-de-France, Jura, Normandie, Nouvelle-Aquitaine, Pays de la Loire, Occitanie, Val d'Oise, Var...

Chaque entreprise a la possibilité, selon certains critères définis par les pavillons, de participer au sein de son territoire, si ce dernier est présent, ou au sein de son secteur d'activité.

L'entrée des visiteurs se fait par deux accès situés de part et d'autre du hall afin de répartir le flux et d'offrir à tous les exposants une bonne visibilité.

5/ Les nouveautés 2024

Le secteur Tourisme

Voyageons à la française !

Ce nouveau secteur vise à présenter l'attractivité de la France. L'excellence à la française ne se limite pas à ses nombreux produits mais s'étend aussi à ses destinations.
Les visiteurs auront l'occasion de retrouver des acteurs du secteur, réunis pour leur permettre de découvrir ou redécouvrir le territoire. Nous souhaitons valoriser notre patrimoine et mettre en avant la richesse de ses destinations.
Pour toutes les saisons, tous les publics, toutes les envies, le voyage commence au salon du Made In France !

Un emplacement privilégié

Entrée A

Entrée B

5/ Les nouveautés 2024

Visiteurs professionnels étrangers

L'autre nouveauté 2024 est la mise en place d'un partenariat avec le réseau des CCI, afin de convier des **visiteurs professionnels étrangers** à la recherche de nouvelles marques made in France. C'est l'occasion pour les exposants de se développer à l'international et de conclure de nouveaux marchés.

6/ Région à l'honneur

La région à l'honneur de l'édition 2023 était l'Occitanie, rassemblant une quarantaine d'entreprises artisanales, industrielles et innovantes regroupées au sein d'un seul et même pavillon régional.

En étant le pavillon à l'honneur, la région profite d'une **communication dédiée :** newsletter, communiqué de presse, options de communication supplémentaires, mise en avant des entreprises etc...

Vous souhaitez entreprendre une démarche collective pour venir exposer avec plusieurs entreprises de votre territoire ?

N'hésitez pas à nous faire part de votre intérêt, toute l'équipe de MIF Expo se tient à votre disposition pour vous accompagner dans votre projet !

7/ La campagne de communication METRO

Mise en place d'un **puissant dispositif** d'affichage dans les couloirs du métro parisien. Le salon s'associe à ses exposants pour recouvrir les couloirs du métro parisien pendant **deux semaines** avant l'évènement.

Il est possible de réserver un **co-branding** géolocalisé entre le salon et un exposant pour s'afficher dans les couloirs et/ou sur les rampes du métro.

COULOIRS

400 affiches
du 1er au 14 novembre

audience : 5 807 318

RAMPES

320 affiches
du 27 octobre au 9 novembre

audience : 6 522 715

AFFICHAGE

RÉGION PARISIENNE

BACHE PERIPHERIQUE

du 9 octobre au 13 novembre

AFFICHAGE LIBRE

3000 affiches dans tout Paris
du 22 octobre au 12 novembre

TRANSILIEN

Spot vidéo sur les lignes des transiliens
du 30 octobre au 12 novembre

PORTE DE VERSAILLES

BACHE PERIPHERIQUE HALL 3

9 ocotobre au 13 novembre

PLAZA

Anneau digital à l'entrée du parc

ECRANS DIGITAUX

2 écrans digitaux à l'entrée du parc

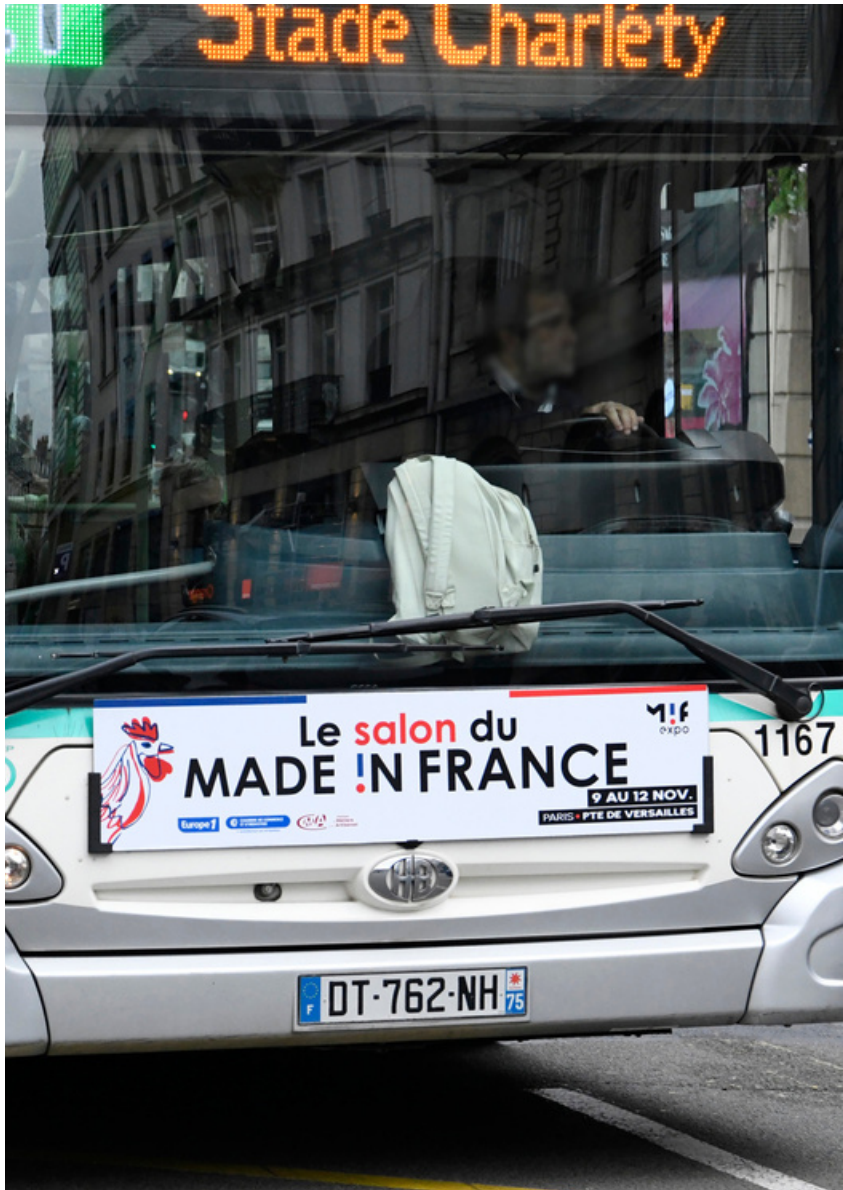
BUS

AVANT DE BUS

2 103 affiches
du 31 octobre au 6 novembre

172 communes desservies

audience : 7 149 912 citadins



RADIO

PARTENAIRE RADIO : EUROPE 1

DIFFUSION

101 spots diffusés du 30 octobre au 11 novembre

MISE EN AVANT D'EXPOSANTS

Jeu concours, pour remporter certains produits des exposants, diffusé sur l'émission "Sophie et les copains"

EN DIRECT DU SALON

Délocalisation de 3 émissions radio :
La France bouge présenté par Elisabeth Assayag
Sophie et les copains
Balade en France avec William Leymergie

MEDIA

143

Reportages télévisés

66 minutes, TF1, France 2, France 3, France 5, M6, BFM Business, LCI etc...

287

Emissions radio

Europe 1, BFM, France Inter, RMC, RTL etc...

500

journalistes accrédités

1 303

Articles de presse print & web

Le Parisien, Marianne, Les Echos, Le Figaro, Le Progrès, etc...

DIGITAL

Instagram + de 21K abonnés
@mifexpo

Facebook + de 24K abonnés
/MadeInFranceExpo

Linked In + de 13K abonnés
@mif-expo

Twitter + de 7K abonnés
@MIF_Expo

UN DISPOSITIF DE COMMUNICATION DIGITALE CIBLÉE

NEWSLETTER

- Envois réguliers de newsletters à plus de 350 000 internautes.

RESEAUX SOCIAUX

- Présence tout au long de l'année sur les réseaux sociaux
- Partage des actualités des exposants. : post, story et réel
- Campagne de sponsorisation Facebook et Instagram auprès de 2 000 000 d'internautes
- Envoi de pass coupe-file à des professionels ciblés

WEB

- Campagne Google Ads déployée auprès de 4 000 000 d'internautes
- 200 000 préinscriptions ont été enregistrées sur la période du 1er septembre au 14 novembre 2023 sur le site internet www.mifexpo.fr dédié aux actualités du salon.
- Invitations électroniques et pass coupe-file

DIRECT

Envoi d'une invitation accompagnée d'un courrier personnalisé aux ministres, sénateurs et députés

Relai national de l'évènement via :

- les Chambres de Métiers et d'Artisanat de France
- le réseau des CCI

Distribution massive d'invitations auprès d'associations de commerçants, d'hôtels, de mairies etc...

Insertion d'invitations dans la presse

Mise à disposition d'invitations aux exposants et partenaires

PARTENARIATS

Nos partenaires

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE
1er ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

Chambres de Métiers et de l'Artisanat

Marianne

Europe 1

ORIGINE FRANCE GARANTIE

POUR UN MONDE PME+ + ENGAGÉ

L'EXCELLENCE DES SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS · EPV · ENTREPRISE DU PATRIMOINE VIVANT

FAIT EN FRANCE

réel média

ILS FONT L'ACTU

FEEF Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France

Informations Entreprise
Une autre lecture de l'économie

8/ Statistiques exposants

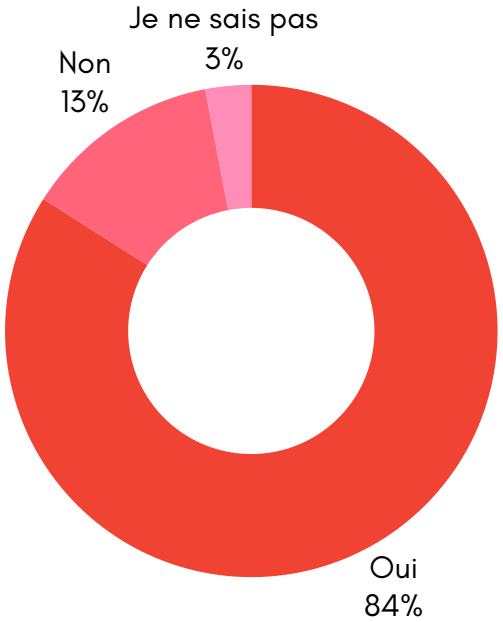
83%

des exposants
ont rencontré des professionnels

86%

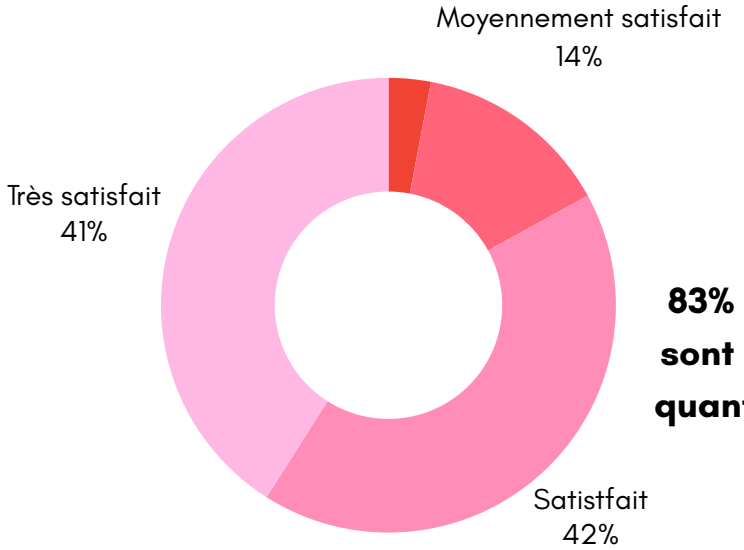
des exposants
recommandent cet évènement

84% des exposants souhaitent renouveler leur participation en 2024.



90%

des exposants
sont satisfaits de la campagne de promotion de l'évènement



83% des exposants sont satisfaits de la quantité de visiteurs

Enquête réalisée auprès des exposants de l'édition 2023

Statistiques visiteurs

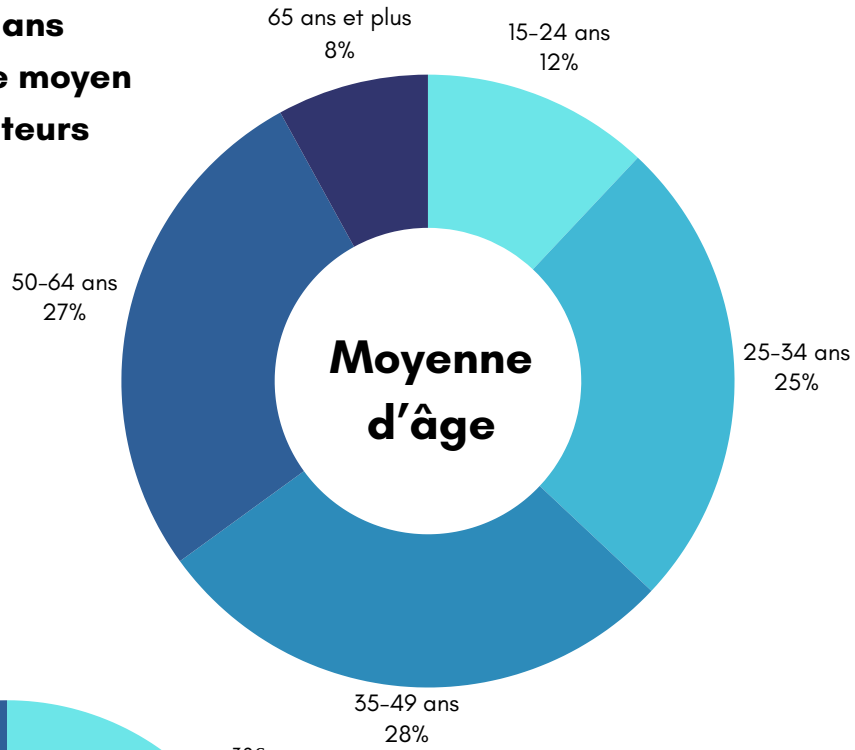
93%

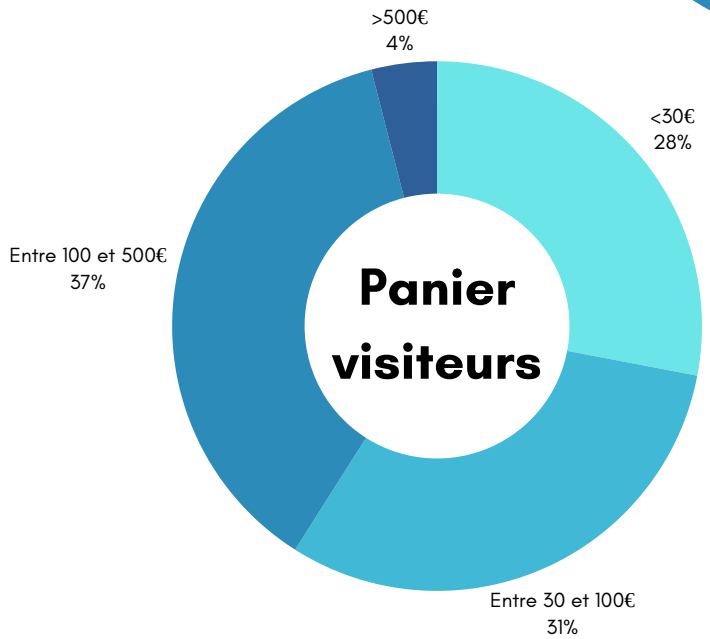
des visiteurs
souhaitent revenir
l'année prochaine

96%

des visiteurs
sont satisfaits de la qualité
des exposants

35-49 ans
c'est l'âge moyen
des visiteurs





Entre 100€ et 500€,
c'est la fourchette
moyenne d'achats sur
le salon.

91%

des visiteurs
ont fait des achats sur le salon

Enquête réalisée auprès des visiteurs de l'édition 2023

Nous contacter

CHEFS DE PROJETS

Amandine BOUVET
amandine@mifexpo.fr

Charlotte DONADIEU
charlotte@mifexpo.fr

Elisa MOISAN
elisa@mifexpo.fr

Léa KHOURY
lea@mifexpo.fr

PRESIDENTE

Fabienne DELAHAYE

COMMUNICATION

Eugénie DE PARSEVAL
eugenie@mifexpo.fr

PRESSE - AGENCE FLAG
01 58 60 24 24

Frédérique LIBAUD
fred@agenceflag.com

Laurène SERVENT
laurene@agenceflag.com

Alexandra MARTIN
alexandra@agenceflag.com

Adresse :
3 allée des Citeaux
92130 Issy les Moulineaux

Téléphone :
01 41 09 74 72

Mail :
contact@mifexpo.fr

Site internet :
www.mifexpo.fr

8 - 9 - 10 & 11 novembre à Paris Porte de Versailles