



**Université d'Antananarivo**

## **CAHIER DES CHARGES**

# **Plateforme de Salon virtuel Université d'Antananarivo**

**Dossier conçu par**

**La Direction de la Communication, du Marketing et des Relations publiques**

Novembre 2024

*Direction de la Communication, du Marketing et des Relations Publiques  
BP 566 Présidence de l'Université d'Antananarivo*

+261 34 11 996 04 – [lanto.raveloarijaona@univ-antananarivo.mg](mailto:lanto.raveloarijaona@univ-antananarivo.mg) – [www.univ-antananarivo.mg](http://www.univ-antananarivo.mg)

## Contexte

Chaque année, l'Université d'Antananarivo organise des Salons (Salon de l'Etudiant, Salon de la Recherche, Forum de l'Innovation, ...) depuis dix ans. Dans le contexte de la pandémie depuis 2019, la digitalisation de concept marketing devient incontournable.

La Direction de la Communication, du Marketing et des Relations Publiques en collaboration avec la Direction de la Recherche Doctorale, la Direction de l'Apprentissage et de l'Enseignement et la Direction de la Valorisation du Transfert Technologique et de l'Innovation ont émis le nouveau concept de salon virtuel. Avec l'existence de 2 300 000 facebookers à Madagascar, ainsi que l'accessibilité des internautes via mobile et poste ordinateur, il serait facile de toucher un public cible avec un potentiel de concrétisation de projets.

## Objectif

Le Salon Virtuel est un outil marketing digital permettant de nouer des relations de partenariat et de concrétisation de projets. La finalité est de promouvoir les résultats et les produits de la recherche scientifique pour développer les entreprises et les institutions, ainsi que pour créer de l'emploi. Le Salon Virtuel n'est pas accessible seulement en trois jour mais sur une période déjà définie à l'avance comme 1 mois ou 3 mois. Les statistiques de visite et de suivi évaluation des contacts et des projets concrétisés font parties des indicateurs de performance de tel salon.

L'objectif principal d'un salon virtuel est de promouvoir l'emploi décent par l'innovation engendrée par la recherche. Les objectifs spécifiques sont :

- Diffuser et valoriser les résultats de recherche ;
- Promouvoir le transfert de technologie, en faisant connaître au secteur économique et aux acteurs-clés les acquis et innovations techniques issus de la recherche réalisée à l'UA ;
- Promouvoir le marketing des produits de recherche ;
- Créer des opportunités d'insertion professionnelle ;
- Sensibiliser les jeunes à s'investir dans la recherche ;
- Renforcer la visibilité de l'Université, des établissements d'enseignement supérieur, des centres de recherche et des entreprises dans tous les secteurs ;
- Faire connaître l'importance de la recherche auprès du secteur privé, des acteurs du développement, des secteurs économiques et du public ;
- Redynamiser la plate forme régionale d'échange qui a pour but principal de faciliter le réseautage et la synergie d'actions entre les chercheurs et le secteur économique.

## Publics cibles

Comme il s'agit d'un outil marketing digital, nous ciblons en particulier les enseignants-chercheurs, les entreprises, les opérateurs, les décideurs politiques, et les étudiants. Bien évidemment, les cibles devraient avoir un profil d'internaute averti car la connexion est essentielle dans l'interaction. La plupart des supports sont d'origine multimédia à savoir de l'image, du son, de la vidéo, de l'animation, et du texte.

On peut se demander si les personnes non connectées méritent d'être considérées. Notons que même dans le cadre d'un salon physique, l'échange de carte de visite fait allusion à des adresses email, à des sites web, à des coordonnées. Ce qui oblige les exposants et les visiteurs de se doter de terminal de communication à savoir l'ordinateur, le smartphone, ou la tablette.

Les groupes cibles des salons virtuels sont regroupés en trois catégories, à savoir:

Catégoriel : Monde de la recherche et des Ministères concernés, composés de:

- Services publics de recherche et de formation (Etablissements, Instituts et laboratoires rattachés), - Centres/Instituts de recherche privée,
- Institutions privées de formation,
- Chercheurs,
- Jeunes étudiants,
- Ministères concernés (Enseignement Supérieur et Recherche scientifique, Santé, Economie, Finances, Education, Emploi, Enseignement Technique et Formation Professionnelle, Travail et Lois sociales, ....)

Catégorie2 : Monde économique, constitué par les:

- Grandes, moyennes, petites, micro entreprises privées nationales, ayant ou pas leurs propres dispositifs de recherche,
- Entreprises multinationales disposant ou pas de leur système de recherche interne ou externe,
- Entreprises paraétatiques,
- Organisations patronales,
- Organisations syndicales,
- Chambres consulaires.

Catégorie3 : Autres acteurs concernés, composés de:

- Organismes d'appui au développement (Projets et Programmes),
- Institutions bancaires et de micro-finance,
- Centre d'Arbitrage et de Médiation de Madagascar,
- Offices nationaux (OMAPI, OMDA, ONN, ONTM),
- Associations de jeunes, de femmes et ONGs,
- Partenaires techniques et financiers,
- Médias,
- Public.

Des efforts particuliers seront menés pour augmenter et diversifier la participation du monde économique, notamment faire un plaidoyer auprès des organisations patronales et syndicales pour encourager la visite ou la participation de leurs dirigeants, ingénieurs et techniciens au Salon.

## **Résultats attendus**

Sur le plan technique :

- Amélioration des relations de partenariat entre les entreprises, les acteurs du développement et les chercheurs ;
- Valorisation des produits de recherche en vue d'un partenariat fructueux et pérenne afin de promouvoir la création d'emploi et notamment, celui des jeunes;
- Assurance sur la propriété intellectuelle en collaboration avec l'OMAPI ;
- Renforcement de la capacité des exposants ;
- Accroissement du nombre de relations d'affaires et des offres d'emploi.

Sur le plan organisationnel :

- Amélioration des aspects organisationnels et techniques des précédentes éditions ;
- Augmentation du nombre des participants et des visiteurs.

## Solutions techniques

L'application multimédia à concevoir sera hébergée sur un serveur à l'Université d'Antananarivo sous l'URL [www.univ-antananarivo.mg](http://www.univ-antananarivo.mg). L'accessibilité peut se faire sur le réseau intranet du Campus via une connexion WiFi, ou bien sur des terminaux mobiles comme les ordinateurs portables, les smartphones, et les tablettes. Comme le coût de data mobile peut créer un frein pour les accès extracampus, une négociation auprès des opérateurs comme TELMA peut permettre à un white listing de l'URL [www.univ-antananarivo.mg](http://www.univ-antananarivo.mg). Cela réduira notablement le coût de la connexion en s'inspirant du concept de Faceboobaka. En plus, pour l'opérateur, il aura à gagner plus de notoriété. Et ce coût de connexion pour servir de gain à la fois pour TELMA et pour l'Université d'Antananarivo.

Les interactions et les échanges sous forme de discussion par chat, audioconférence, et visioconférence peut bien être administré sous une application comme Zoom avec sa version gratuite. Cela offre la possibilité d'obtenir des échanges renouvelables toutes les 40 minutes. Cette contrainte temporelle est idéale pour l'organisation de conférences et d'ateliers

## Fonctionnalités principales

### Espaces virtuels :

- Page d'Accueil
- Salle de réception
  - Présentation du Salon Virtuel
  - Contact aux Organisateurs
  - Inscription de l'Exposant
- Grande salle d'exposition pouvant tenir plus de 40 exposants
  - Exposant 1 : Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique et de l'Innovation
  - Exposant 2 : Présidence de l'Université d'Antananarivo
  - Exposant 3 : SIM
  - Exposant 4 : GEM
  - Exposant 5 : FIVMPAMA
  - ...
  - Exposant i : École Doctorale Gestion des Ressources Naturelles
    - Découvrir la présentation de l'exposant
    - Discuter avec une hôtesse en vidéoconférence
    - Découvrir les réseaux sociaux de l'exposant
    - Téléchargement de documents PDF du genre brochures, ...
    - Galerie Vidéos : 1<sup>ère</sup> Vidéo de 3mn produit par la Direction de la Recherche, 2<sup>ème</sup> Vidéo annexe, ...
    - Galerie Photos
    - Témoignages
  - ...
  - Exposant n
- Salles de conférence
  - Salle 1 : Date et heure, Streaming ou Podcast, Vidéoconférence sur Zoom
  - Salle 2 : Date et heure, Streaming ou Podcast, Vidéoconférence sur Zoom
  - Salle 3 : Date et heure, Streaming ou Podcast, Vidéoconférence sur Zoom
  - ...
  - Salle n :

- Historique
- Ateliers
  - Atelier 1 : Date et heure, Streaming ou Podcast, Vidéoconférence sur Zoom
  - Atelier 2 : Date et heure, Streaming ou Podcast, Vidéoconférence sur Zoom
  - Atelier 3 : Date et heure, Streaming ou Podcast, Vidéoconférence sur Zoom
  - ...
  - Salle n :
  - Historique

### Gestion des utilisateurs :

- Trois niveaux d'accès :
  - Administrateur : Contrôle total (ajout, modification, suppression) des stands et des utilisateurs.
  - Responsable de stand : Contrôle total (ajout, modification, suppression) uniquement sur son stand et des éditeurs qui y sont rattachés.
  - Editeur : ajout et modification du contenu du stand uniquement. Possibilité de démissionner en tant qu'éditeur
  - Client : possibilité de voir tout le contenu de la plateforme

### Contenu :

- **Gestion du contenu** : Upload de fichiers (documents, images, vidéos), création de pages, intégration de liens externes.
- **Modération du contenu** : Validation des contenus avant publication.

### Outils de communication :

- **Vidéoconférence** : Organisation de réunions en ligne.
- **Forum** : Espace d'échange entre les participants.

### Statistiques :

- **Suivi des visites** : Nombre de visiteurs
- **Suivi des interactions** : Nombre de messages envoyés, etc.

### Calendrier :

- **Calendrier de suivi** : Calendrier de suivi pour le responsable et l'administrateur (recrutement, prémission, salle de conférence...)

## Architecture technique

- **Technologies utilisées** :
  - **Langage de programmation** : Php, javascript
  - **Framework** : Laravel
  - **Base de données** : Postgres
  - **Design** : adobe XD
- **Hébergement** : Hébergée au sein de l'Université d'Antananarivo.
- **Accessibilité** : compatible avec les différents navigateurs et appareils.

## Design et ergonomie

- **Identité visuelle** : Respect de la charte graphique de l'université.
- **Interface utilisateur** : Intuitive et facile à prendre en main.
- **Expérience utilisateur** : Optimisation du parcours utilisateur pour une navigation fluide.

## Critères de réussite

- **Indicateurs clés de performance (KPI)** : Nombre d'utilisateurs inscrits, nombre de stands créés, nombre de conférences organisées, etc.
- **Satisfaction des utilisateurs** : Enquêtes de satisfaction auprès des utilisateurs.