



# BILAN AMT 2016



# AMT 2016 : Faits marquants & chiffres clés



# Ils nous ont fait confiance :

## Partenaires



## Sponsors Gold



## Sponsors Silver



# Résultat du questionnaire de satisfaction

Taux de retour :

$$50 \text{ réponses} / 186 = 27 \%$$

## Partenaires



## Sponsors Gold



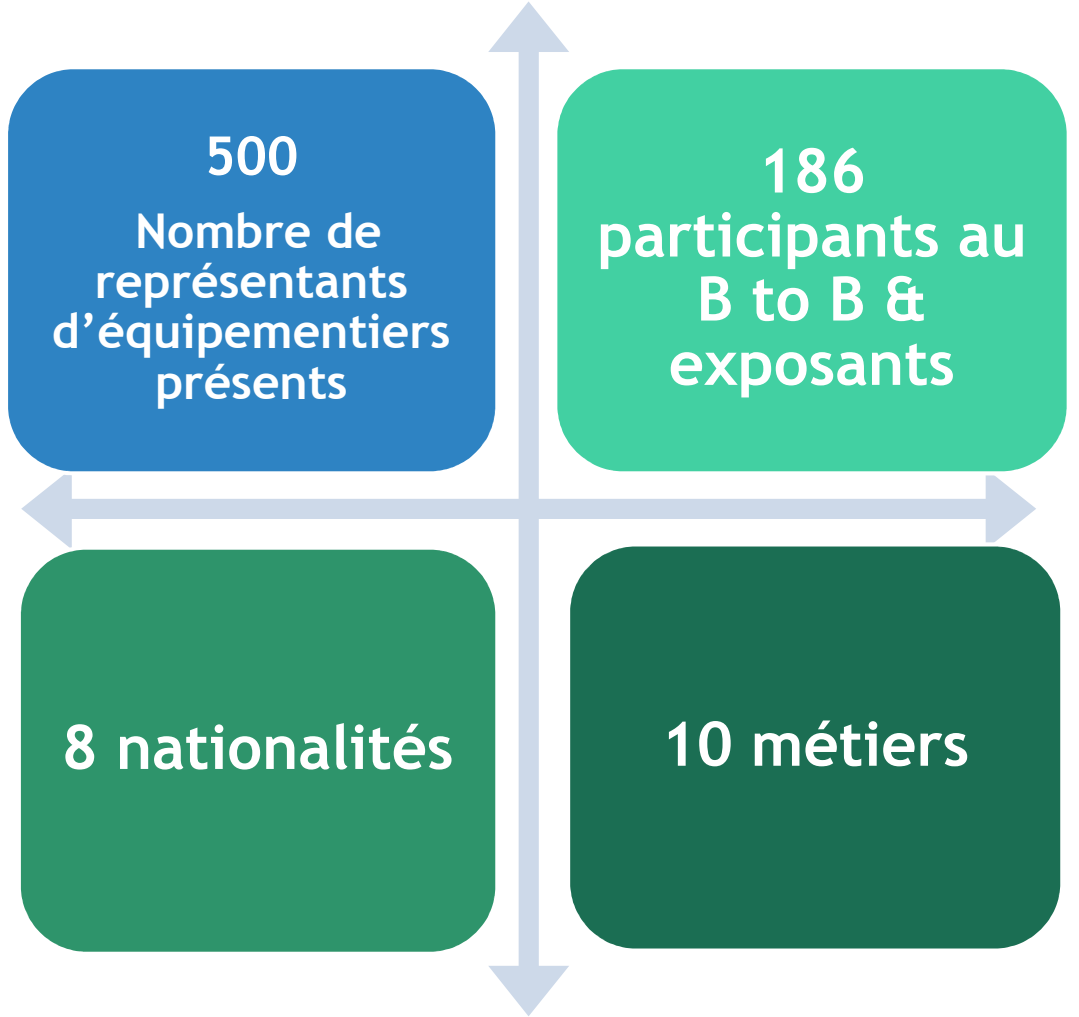
## Sponsors Silver



# L'édition 2016, une réussite incontestable :



Indicateurs



## Partenaires



## Sponsors Gold



## Sponsors Silver

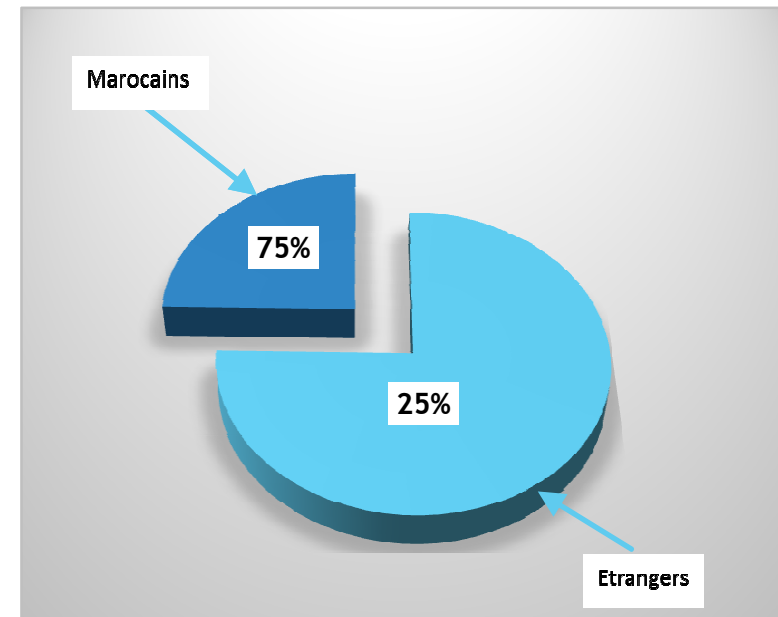
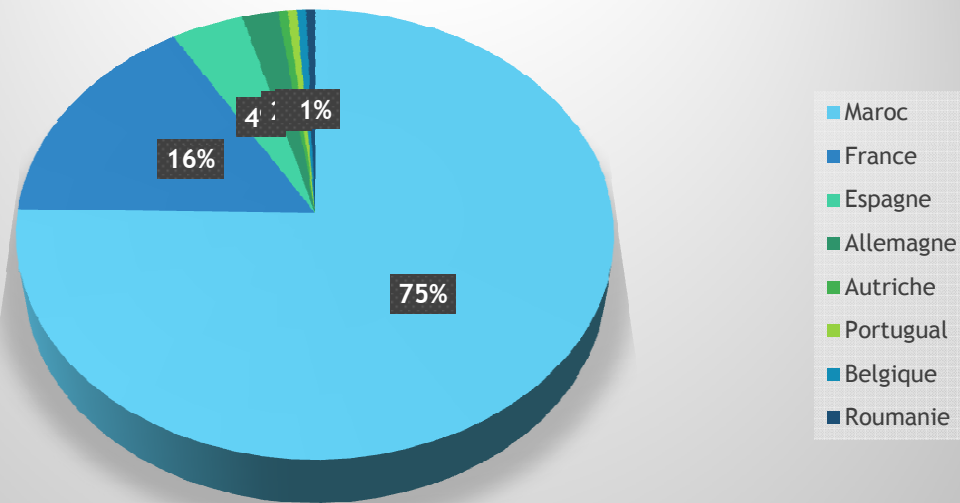




# Nombre de participants :

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| Nombre d'équipementiers participants | 186 |
| Installés au Maroc                   | 140 |
| Non encore installés au Maroc        | 46  |

Répartition des participants par pays



## Partenaires



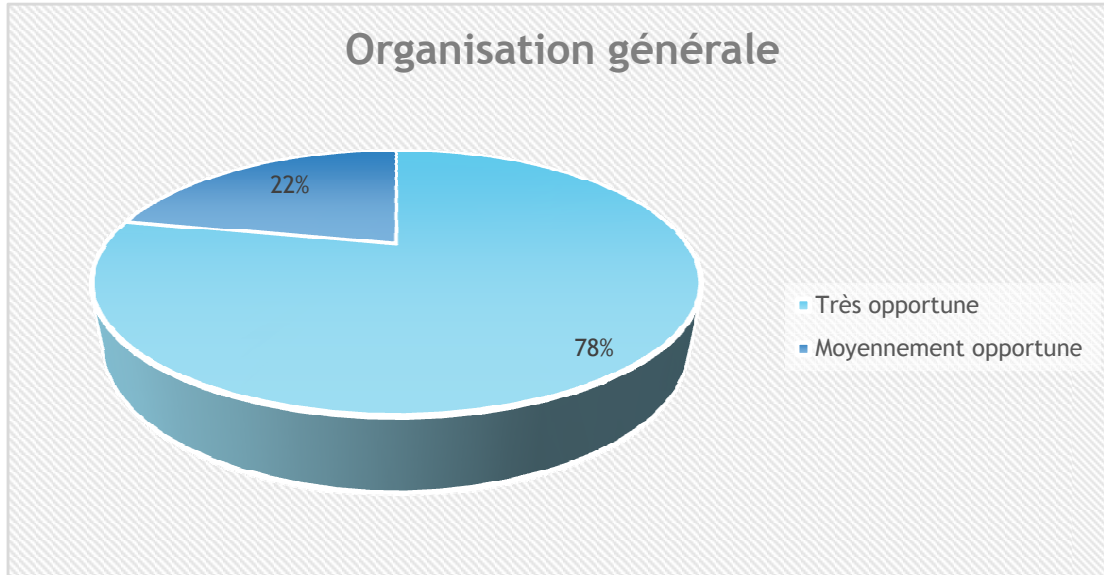
## Sponsors Gold



## Sponsors Silver



# Organisation générale :



| Organisation générale | Nb. Cit | Fréq  |
|-----------------------|---------|-------|
| Très opportune        | 39      | 66%   |
| Moyennement opportune | 11      | 34%   |
| Non opportune         | 0       | 0%    |
| Total                 | 50      | 100 % |

100 % des exposants ayant répondu au questionnaire déclarent leur satisfaction à l'égard de l'organisation générale de l'AMT

## Partenaires



## Sponsors Gold

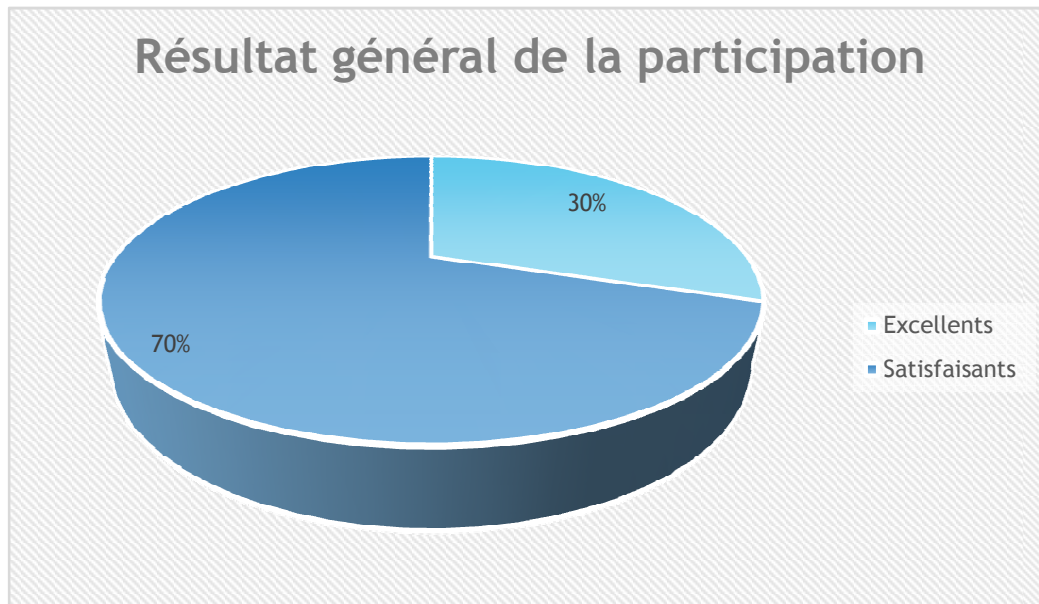


## Sponsors Silver





# Résultat général de la participation :



| Résultat général de la participation | Nb. Cit | Fréq  |
|--------------------------------------|---------|-------|
| Excellents                           | 15      | 30 %  |
| Satisfaisants                        | 35      | 70 %  |
| Décevants                            | 0       | 0 %   |
| Total                                | 50      | 100 % |

100 % des exposants ayant répondu au questionnaire déclarent leur satisfaction à l'égard de l'organisation générale de l'AMT

## Partenaires



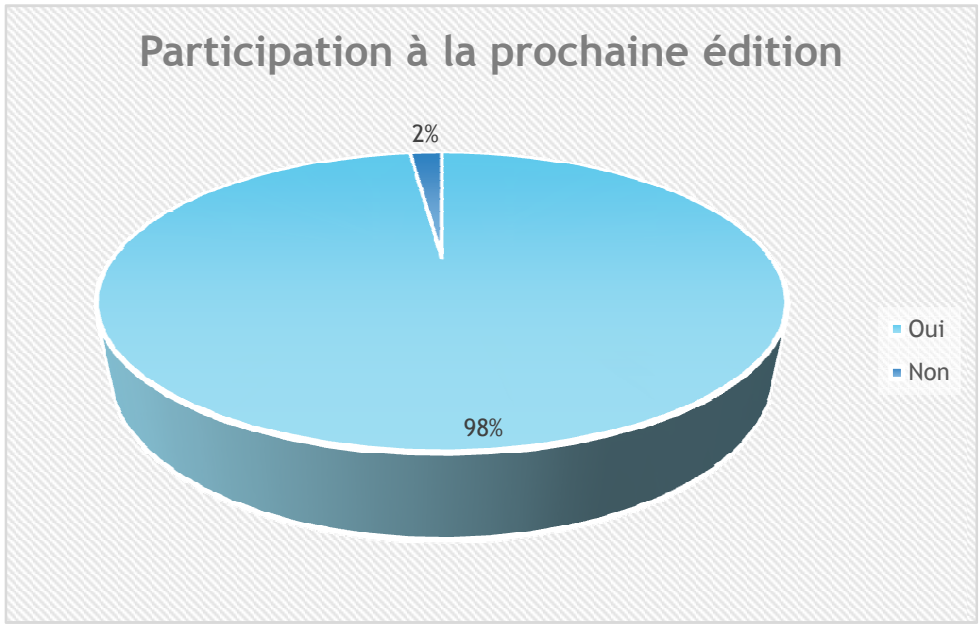
## Sponsors Gold



## Sponsors Silver



# Participation à la prochaine édition :



| Participation à la prochaine édition | Nb.cit | Fréq  |
|--------------------------------------|--------|-------|
| Oui                                  | 49     | 98 %  |
| Non                                  | 1      | 2%    |
| Total                                | 50     | 100 % |

98 % des exposants ayant répondu au questionnaire renouvèlent leur souhait de participer à la prochaine édition

## Partenaires



## Sponsors Gold

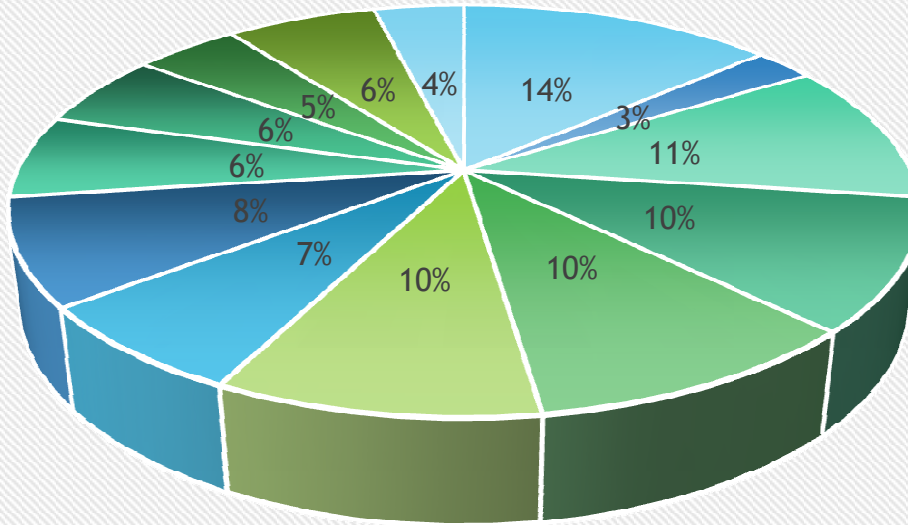


## Sponsors Silver



# Répartition par métier :

## Répartition des participants par métier



- Autres
- Constructeurs
- Services
- Transformation matériaux (plastique, composite, caoutchouc, verre)
- Travail des métaux (fonderie, emboutissage, ...)
- Ingénierie, bureau d'études & métrologie
- Logistique
- Composants électriques et électroniques

### Partenaires



### Sponsors Gold

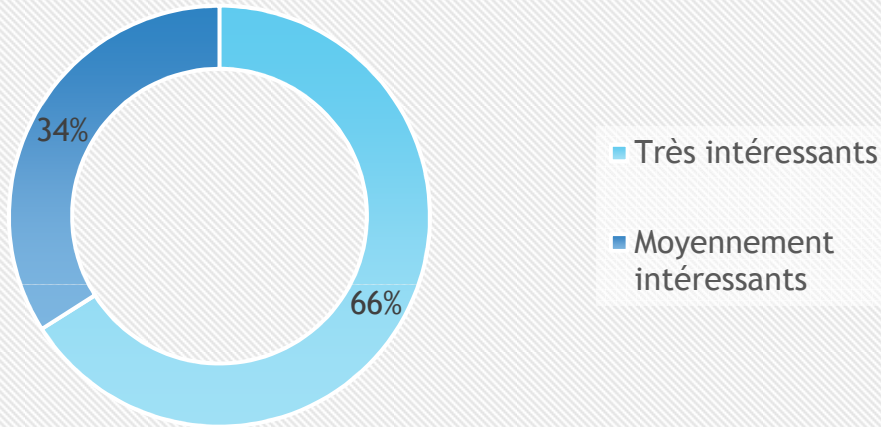


### Sponsors Silver



# La qualité des rencontres B to B :

## Qualité des Rdv B to B



| Qualité des Rdv          | Nb. Cit | Fréq  |
|--------------------------|---------|-------|
| Très intéressants        | 33      | 66 %  |
| Moyennement intéressants | 17      | 34 %  |
| Sans intérêt             | 0       | 0     |
| Total                    | 50      | 100 % |

100 % des participants jugent que les rencontre B to B ont été intéressants

### Partenaires



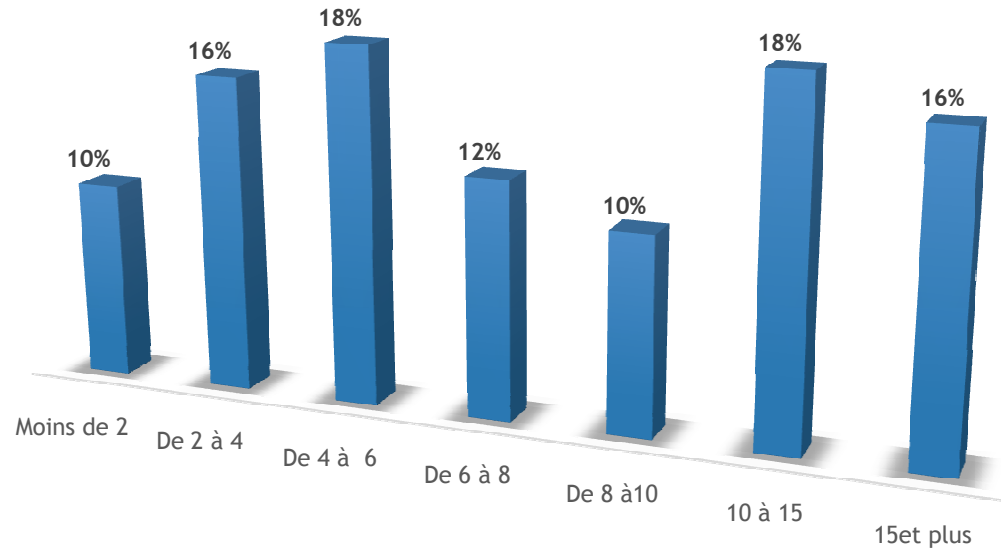
### Sponsors Gold



### Sponsors Silver



# Nombre de Rdv pouvant déboucher sur des résultats concrets :



50 participants ayant répondu au questionnaire ont pu décrocher **300 Rdv** pouvant déboucher sur des résultats concrets sur les **1600 rdv** réalisés. L'extrapolation faite sur tous les participants (186) peut conclure à décrocher **1100 rdv** pouvant déboucher sur des résultats concrets

## Partenaires



## Sponsors Gold



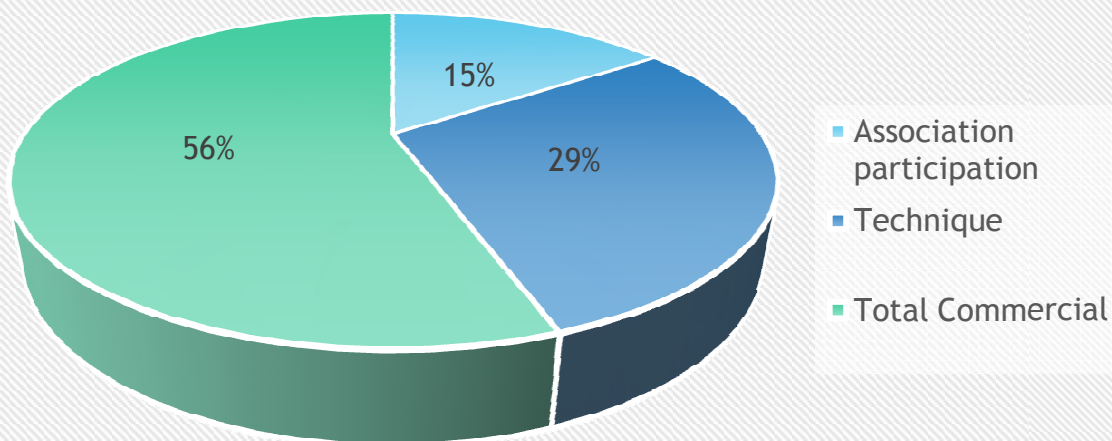
## Sponsors Silver





# Type de partenariat :

Type de partenariat



| Type de partenariat       | Nb. Cit | Fréq  |
|---------------------------|---------|-------|
| Association participation | 10      | 15 %  |
| Technique                 | 19      | 29 %  |
| Commercial                | 36      | 56 %  |
| Total                     | 65      | 100 % |

## Partenaires



## Sponsors Gold



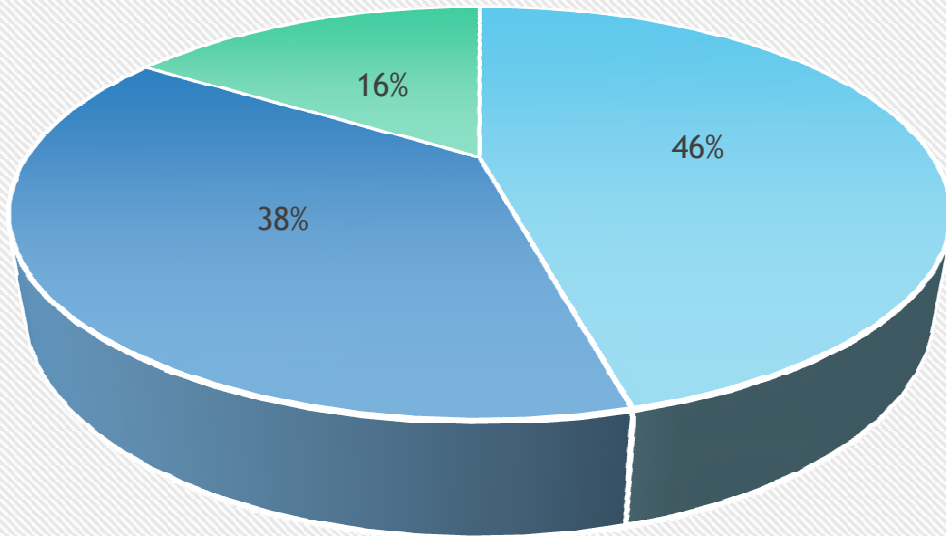
## Sponsors Silver





# Les acteurs visés:

Acteurs visés



- Donneurs d'ordre
- équipementiers
- Préstataires

| Acteurs          | Nb.CIT | Fréq |
|------------------|--------|------|
| Donneurs d'ordre | 23     | 46%  |
| équipementiers   | 19     | 38%  |
| Préstataires     | 8      | 16%  |
| TOTAL OBS.       | 50     | 100% |

## Partenaires



## Sponsors Gold



## Sponsors Silver



# AMT 2016 : Suggestions des participants & Plan d'actions



# Les suggestions des participants :

| Suggestions  | Nb.cit    |
|--|-----------|
| Une meilleure gestion des rencontres B to B                                      | 20        |
| Prévoir plus d'exposants   | 7         |
| Non respect du programme de l'événement  | 7         |
| Améliorer l'aménagement des stands   | 6         |
| Changer le lieu  | 4         |
| Nettoyage et ordre   | 3         |
| plus de conférences et ateliers  | 2         |
| Organisation d'une séance d'information pour tous les équipementiers par l'IFMIA | 1         |
| <b>Total</b>   | <b>50</b> |

## Partenaires



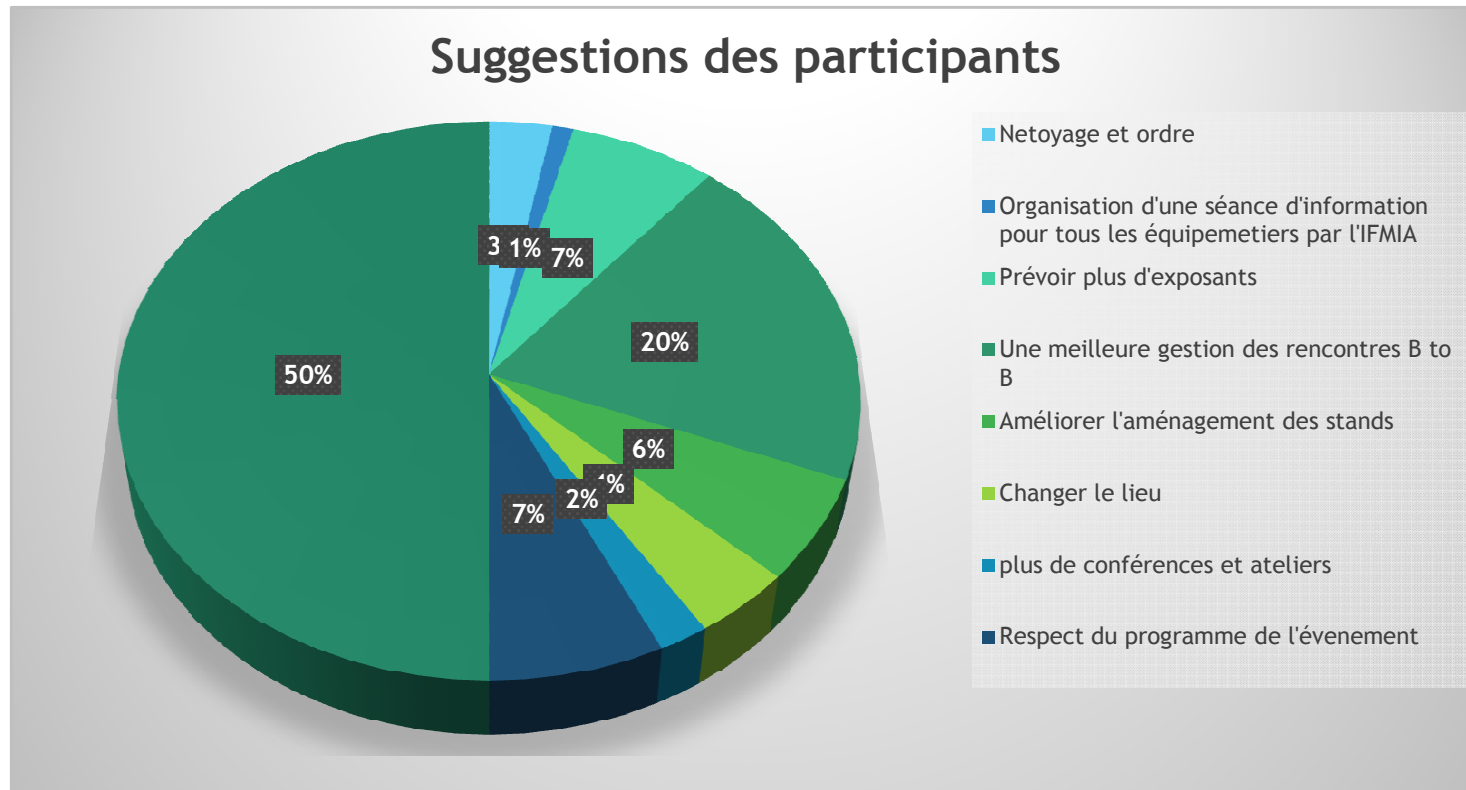
## Sponsors Gold



## Sponsors Silver



# Les suggestions des participants :



50 % des participants suggèrent d'améliorer l'organisation des BtoB

## Partenaires



## Sponsors Gold



## Sponsors Silver



# Plan d'actions :

| Actions   | Horizon                  |
|---|--------------------------|
| Revisiter les différentes rubriques de la plateforme informatique en veillant à l'amélioration de leur contenu  | Immédiat                 |
| Asseoir un dispositif de communication interactive :<br>- mise œuvre de visites guidées éclaircissant les modalités d'inscription on-line , et les protocoles de prise des rdv. | 6 mois avant l'événement |
| Focaliser l'organisation de tous les rdv B to B tenant compte de la proximité des lieux   | 6 mois avant l'événement |

## Partenaires



## Sponsors Gold



## Sponsors Silver





Merci pour votre participation

Tel: +212 5 22 24 28 82  
E-mail: amica@amica.org.ma  
www.amica.org.ma



AMT 2016  
AUTOMOTIVE  
MEETINGS  
TANGIER - MED  
23 au 25  
Novembre 2016



ORGANISATEUR  
L'Association Marocaine pour  
l'Industrie et le Commerce de l'Automobile



Participez et rencontrez vos futurs partenaires

[amica@amica.org.ma](mailto:amica@amica.org.ma)

[www.btob/amt2016](http://www.btob/amt2016)

Partenaires



Sponsors Gold



Sponsors Silver

