



CasaEvents & Animation

TUE, 13 DEC 2022



KPI Summary



76

Articles



1.77M

Impressions



76

Positive



0

Neutral



0

Negative

Casablanca 3e édition de l'Africa Place Marketing

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 2,276
IMPRESSIONS	28,348	CIRCULATION	14174	DISTRIBUTION	Morocco
SECTION	General	PAGE	16	SIZE	300 cc

TAGS

CasaEvents Vérfié

16
L'ECONOMISTE

RÉGIONS

Casablanca

3e édition de l'Africa Place Marketing

- Le marketing territorial au cœur des débats
- Importance de la participation citoyenne

LE rideau vient de tomber sur la 3e édition de l'Africa Place Marketing organisée par Casablanca Events & Animation (CEA). Articulée autour de la thématique «*La participation citoyenne, pour un marketing territorial durable et inclusif*», cette rencontre a été marquée par la présence d'un panel d'experts africains et internationaux. Le symposium a été décliné en deux journées de travaux. Les intervenants ont ainsi partagé leurs expériences concernant les différents aspects du marketing territorial et notamment sur l'importance de la participation citoyenne.

«*Nous nous réjouissons du succès de cet événement qui a offert une plateforme de débat et de réflexion autour de la question du marketing territorial basé sur l'implication du citoyen. Nous sommes tous convaincus et c'est un fait avéré que le citoyen est le cœur de toute réflexion*

lors de cette 1re journée autour de la question de la mesure du bien-être territorial dans l'hospitalité et l'attractivité des territoires.

La seconde journée a été consacrée au secteur du tourisme en revenant sur le 1er Forum africain du tourisme de Casablanca en collaboration

de la démarche marketing territorial», a déclaré Mohamed Jouahri, avec le Conseil régional du tourisme Casablanca-Settat. Cette 2e journée

Awards

DAKAR, qui a défendu son projet d'observatoire citoyen, a remporté l'Africa Place Marketing Awards, récompensant les meilleures pratiques du marketing territorial en Afrique. Cette compétition a challengé 6 territoires africains. La parole a été également donnée à la jeunesse marocaine pour présenter ses idées innovantes, créatives et pertinentes et proposer des actions à mettre en place pour mieux adapter l'offre territoriale aux cibles. Cette compétition, qui a challengé plusieurs Business Schools et a été remportée par les étudiants de l'Institut supérieur international du tourisme de Tanger qui défendaient leur projet face aux étudiants de l'ESCA, de l'UIC ou encore de l'ENCG Casablanca. □

DG de CEA. Cette 3e édition a connu la participation de près de 300 personnes et plus de 45 conférenciers.

A noter que plusieurs conférences ont été tenues dans le cadre de cette rencontre. Lors de la 1re journée, des sujets clés ont été abordés dont la participation citoyenne pour une hospitalité et attractivité durable et inclusive, ou encore la question des stratégies endogènes et inclusives qui favorise l'implication de l'habitant pour une hospitalité et une attractivité du territoire durables. Un atelier a été également organisé

a également été marquée par la tenue d'une conférence sur la mobilité continentale en tant que levier majeur pour le développement des territoires touristiques africains, suivie par une seconde conférence sur la contribution de la démarche de marketing territorial durable et inclusif au développement des territoires africains à potentiel touristique. Un atelier a en outre été dédié à la participation citoyenne graal du marketing territorial vis-à-vis de trois cibles différentes: citoyens, touristes et investisseurs. □

A.E.

Mercredi 7 Décembre 2022

اختتام أشغال الدورة الثالثة لمنتدى Place Marketing Africa

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	Arabic	AVE	\$ 111
IMPRESSIONS	10,766	CIRCULATION	5383	DISTRIBUTION	Morocco
SECTION	Business	PAGE	6	SIZE	66.667 cc

TAGS

CasaEvents

WeCasablanca

Vérfié

أسدل الستار على الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing الذي نظمته شركة التنمية المحلية «الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات»، وتمحورت أشغاله حول موضوع «المشاركة المواطنة؛ من أجل تسويق ترابي مستدام وفعال». وتميز هذا الملتقى بحضور نخبة من ألمع الخبراء الأفارقة والدوليين، إضافة إلى باحثين ومهنيين ذائعي الصيت على المستوى العالمي. وجرى تنظيم المنتدى على مدى يومين من الأشغال والمناقشات البناءة، دعي خلالها المتدخلون لمشاركة خبراتهم وتجاربهم المتعلقة بمختلف جوانب تسويق المجال الترابي، وعلى الخصوص التجارب المتعلقة بأهمية المشاركة المواطنة.

وقال محمد الجواهري، مدير عام شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات «نحن سعداء بالنجاح الذي حققه هذا الحدث الذي وفر للمشاركين منصة للنقاش والتفكير حول مسألة التسويق المجالي المرتكز على المشاركة المواطنة. كلنا مقتنعون بأن المواطن هو محور أي تفكير حول مقاربة تسويق المجال. وقد شكل هذا المنتدى فضاء متميزا لتبادل التجارب، وكذلك لممارسة اليقظة والذكاء الترابي».

وجاء في بلاغ للمنظمين «عرفت هذه الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing مشاركة حوالي 300 مشارك وأزيد من 45 محاضرا وأكثر من 30 وسيلة إعلام». ونظمت في إطار هذا الملتقى عدة جلسات عمومية (أربع في المجموع) من بينها الجلسة الافتتاحية التي تميزت بحضور العديد من الشخصيات. ومكن اليوم الأول من المنتدى من التطرق للعديد من المواضيع الأساسية، منها على الخصوص المشاركة المواطنة من أجل ضيافة وجاذبية مستدامة وفعالة للمجال الترابي، ومسألة الاستراتيجيات المحلية المدمجة التي تتميز بالاستدامة. كما تم أيضا خلال اليوم الأول تنظيم ورشة عمل حول مسألة الرفاهية المجالية وضيافة وجاذبية المجالات الترابية. وختاما، نظمت حلقة نقاش وتأمل عملية بهدف استخراج وبناء، بمشاركة الخبراء وأبرز المشاركين الوطنيين والأفارقة والدوليين، العوامل والوسائل المتعلقة بالمجالات الترابية الإفريقية. ومكن اليوم الثاني للمنتدى من تسليط الضوء على القطاع السياحي بالعودة إلى المنتدى الإفريقي الأول للسياحة بالدار البيضاء بشراكة مع المجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء — سطات. وتميز هذا اليوم الثاني بدوره بعقد جلسة عمومية حول الحركة على المستوى القاري كرافعة أساسية لتنمية المجالات الترابية السياحية في إفريقيا، متبوعة بجلسة عمومية ثانية حول مساهمة مقاربة تسويق المجال المستدامة والمدمجة في تنمية المجالات الترابية الإفريقية التي تتوفر على مؤهلات سياحية. من جهة ثانية، تم تخصيص ورشة عمل للمشاركة المواطنة المنشودة في التسويق المجالي إزاء ثلاثة أهداف مختلفة: المواطنين، السياحة والمستثمرين.

وتمثلت أقوى لحظات هذه الدورة في نجاح جوائز

Africa Place Marketing Awards, حيث مكنت هذه الجوائز من التواصل ومشاركة ومكافأة الممارسات الفضلى لتسويق المجال بإفريقيا. وتنافست عليها 6 مجالات ترابية إفريقية، وفازت بها مدينة داكار التي دافعت عن مشروعها مرصد المواطن. كما شكلت مسابقة Africa Place Marketing Competition لحظة أعطيت فيها الكلمة للشباب المغربي لتقديم أفكارهم المبتكرة الخلاقة والناجعة، اقتراح مبادرات من أجل تكييف أفضل للعرض المجالي مع الشرائح المستهدفة.

تنافست خلال هذه المسابقة العديد من «معاهد التجارة» وفاز بها طلبة المعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة، الذين دافعوا عن مشروعهم أمام طلبة ESCA والجامعة الدولية للدار البيضاء والمدرسة الوطنية للتجارة والتدبير الدار البيضاء. وللتذكير، فإن منتدى

Africa Place Marketing يعد مكونا مهما لمقاربة الجاذبية ل Wecasablanca.

ويتعلق الأمر بمشروع جماعي ومشارك، يعكس بطريقة وفيه طموح الدار البيضاء التي تصبو إلى أن تكون فضاء للتبادل والبناء المشترك والتنمية في مجال التسويق المجالي.

اختتام أشغال الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing

المتعلقة بالمجالات الترابية الإفريقية. ويمكن اليوم الثاني للمنتدى من تسليط الضوء على القطاع السياحي بالعودة إلى المنتدى الإفريقي الأول للسياحة بالدار البيضاء بشراكة مع المجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء - سطات. وتتميز هذا اليوم الثاني بدوره بعقد جلسة عمومية حول الحركية على المستوى القاري كرافعة أساسية لتنمية المجالات الترابية السياحية في إفريقيا، متبوعة بجلسة عمومية ثانية حول مساهمة مقاربة تسويق المجال المستدامة والمدمجة في تنمية المجالات الترابية الإفريقية التي تتوفر على مؤهلات سياحية. من جهة ثانية، تم تخصيص ورشة عمل للمشاركة المواطن المنشودة في التسويق المجالي إزاء ثلاثة أهداف مختلفة: المواطن، السياحة والمستثمرين.

وتمثلت أقوى لحظات هذه الدورة في نجاح جوائز Africa Place Marketing Awards، حيث مكنت هذه الجوائز من التواصل ومشاركة ومكافأة الممارسات الفضلى لتسويق المجال بإفريقيا.

أسدل الستار على الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing الذي نظمه شركة التنمية المحلية «الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات»، وتمحورت أشغاله حول موضوع «المشاركة المواطنة؛ من أجل تسويق ترابي مستدام وفعال». وتتميز هذا الملتقى بحضور نخبة من ألمع الخبراء الأفارقة والدوليين، إضافة إلى باحثين ومهنيين ذائعي الصيت على المستوى العالمي. وجرى تنظيم المنتدى على مدى يومين من الأشغال والمناقشات البناءة، دعي خلالها المتدخلون لمشاركة خبراتهم وتجاربهم المتعلقة بمختلف جوانب تسويق المجال الترابي، وعلى الخصوص التجارب المتعلقة بأهمية المشاركة المواطنة.

وقال محمد الجواهري، مدير عام شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات «نحن سعداء بالنجاح الذي حققه هذا الحدث الذي وفر للمشاركين منصة للنقاش والتفكير حول مسألة التسويق المجالي المرتكز على المشاركة المواطنة. كلنا مقتنعون بأن المواطن هو محور أي تفكير حول مقاربة تسويق المجال. وقد شكل هذا المنتدى فضاء متميزا للتبادل والتعاون ومكافحة

وبحسب حبيها و مجازات ترابي، إريحيه، وصارت بها مدينة داكار التي دافعت عن مشروعها مرصد المواطن. كما شكلت مسابقة Africa Place Marketing Competition لحظة أعطيت فيها الكلمة للشباب المغربي لتقديم أفكارهم المبتكرة الخلاقة والناجعة، اقتراح مبادرات من أجل تكييف أفضل للعرض المجالي مع الشرائح المستهدفة.

تنافست خلال هذه المسابقة العديد من «معاهد التجارة» وفاز بها طلبة المعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة، الذين دافعوا عن مشروعهم أمام طلبة ESCA والجامعة الدولية للدار البيضاء والمدرسة الوطنية للتجارة والتدبير الدار البيضاء. وللتذكير، فإن منتدى Africa Place Marketing يعد مكونا مهما لمقاربة الجاذبية لـ Wecasablanca.

ويتعلق الأمر بمشروع جماعي ومشارك، يعكس بطريقة وفيه طموح الدار البيضاء التي تصبو إلى أن تكون فضاء للتبادل والبناء المشترك والتنمية في مجال التسويق المجالي.

سواء أحيانا حصصا مسيريا شبان التجارب، وحدث لممارسة اليقظة والذكاء الترابي».

وجاء في بلاغ للمنظمين «عرفت هذه الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing مشاركة حوالي 300 مشارك وأزيد من 45 محاضرا وأكثر من 30 وسيلة إعلام». ونظمت في إطار هذا المنتدى عدة جلسات عمومية (أربع في المجموع) من بينها الجلسة الافتتاحية التي تميزت بحضور العديد من الشخصيات. ومكن اليوم الأول من المنتدى من التطرق للعديد من المواضيع الأساسية، منها على الخصوص المشاركة المواطنة من أجل ضيافة وجاذبية مستدامة وفعالة للمجال الترابي، ومسألة الاستراتيجيات المحلية المدمجة التي تتميز بالاستدامة. كما تم أيضا خلال اليوم الأول تنظيم ورشة عمل حول مسألة الرفاهية المجالية وضيافة وجاذبية المجالات الترابية. وختاماً، نظمت حلقة نقاش وتأمل عملية بهدف استخراج وبناء، بمشاركة الخبراء وأبرز المشاركين الوطنيين والأفارقة والدوليين، العوامل والوسائل

اختتام أشغال منتدى Africa Place Marketing بالدار البيضاء

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	Arabic	AVE	\$ 838
IMPRESSIONS	40,000	CIRCULATION	20000	DISTRIBUTION	Morocco
SECTION	Business	PAGE	4	SIZE	133.333 cc

TAGS

[CasaEvents](#)[WeCasablanca](#)[Véریفé](#)

أسدل الستار على الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing الذي نظّمته شركة التنمية المحلية "الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات"، وتمحورت أشغاله حول موضوع: "المشاركة المواطنة؛ المشاركة المواطنة؛ من أجل تسويق ترابي مستدام وفعال". وتميز هذا الملتقى الكبير بحضور نخبة من ألمع الخبراء الأفارقة والدوليين، إضافة إلى باحثين ومهنيين ذوي الصيت على المستوى العالمي.

وجرى تنظيم المنتدى على مدى يومين من الأشغال والمناقشات البناءة؛ دعي خلالها المتدخلون لمشاركة خبراتهم وتجاربهم المتعلقة بمختلف جوانب تسويق المجال الترابي، وعلى الخصوص التجارب المتعلقة بأهمية المشاركة المواطنة.

وقال محمد الجواهري، مدير عام شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات: "نحن سعداء بالنجاح الذي حققه هذا الحدث الذي وفر للمشاركين منصة للنقاش والتفكير حول مسألة التسويق المجالي المرتكز على المشاركة المواطنة. كلنا مقتنعون، بأن المواطن هو محور أي تفكير حول مقاربة تسويق المجال. وقد شكّل هذا المنتدى فضاء متميزا لتبادل التجارب، وكذلك لممارسة اليقظة والذكاء الترابي".

وعرفت هذه الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing مشاركة حوالي 300 مشارك وأزيد من 45 محاضر وأكثر من 30 وسيلة إعلام.

ونظمت في إطار هذا الملتقى عدة جلسات عمومية (أربعة في المجموع) من بينها الجلسة الافتتاحية التي تميزت بحضور العديد من الشخصيات البارزة.

ويمكن اليوم الأول من المنتدى من التطرق للعديد من المواضيع الأساسية منها على الخصوص المشاركة المواطنة من أجل ضيافة وجاذبية مستدامة وفعالة للمجال الترابي، ومسألة الاستراتيجيات المحلية المدمجة التي تتميز بالاستدامة. كما تم أيضا خلال اليوم الأول تنظيم ورشة عمل حول مسألة الرفاهية المجالية وضيافة وجاذبية المجالات الترابية. وختاما، نظمت حلقة نقاش وتأمّل عملية بهدف استخراج وبناء، بمشاركة الخبراء وأبرز المشاركين الوطنيين والأفارقة والدوليين، العوامل والوسائل المتعلقة بالمجالات الترابية الإفريقية.

ويمكن اليوم الثاني للمنتدى من تسليط الضوء على القطاع السياحي بالعودة إلى المنتدى الإفريقي الأول للسياحة بالدار البيضاء بشراكة مع

المجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء — سطات.

وتتميز هذا اليوم الثاني بدوره بعقد جلسة عمومية حول الحركة على المستوى القاري كرافعة أساسية لتنمية المجالات الترابية السياحية في إفريقيا، متبوعة بجلسة عمومية ثانية حول مساهمة مقاربة تسويق المجال المستدامة والمدمجة في تنمية المجالات الترابية الإفريقية التي تتوفر على مؤهلات سياحية. من جهة ثانية، تم تخصيص ورشة عمل للمشاركة المواطنة المنشودة في التسويق المجالي إزاء ثلاثة أهداف مختلفة: المواطنين، السياحة والمستثمرين.

وبصمت الدورة على نجاح جوائز Africa Place Marketing Awards؛ والتي مكنت من التواصل ومشاركة ومكافأة الممارسات الفضلى لتسويق المجال بإفريقيا. تنافست عليها 6 مجالات ترابية إفريقية، وفازت بها مدينة داكار التي دافعت عن مشروعها مرصد المواطن.

كما شكلت مسابقة Africa Place Marketing Competition، خلال الدورة لحظة أعطيت فيها الكلمة للشباب المغربي لتقديم أفكارهم المبتكرة الخلاقة والناجعة، اقتراح مبادرات من أجل تكييف أفضل للعرض المجالي مع الشرائح المستهدفة.

وتنافست خلال هذه المسابقة العديد من "معاهد التجارة" وفاز بها طلبة المعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة، الذين دافعوا عن مشروعهم أمام طلبة ESCA والجامعة الدولية للدار البيضاء والمدرسة الوطنية للتجارة والتدبير الدار البيضاء.

وللتذكير، فإن منتدى Africa Place Marketing يعد مكونا مهما لمقاربة الجاذبية لـ Wecasablanca. ويتعلق الأمر بمشروع جماعي ومشارك، والذي يعكس بطريقة وفيه طموح الدار البيضاء التي تصبو إلى أن تكون فضاء للتبادل والبناء المشترك والتنمية في مجال التسويق المجالي.

كما تجدر الإشارة إلى أن مختلف جلسات هذا المنتدى مسجلة في أشرطة فيديو، ومتوفرة على قناة يوتيوب الخاصة بـ Wecasablanca.

اختتام أشغال منتدى Africa Place Marketing بالدار البيضاء



أسدل الستار على الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing الذي نظّمته شركة التنمية المحلية "الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات"، وتمحورت أشغاله حول موضوع: "المشاركة المواطنة؛ المشاركة المواطنة؛ من أجل تسويق ترابي مستدام وفعال". وتميز هذا الملتقى الكبير بحضور نخبة من ألمع الخبراء الأفارقة والدوليين، إضافة إلى باحثين ومهنيين ذاتي الصيت على المستوى العالمي. وجرى تنظيم المنتدى على مدى يومين من الأشغال والمناقشات البناءة؛ دعي خلالها المتدخلون لمشاركة خبراتهم وتجاربهم المتعلقة بمختلف جوانب تسويق المجال الترابي، وعلى الخصوص التجارب المتعلقة بأهمية المشاركة المواطنة.

وقال محمد الجواهري، مدير عام شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات: "نحن سعداء بالنجاح الذي حققه هذا الحدث الذي وفر للمشاركين منصة للنقاش والتفكير حول مسألة التسويق المجالي المرتكز على المشاركة المواطنة. كلنا مقتنعون، بأن المواطن هو محور أي تفكير حول مقاربة تسويق المجال. وقد شكل هذا المنتدى فضاء متميزا لتبادل التجارب، وكذلك لممارسة اليقظة والذكاء الترابي".

وعرفت هذه الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing مشاركة حوالي 300 مشارك وأزيد من 45 محاضر وأكثر من 30 وسيلة إعلام.

ونظمت في إطار هذا الملتقى عدة جلسات عمومية (أربعة في المجموع) من بينها الجلسة الافتتاحية التي تميزت بحضور العديد من الشخصيات البارزة. ويمكن اليوم الأول من المنتدى من التطرق للعديد من المواضيع

للعرض المجالي مع الشرائح المستهدفة.

وتنافست خلال هذه المسابقة العديد من "معاهد التجارة" وفاز بها طلبة المعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة، الذين دافعوا عن مشروعهم أمام طلبة ESCA والجامعة الدولية للدار البيضاء والمدرسة الوطنية للتجارة والتدبير بالدار البيضاء.

وللتذكير، فإن منتدى Africa Place Marketing يعد مكونا مهما لمقاربة الجاذبية لـ Wecasablanca. ويتعلق الأمر بمشروع جماعي ومشارك، والذي يعكس بطريقة وفيية طموح الدار البيضاء التي تصبو إلى أن تكون فضاء للتبادل والبناء المشترك والتنمية في مجال التسويق المجالي.

كما تجدر الإشارة إلى أن مختلف جلسات هذا المنتدى مسجلة في أشرطة فيديو، ومتوفرة على قناة يوتيوب الخاصة بـ Wecasablanca.

في إفريقيا، متبوعة بجلسة عمومية ثانية حول مساهمة مقاربة تسويق المجال المستدامة والمدمجة في تنمية المجالات الترابية الإفريقية التي تتوفر على مؤهلات سياحية. من جهة ثانية، تم تخصيص ورشة عمل للمشاركة المواطنة المنشودة في التسويق المجالي إزاء ثلاثة أهداف مختلفة: المواطنين، السياحة والمستثمرين.

وبصمت الدورة على نجاح جوائز Africa Place Marketing Awards؛ والتي مكنت من التواصل ومشاركة ومكافأة الممارسات الفضلى لتسويق المجال بإفريقيا. تنافست عليها 6 مجالات ترابية إفريقية، وفازت بها مدينة داكار التي دافعت عن مشروعها مرصد المواطن.

كما شكلت مسابقة Africa Place Marketing Competition، خلال الدورة لحظة أعطيت فيها الكلمة للشباب المغربي لتقديم أفكارهم المبتكرة الخلاقة والناجعة، اقتراح مبادرات من أجل تكييف أفضل

الأساسية منها على الخصوص المشاركة المواطنة من أجل ضيافة وجاذبية مستدامة وفعالة للمجال الترابي، ومسألة الاستراتيجيات المحلية المدمجة التي تتميز بالاستدامة. كما تم أيضا خلال اليوم الأول تنظيم ورشة عمل حول مسألة الرفاهية المجالية وضيافة وجاذبية المجالات الترابية. وختاما، نظمت حلقة نقاش وتأمل عملية بهدف استخراج وبناء، بمشاركة الخبراء وأبرز المشاركين الوطنيين والأفارقة والدوليين، العوامل والوسائل المتعلقة بالمجالات الترابية الإفريقية.

ويمكن اليوم الثاني للمنتدى من تسلط الضوء على القطاع السياحي بالعودة إلى المنتدى الإفريقي الأول للسياحة بالدار البيضاء بشراكة مع المجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء - سطات.

وتميز هذا اليوم الثاني بدوره بعقد جلسة عمومية حول الحركة على المستوى القاري كرافعة أساسية لتنمية المجالات الترابية السياحية

AUJOURDHUI.MA 

Tue, 06 Dec 2022

Africa Place Marketing La 3ème édition tient ses engagements

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 1,893
IMPRESSIONS	5,116	MUV	204,640		
TAGS	CasaEvents Vérfié				

Pas moins de 300 participants ont pris part à la troisième édition de l’Africa Place Marketing.

Cet événement organisé par Casablanca Events et Animation a été articulé autour de la participation citoyenne pour un marketing territorial durable et inclusif. Parmi les moments forts de cette manifestation on note l’organisation de l’Africa Place Marketing Awards. Cette compétition a permis de communiquer, partager, primer et récompenser les meilleures pratiques du marketing territorial en Afrique. Elle a challengé 6 territoires africains et a été remportée par la ville de Dakar qui a défendu son projet de son Observatoire citoyen.

Pour sa part l’Africa Place Marketing Competition a challengé plusieurs «Business Schools». Elle a été remportée par les étudiants de l’Institut supérieur international de tourisme de Tanger ayant défendu leur projet face aux étudiants de l’ESCA, de l’UIC et de l’ENCG Casablanca. ✨

اختتام أشغال منتدى Africa Place Marketing بالدار البيضاء

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	Arabic	AVE	\$ 92
IMPRESSIONS	248	MUV	9,920		

TAGS

[CasaEvents](#)[WeCasablanca](#)[Vérifié](#)

أسدل الستار على الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing الذي نظمته شركة التنمية المحلية "الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات"، وتمحورت أشغاله حول موضوع: "المشاركة المواطنية؛ المشاركة المواطنية؛ من أجل تسويق ترابي مستدام وفعال". وتميز هذا الملتقى الكبير بحضور نخبة من ألمع الخبراء والأفارقة والدوليين، إضافة إلى باحثين ومهنيين ذاتي الصيت على المستوى العالمي. وجرى تنظيم المنتدى على مدى يومين من الأشغال والمناقشات البناءة؛ دعي خلالها المتدخلون لمشاركة خبراتهم وتجاربهم المتعلقة بمختلف جوانب تسويق المجال الترابي، وعلى الخصوص التجارب المتعلقة بأهمية المشاركة المواطنية.

وقال محمد الجواهري، مدير عام شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات: "نحن سعداء بالنجاح الذي حققه هذا الحدث الذي وفر للمشاركين منصة للنقاش والتفكير حول مسألة التسويق المجالي المرتكز على المشاركة المواطنية. كلنا مقتنعون، بأن المواطن هو محور أي تفكير حول مقاربة تسويق المجال. وقد شكل هذا المنتدى فضاء متميزا لتبادل التجارب، وكذلك لممارسة اليقظة والذكاء الترابي".

وعرفت هذه الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing مشاركة حوالي 300 مشارك وأزيد من 45 محاضر وأكثر من 30 وسيلة إعلام.

ونظمت في إطار هذا الملتقى عدة جلسات عمومية (أربعة في المجموع) من بينها الجلسة الافتتاحية التي تميزت بحضور العديد من الشخصيات البارزة. ومكن اليوم الأول من المنتدى من التطرق للعديد من المواضيع الأساسية منها على الخصوص المشاركة المواطنية من أجل ضيافة وجاذبية مستدامة وفعالة للمجال الترابي، ومسألة الاستراتيجيات المحلية المدمجة التي تتميز بالاستدامة. كما تم أيضا خلال اليوم الأول تنظيم ورشة عمل حول مسألة الرفاهية المجالية وضيافة وجاذبية المجالات الترابية. وختاما، نظمت حلقة نقاش وتأمل عملية بهدف استخراج وبناء، بمشاركة الخبراء وأبرز المشاركين الوطنيين والأفارقة والدوليين، العوامل والوسائل المتعلقة بالمجالات الترابية الإفريقية.

ومكن اليوم الثاني للمنتدى من تسليط الضوء على القطاع السياحي بالعودة إلى المنتدى الإفريقي الأول للسياحة بالدار البيضاء بشراكة مع المجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء - سطات.

وتميز هذا اليوم الثاني بدوره بعقد جلسة عمومية حول الحركة على المستوى القاري كرافعة أساسية لتنمية المجالات الترابية السياحية في

إفريقيا، متبوعة بجلسة عمومية ثانية حول مساهمة مقاربة تسويق المجال المستدامة والمدمجة في تنمية المجالات الترابية الإفريقية التي تتوفر على مؤهلات سياحية. من جهة ثانية، تم تخصيص ورشة عمل للمشاركة المواطنة المنشودة في التسويق المجالي إزاء ثلاثة أهداف مختلفة: المواطنين، السياحة والمستثمرين.

وبصمت الدورة على نجاح جوائز Africa Place Marketing Awards؛ والتي مكنت من التواصل ومشاركة ومكافأة الممارسات الفضلى لتسويق المجال بإفريقيا. تنافست عليها 6 مجالات ترابية إفريقية، وفازت بها مدينة داكار التي دافعت عن مشروعها مرصد المواطن.

كما شكلت مسابقة Africa Place Marketing Competition، خلال الدورة لحظة أعطيت فيها الكلمة للشباب المغربي لتقديم أفكارهم المبتكرة الخلاقة والناجعة، اقتراح مبادرات من أجل تكييف أفضل للعرض المجالي مع الشرائح المستهدفة.

وتنافست خلال هذه المسابقة العديد من "معاهد التجارة" وفاز بها طلبة المعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة، الذين دافعوا عن مشروعهم أمام طلبة ESCA والجامعة الدولية للدار البيضاء والمدرسة الوطنية للتجارة والتدبير الدار البيضاء.

وللتذكير، فإن منتدى Africa Place Marketing يعد مكونا مهما لمقاربة الجاذبية لـ Wecasablanca. ويتعلق الأمر بمشروع جماعي ومشارك، والذي يعكس بطريقة وفيه طموح الدار البيضاء التي تصبو إلى أن تكون فضاء للتبادل والبناء المشترك والتنمية في مجال التسويق المجالي.

كما تجدر الإشارة إلى أن مختلف جلسات هذا المنتدى مسجلة في أشرطة فيديو، ومتوفرة على قناة يوتيوب الخاصة بـ Wecasablanca.

Beau succès pour la 3ème édition de l'«Africa Place Marketing»

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 481
IMPRESSIONS	1,300	MUV	52,000		
TAGS	CasaEvents Mohamed Jouahri Vérfié				

Près de 300 participants, 45 conférenciers et 30 supports médiatiques... Des indicateurs qui témoignent de la réussite de la 3ème édition de l'«Africa Place Marketing», qui vient de baisser le rideau à Casablanca sous le thème «La participation citoyenne : pour un marketing territorial durable et inclusif».

Organisé par Casablanca Events et Animation, le symposium a été décliné en deux journées de travaux et de discussions constructives, rehaussé par la présence d'experts africains et internationaux, mais aussi de chercheurs et de professionnels de renommée internationale, qui ont partagé leurs expertises et leurs expériences concernant les différents aspects du marketing territorial et notamment sur l'importance de la participation citoyenne à ce niveau.

À l'occasion de la clôture de l'«Africa Place Marketing», le Directeur Général de Casablanca Events et Animation, Mohamed Jouahri, a exprimé sa satisfaction : «Nous nous réjouissons du succès de cet événement qui a offert une plateforme de débat et de réflexion autour de la question du marketing territorial basé sur l'implication du citoyen. Nous sommes tous convaincus, et c'est un fait avéré, que le citoyen est le cœur de toute réflexion de la démarche marketing territoriale. Ce symposium a constitué un espace privilégié pour le partage d'expériences, mais aussi pour la veille et l'intelligence territoriale».

Cette édition a connu deux événements phares : l'«Africa Place Marketing Awards», une compétition qui a permis de communiquer, primer et récompenser les meilleures pratiques du marketing territorial en Afrique. Elle a challengé 6 territoires africains et a été remportée par la Ville de Dakar qui a défendu son projet d'Observatoire Citoyen. L'«Africa Place Marketing Compétition», pour sa part, challengé plusieurs Business School et a été remportée par les étudiants de l'Institut Supérieur International de Tourisme de Tanger, qui défendaient



leur projet face aux étudiants de l'ESCA, de l'Université Internationale de Casablanca et de l'ENCG Casablanca.

L. F. ✱

اختتام أشغال الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing بالدار البيضاء

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Blog
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	Arabic	AVE	\$ 1,403
IMPRESSIONS	3,791	MUV	151,640		
TAGS	CasaEvents WeCasablanca Vérifié				

شكرا على الإبلاغ! سيتم حجب هذه الصورة تلقائيا عندما يتم الإبلاغ عنها من طرف عدة أشخاص.

اختتام أشغال الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing بالدار البيضاء الأيام 24 نشر في الأيام 24 يوم 05 - 12 - 2022

أسدل الستار على الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing الذي نظّمته شركة التنمية المحلية " الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات"، وتمحورت أشغاله حول موضوع: « المشاركة المواطنة؛ المشاركة المواطنة؛ من أجل تسويق ترابي مستدام وفعال ».

وتتميز هذا الملتقى الكبير بحضور نخبة من ألمع الخبراء الأفارقة والدوليين، إضافة إلى باحثين ومهنيين ذائعي الصيت على المستوى العالمي. وجرى تنظيم المنتدى على مدى يومين من الأشغال والمناقشات البناءة؛ دعي خلالها المتدخلون لمشاركة خبراتهم وتجاربهم المتعلقة بمختلف جوانب تسويق المجال الترابي، وعلى الخصوص التجارب المتعلقة بأهمية المشاركة المواطنة.

وقال محمد الجواهري، مدير عام شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات: « نحن سعداء بالنجاح الذي حققه هذا الحدث الذي وفر للمشاركين منصة للنقاش والتفكير حول مسألة التسويق المجالي المرتكز على المشاركة المواطنة. كلنا مقتنعون، بأن المواطن هو محور أي تفكير حول مقاربة تسويق المجال. وقد شكل هذا المنتدى فضاء متميزا لتبادل التجارب، وكذلك لممارسة اليقظة والذكاء الترابي ».

وعرفت هذه الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing مشاركة حوالي 300 مشارك وأزيد من 45 محاضر وأكثر من 30 وسيلة إعلام.

ونظمت في إطار هذا الملتقى عدة جلسات عمومية (أربعة في المجموع) من بينها الجلسة الافتتاحية التي تميزت بحضور العديد من الشخصيات البارزة.

ومكن اليوم الأول من المنتدى من التطرق للعديد من المواضيع الأساسية منها على الخصوص المشاركة المواطنة من أجل ضيافة وجاذبية مستدامة وفعالة للمجال الترابي، ومسألة الاستراتيجيات المحلية المدمجة التي تتميز بالاستدامة. كما تم أيضا خلال اليوم الأول تنظيم ورشة عمل حول مسألة الرفاهية المجالية وضيافة وجاذبية المجالات الترابية.

وختاماً، نظمت حلقة نقاش وتأمل عملية بهدف استخراج وبناء، بمشاركة الخبراء وأبرز المشاركين الوطنيين والأفارقة والدوليين، العوامل والوسائل المتعلقة بالمجالات الترابية الإفريقية.

ويمكن اليوم الثاني للمنتدى من تسليط الضوء على القطاع السياحي بالعودة إلى المنتدى الإفريقي الأول للسياحة بالدار البيضاء بشراكة مع المجلس الجهوي للسياحة بالدار البيضاء - سطات .

وتتميز هذا اليوم الثاني بدوره بعقد جلسة عمومية حول الحركة على المستوى القاري كرافعة أساسية لتنمية المجالات الترابية السياحية في إفريقيا، متبوعة بجلسة عمومية ثانية حول مساهمة مقاربة تسويق المجال المستدامة والمدمجة في تنمية المجالات الترابية الإفريقية التي تتوفر على مؤهلات سياحية.

من جهة ثانية، تم تخصيص ورشة عمل للمشاركة المواطنة المنشودة في التسويق المجالي إزاء ثلاثة أهداف مختلفة : المواطنين، السياح والمستثمرين.

أقوى لحظات هذه الدورة :

1 - نجاح جوائز Africa Place Marketing Awards؛ مكنت هذه الجوائز من التواصل ومشاركة ومكافأة الممارسات الفضلى لتسويق المجال بإفريقيا. تنافست عليها 6 مجالات ترابية إفريقية، وفازت بها مدينة داكار التي دافعت عن مشروعها مرصد المواطن.

2 - شكلت مسابقة Africa Place Marketing Competition لحظة أعطيت فيها الكلمة للشباب المغربي لتقديم أفكارهم المبتكرة الخلاقة والناجعة، اقترح مبادرات من أجل تكييف أفضل للعرض المجالي مع الشرائح المستهدفة.

تنافست خلال هذه المسابقة العديد من « معاهد التجارة » وفاز بها طلبة المعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة، الذين دافعوا عن مشروعهم أمام طلبة ESCA والجامعة الدولية للدار البيضاء والمدرسة الوطنية للتجارة والتدبير بالدار البيضاء .

وللتذكير، فإن منتدى Africa Place Marketing يعد مكوناً مهماً لمقاربة الجاذبية لـ Wecasablanca. ويتعلق الأمر بمشروع جماعي ومشارك، والذي يعكس بطريقة وافية طموح الدار البيضاء التي تصبو إلى أن تكون فضاء للتبادل والبناء المشترك والتنمية في مجال التسويق المجالي.

كما تجدر الإشارة إلى أن مختلف جلسات هذا المنتدى مسجلة في أشرطة فيديو، ومتوفرة على قناة يوتيوب الخاصة بـ Wecasablanca.

انقر هنا لقراءة الخبر من مصدره.

مواضيع ذات صلة انعقاد الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing بالدار البيضاء شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات تطلق بالبيضاء الدورة الثانية من Africa Place Marketing الدار البيضاء تطلق تظاهرة مخصصة للتسويق الترابي شركة "الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات" تنظم "AfricaPlace Marketing" انطلاق فعاليات النسخة الثانية لمنتدى "Africa Place Marketing" *
* Marketing

AUJOURD'HUI LE MAROC

Tue, 06 Dec 2022

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 255
IMPRESSIONS	16,558	CIRCULATION	8279	DISTRIBUTION	Morocco
SECTION	General	PAGE	10	SIZE	100 cc
TAGS	CasaEvents Vérfifié				

Africa Place Marketing

La 3ème édition tient ses engagements

Pas moins de 300 participants ont pris part à la troisième édition de l'Africa Place Marketing. Cet événement organisé par Casablanca Events et Animation a été articulé autour de la participation citoyenne pour un marketing territorial durable et inclusif. Parmi les moments forts de cette manifestation on note l'organisation de l'Africa Place Marketing Awards. Cette compétition a permis de communiquer, partager, primer et récompenser les meilleures pratiques du marketing territorial en Afrique. Elle a challengé 6 territoires africains et a été remportée par la ville de Dakar qui a défendu son projet de son Observatoire citoyen. Pour sa part l'Africa Place Marketing Competition a challengé plusieurs «Business Schools». Elle a

tion a challenge plusieurs «business schools». Elle a été remportée par les étudiants de l'Institut supérieur international de tourisme de Tanger ayant défendu leur projet face aux étudiants de l'ESCA, de l'UIC et de l'ENCG Casablanca.



اختتام أشغال الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing بالدار البيضاء

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	Arabic	AVE	\$ 1,961
IMPRESSIONS	5,299	MUV	211,960		
TAGS	CasaEvents WeCasablanca Vérifié				

أسدل الستار على الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing الذي نظّمته شركة التنمية المحلية "الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات"، وتمحورت أشغاله حول موضوع: « المشاركة المواطنة؛ المشاركة المواطنة؛ من أجل تسويق ترابي مستدام وفعال ».

وتميز هذا الملتقى الكبير بحضور نخبة من ألمع الخبراء الأفارقة والدوليين، إضافة إلى باحثين ومهنيين ذائعي الصيت على المستوى العالمي، وجرى تنظيم المنتدى على مدى يومين من الأشغال والمناقشات البناءة؛ دعي خلالها المتدخلون لمشاركة خبراتهم وتجاربهم المتعلقة بمختلف جوانب تسويق المجال الترابي، وعلى الخصوص التجارب المتعلقة بأهمية المشاركة المواطنة.

وقال محمد الجواهري، مدير عام شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات: « نحن سعداء بالنجاح الذي حققه هذا الحدث الذي وفر للمشاركين منصة للنقاش والتفكير حول مسألة التسويق المجالي المرتكز على المشاركة المواطنة. كلنا مقتنعون، بأن المواطن هو محور أي تفكير حول مقاربة تسويق المجال. وقد شكل هذا المنتدى فضاء متميزا لتبادل التجارب، وكذلك لممارسة اليقظة والذكاء الترابي ».

وعرفت هذه الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing مشاركة حوالي 300 مشارك وأزيد من 45 محاضر وأكثر من 30 وسيلة إعلام.

ونظمت في إطار هذا الملتقى عدة جلسات عمومية (أربعة في المجموع) من بينها الجلسة الافتتاحية التي تميزت بحضور العديد من الشخصيات البارزة.

ومكن اليوم الأول من المنتدى من التطرق للعديد من المواضيع الأساسية منها على الخصوص المشاركة المواطنة من أجل ضيافة وجاذبية مستدامة وفعالة للمجال الترابي، ومسألة الاستراتيجيات المحلية المدمجة التي تتميز بالاستدامة. كما تم أيضا خلال اليوم الأول تنظيم ورشة عمل حول مسألة الرفاهية المجالية وضيافة وجاذبية المجالات الترابية.

وختاماً، نظمت حلقة نقاش وتأمّل عملية بهدف استخراج وبناء، بمشاركة الخبراء وأبرز المشاركين الوطنيين والأفارقة والدوليين، العوامل والوسائل المتعلقة بالمجالات الترابية الإفريقية.

ومكن اليوم الثاني للمنتدى من تسليط الضوء على القطاع السياحي بالعودة إلى المنتدى الإفريقي الأول للسياحة بالدار البيضاء بشراكة مع

المجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء - سطات.

وتتميز هذا اليوم الثاني بدوره بعقد جلسة عمومية حول الحركة على المستوى القاري كرافعة أساسية لتنمية المجالات الترابية السياحية في إفريقيا، متبوعة بجلسة عمومية ثانية حول مساهمة مقاربة تسويق المجال المستدامة والمدمجة في تنمية المجالات الترابية الإفريقية التي تتوفر على مؤهلات سياحية.

من جهة ثانية، تم تخصيص ورشة عمل للمشاركة المواطنة المنشودة في التسويق المجالي إزاء ثلاثة أهداف مختلفة : المواطنين، السياحة والمستثمرين.

أقوى لحظات هذه الدورة :

1 - نجاح جوائز Africa Place Marketing Awards؛ مكنت هذه الجوائز من التواصل ومشاركة ومكافأة الممارسات الفضلى لتسويق المجال بإفريقيا. تنافست عليها 6 مجالات ترابية إفريقية، وفازت بها مدينة دكار التي دافعت عن مشروعها مرصد المواطن.

2 - شكلت مسابقة Africa Place Marketing Competition لحظة أعطيت فيها الكلمة للشباب المغربي لتقديم أفكارهم المبتكرة الخلاقة والناجعة، اقترح مبادرات من أجل تكييف أفضل للعرض المجالي مع الشرائح المستهدفة.

تنافست خلال هذه المسابقة العديد من « معاهد التجارة » وفاز بها طلبة المعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة، الذين دافعوا عن مشروعهم أمام طلبة ESCA والجامعة الدولية للدار البيضاء والمدرسة الوطنية للتجارة والتدبير الدار البيضاء.

وللتذكير، فإن منتدى Africa Place Marketing يعد مكونا مهما لمقاربة الجاذبية لـ Wecasablanca. ويتعلق الأمر بمشروع جماعي ومشارك، والذي يعكس بطريقة وفيه طموح الدار البيضاء التي تصبو إلى أن تكون فضاء للتبادل والبناء المشترك والتنمية في مجال التسويق المجالي.

كما تجدر الإشارة إلى أن مختلف جلسات هذا المنتدى مسجلة في أشرطة فيديو، ومتوفرة على قناة يوتيوب الخاصة بـ Wecasablanca.*

MAROC DIPLOMATIQUE

Mon, 05 Dec 2022

Les travaux de la 3ème édition de l'Africa Place Marketing ont pris fin aujourd'hui à Casablanca

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 825
IMPRESSIONS	2,230	MUV	89,200		
TAGS	WeCasablanca CasaEvents Mohamed Jouahri Vérfié				

Le rideau vient de tomber sur la troisième édition de l'Africa Place Marketing organisée par Casablanca Events et Animation et qui fut articulée autour de la thématique suivante : « La participation citoyenne; pour un marketing territorial durable et inclusif ».

Cette rencontre d'envergure fut marquée par la présence d'un brillant parquet d'experts africains et internationaux, mais aussi de chercheurs et de professionnels de renommée internationale. Le symposium a été décliné en deux journées de travaux et de discussions constructives ; les intervenants ont tour à tour été conviés à partager leurs expertises et leurs expériences concernant les différents aspects du marketing territorial et notamment sur l'importance de la participation citoyenne à ce niveau.

« Nous nous réjouissons du succès de cet événement qui a offert une plateforme de débat et de réflexion autour de la question du marketing territorial basé sur l'implication du citoyen. Nous sommes tous convaincus et c'est un fait avéré que le citoyen est le cœur de toute réflexion de la démarche marketing territoriale. Ce symposium a constitué un espace privilégié pour le partage d'expériences, mais aussi pour la veille et l'intelligence territoriale ». a déclaré M. Mohamed Jouahri, Directeur Général de Casablanca Events et Animation.

Cette troisième édition a connu la participation de près de 300 participants , plus de 45 conférenciers et plus de 30 supports médiatiques .

A noter que plusieurs conférences (quatre au total) ont été tenues dans le cadre de cette rencontre dont la cérémonie d'ouverture a été marquée par la présence d'éminentes

personnalités. Ainsi, la 1^{ère} journée du forum a permis d'aborder une quantité de sujets clés parmi lesquels la participation citoyenne pour une hospitalité et attractivité durable et inclusive, ou encore la question des stratégies endogènes et inclusives qui favorise l'implication de l'habitant pour une hospitalité et une attractivité du territoire qui soit durable. Un atelier a été également organisé lors de cette première journée autour de la question de la mesure du bien-être territorial dans l'hospitalité et l'attractivité des territoires. Enfin, un think thank pratico-pratique, avec pour objectif de faire ressortir et de co-construire entre experts et participants nationaux, africains et internationaux les facteurs et les moyens Adhoc aux spécificités de nos territoires africains.

La seconde journée a permis d'opérer un zoom sur le secteur du tourisme en revenant sur le 1^{er} Forum Africain du Tourisme de Casablanca en collaboration avec le Conseil Régional du Tourisme Casablanca-Settat. Cette 2^{ème} journée a également été marquée par la tenue d'une conférence sur la Mobilité Continentale en tant que levier majeur pour le développement des territoires touristiques africains, suivie par une seconde conférence sur la contribution de la démarche de marketing territorial durable et inclusif au développement des territoires africains à potentiel touristique. Un atelier a en outre été dédié à la participation citoyenne graal du marketing territorial vis-à-vis de trois cibles différentes : citoyens, touristes et investisseurs.

Les moments les plus forts de cette édition :

- 1- L'Africa Place Marketing Awards, était une réussite ; cette compétition a permis de communiquer, partager, primer et récompenser les meilleures pratiques du marketing territorial en Afrique. Elle a challengé 6 territoires africains et a été remportée par la Ville de Dakar qui a défendu son projet de son Observatoire citoyen.
- 2- L'Africa Place Marketing Competition, moment où la parole a été donnée à la jeunesse marocaine pour présenter leurs idées innovantes, créatives et pertinentes proposer des actions à mettre en place pour mieux adapter l'offre territoriale aux cibles.

Cette compétition a challengé plusieurs « Business School » et a été remportée par les étudiants de l'Institut Supérieur International de Tourisme de Tanger qui défendaient leur projet face aux étudiants, non moins démeritants, de l'ESCA, de l'UIC ou encore de l'ENCG Casablanca

Pour rappel, Africa Place Marketing est une composante importante de la démarche d'attractivité de Wecasablanca. Il s'agit d'un projet collectif et partagé qui traduit de manière fidèle l'ambition de Casablanca qui aspire à devenir un lieu incontournable d'échange, de co-construction et de développement dans le domaine du marketing territorial.



A noter que les vidéos des différents panels abordés durant ce symposium sont disponibles sur la chaîne YouTube de Wecasablanca.

Partager :

[Tweet](#)

[E-mail](#)

[Telegram](#)

[WhatsApp](#) ✨

اختتام فعاليات النسخة الثالثة من Africa Place Marketing

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	Arabic	AVE	\$ 46
IMPRESSIONS	125	MUV	5,000		
TAGS	<div style="display: flex; gap: 10px;"> <div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 15px; padding: 2px 10px; display: inline-block;">CasaEvents</div> <div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 15px; padding: 2px 10px; display: inline-block;">Vérifié</div> </div>				

أختتمت فعاليات الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing الذي نظّمته شركة التنمية المحلية "الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات"، وتمحورت أشغاله حول موضوع: « المشاركة المواطنة؛ المشاركة المواطنة؛ من أجل تسويق ترابي مستدام وفعال ».

وقال بلاغ للشركة إن هذا الملتقى تميز بحضور نخبة من ألمع الخبراء الأفارقة والدوليين، إضافة إلى باحثين ومهنيين ذائعي الصيت على المستوى العالمي. وجرى تنظيم المنتدى على مدى يومين من الأشغال والمناقشات، دعي خلالها المتدخلون لمشاركة خبراتهم وتجاربهم المتعلقة بمختلف جوانب تسويق المجال الترابي، وعلى الخصوص التجارب المتعلقة بأهمية المشاركة المواطنة.

البلاغ نقل عن محمد الجواهري، مدير عام شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات قوله: "نحن سعداء بالنجاح الذي حققه هذا الحدث الذي وفر للمشاركين منصة للنقاش والتفكير حول مسألة التسويق المجالي المرتكز على المشاركة المواطنة. كلنا مقتنعون، بأن المواطن هو محور أي تفكير حول مقاربة تسويق المجال. وقد شكل هذا المنتدى فضاء متميزا للتبادل التجاري، وكذلك لممارسة اليقظة والذكاء الترابي".

وعرفت هذه الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing مشاركة حوالي 300 مشارك وأزيد من 45 محاضر وأكثر من 30 وسيلة إعلام.

ونظمت في إطار هذا الملتقى عدة جلسات عمومية (أربعة في المجموع) من بينها الجلسة الافتتاحية التي تميزت بحضور العديد من الشخصيات البارزة. ومكن اليوم الأول من المنتدى من التطرق للعديد من المواضيع الأساسية منها على الخصوص المشاركة المواطنة من أجل ضيافة وجاذبية مستدامة وفعالة للمجال الترابي، ومسألة الاستراتيجيات المحلية المدمجة التي تتميز بالاستدامة. كما تم أيضا خلال اليوم الأول تنظيم ورشة عمل حول مسألة الرفاهية المجالية وضيافة وجاذبية المجالات الترابية. وختاما، نظمت حلقة نقاش وتأمل عملية بهدف استخراج وبناء، بمشاركة الخبراء وأبرز المشاركين الوطنيين والأفارقة والدوليين، العوامل والوسائل المتعلقة بالمجالات الترابية الإفريقية.

ومكن اليوم الثاني للمنتدى من تسليط الضوء على القطاع السياحي بالعودة إلى المنتدى الإفريقي الأول للسياحة بالدار البيضاء بشراكة مع المجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء - سطات. وتتميز هذا اليوم الثاني بدوره بعقد جلسة عمومية حول الحركة على المستوى القاري كرافعة أساسية لتنمية المجالات الترابية السياحية في إفريقيا، متبوعة بجلسة عمومية ثانية حول مساهمة مقاربة تسويق المجال المستدامة والمدمجة في تنمية المجالات الترابية الإفريقية التي تتوفر على مؤهلات سياحية. من جهة ثانية، تم تخصيص ورشة عمل للمشاركة المواطنة المنشودة في التسويق المجالي إزاء ثلاثة أهداف مختلفة: المواطنين، السياحة والمستثمرين.

البلاغ أضاف أن جوائز Africa Place Marketing Awards؛ مكنت من التواصل ومشاركة ومكافأة الممارسات الفضلى لتسويق المجال بإفريقيا. تنافست عليها 6 مجالات ترابية إفريقية، وفازت بها مدينة داكار التي دافعت عن مشروعها مرصد المواطن.

كما شكلت مسابقة Africa Place Marketing Competition لحظة أعطيت فيها الكلمة للشباب المغربي لتقديم أفكارهم المبتكرة الخلاقة والناجعة، اقترح مبادرات من أجل تكييف أفضل للعرض المجالي مع الشرائح المستهدفة.

وتنافست خلال هذه المسابقة العديد من "معاهد التجارة" وفاز بها طلبة المعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة، الذين دافعوا عن مشروعهم أمام طلبة ESCA والجامعة الدولية للدار البيضاء والمدرسة الوطنية للتجارة والتدبير الدار البيضاء.

الوسوم

Africa Place Marketing محمد الجواهري ❁

LE TEMPS

Mon, 05 Dec 2022

SYMPOSIUM Et de trois pour l'«Africa Place Marketing» à Casablanca

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Weekly	MEDIA TYPE	Magazine
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 759
IMPRESSIONS	40,000	CIRCULATION	20000	DISTRIBUTION	Morocco
SECTION	N/A	PAGE	8	SIZE	0.222 pages

TAGS

CasaEvents

Véifié



SYMPOSIUM

Et de trois pour l'«Africa Place Marketing» à Casablanca

Casablanca Events et Animation a organisé avec succès la 3ème édition du symposium «Africa Place Marketing» sous le thème «La participation citoyenne; pour un marketing territorial durable et inclusif», les 29 et 30 novembre dernier à Casablanca. L'événement est un espace d'échanges et de rencontres entre des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale qui, sur deux journées, étaient invités à partager leurs expertises et leurs expériences concernant les différents aspects du marketing territorial, notamment sur la place que devrait occuper le citoyen dans la démarche d'attractivité globale.



LE MATIN (MA) 

Fri, 02 Dec 2022

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 1,107
IMPRESSIONS	40,430	CIRCULATION	20215	DISTRIBUTION	Morocco
SECTION	Business	PAGE	9	SIZE	177.778 cc
TAGS	CasaEvents Mohamed Jouahri Vérfié				

Gestion territoriale

Africa Place Marketing : «La participation du citoyen dans la vie communautaire est plus que nécessaire», selon les experts



La cérémonie inaugurale de cet événement s'est déroulée en présence du ministre de l'Enseignement supérieur, de la recherche scientifique et de l'innovation, Abdellatif Miraoui.

Des experts, des chercheurs et des professionnels en marketing et gestion territoriale prennent part à la troisième édition de l'Africa Place Marketing. L'événement, dont le coup d'envoi a été donné mardi 29 novembre, met l'accent sur la participation des citoyens dans le développement et l'attractivité des métropoles africaines.

La troisième édition de l'Africa Place Marketing, dont le coup d'envoi a été donné mardi 29 novembre par Casablanca Events & Animation, rassemble des experts, des chercheurs et des professionnels en marketing et gestion territoriale. Ils sont tous venus pour échanger et débattre autour de la thématique «Participation citoyenne, pour un marketing territorial, durable et inclusif». S'exprimant à cette occasion, le DG de Casa-

blanca Events & Animation, Mohamed Jouahri, a souligné que le temps était venu de mettre le citoyen au centre de la démarche d'attractivité des territoires, notant qu'au niveau des villes africaines, la participation du citoyen devient nécessaire dans la vie communautaire, conformément aux recommandations du nouveau modèle de développement. Et d'ajouter que Casablanca est la première ville africaine à se doter d'une démarche d'attractivité en vertu de la création en 2016 de la marque «WeCasablanca» destinée à accompagner la dynamique enclenchée par le plan de développement de la métropole, une expérience africaine pionnière qui fait de la Capitale économique une plateforme incontournable d'échanges et de réflexions autour des enjeux, pratiques et tendances du marketing territorial en Afrique.

Pour sa part, Othman Cherif Alami, président du Conseil régional du tourisme de Casablanca-Settat (CRT-CS), partenaire de l'événement, a expliqué que la compréhension de la gestion du territoire et tourisme se recherche dans un nouveau modèle scientifique et inclusif avec le citoyen et pour le citoyen et dans l'intérêt du citoyen. «Cette problématique qui existe partout en Afrique devrait constituer la pierre angulaire d'un marketing territorial où le citoyen est complètement inclus dans l'approche, la mise en œuvre et les perspectives de développement, ainsi nous parviendrons à des résultats responsables et surtout durables», a-t-il affirmé.

À noter que la cérémonie inaugurale de cet événement s'est déroulée en présence du ministre de l'Enseignement supérieur, de la recherche scientifique et de l'innovation, Abdellatif Miraoui. Rappelons, par ailleurs, que l'Africa Place Marketing, faisant partie intégrante de la démarche d'attractivité «WeCasablanca», est un projet collectif qui traduit l'ambition de Casablanca à devenir un lieu incontournable de partage, d'échange, de co-construction et de développement dans le domaine du marketing territorial. ■ L.M.



Voir la vidéo sur lematin.ma



<https://lematin.ma/qr/6156>

المغرب: أبرز اهتمامات الصحف الوطنية اليوم الخميس 1 دجنبر 2022

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Blog
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	Arabic	AVE	\$ 1,403
IMPRESSIONS	3,791	MUV	151,640		
TAGS	CasaEvents				

شكرا على الإبلاغ! سيتم حجب هذه الصورة تلقائيا عندما يتم الإبلاغ عنها من طرف عدة أشخاص.

المغرب: أبرز اهتمامات الصحف الوطنية اليوم الخميس 1 دجنبر 2022 تابعوا على أخبار جوجل نشر في أكادير 24 يوم 01 - 12 - 2022

أكادير24 | Agadir24

في ما يلي عرض لأبرز عناوين الصحف الوطنية الصادرة اليوم الخميس 1 دجنبر 2022:

رسميا.. صناديق التقاعد توشك على الإفلاس (المساء)

حذر رئيس الحكومة، عزيز أخنوش خلال جلسة الأسئلة الشهرية بمجلس المستشارين المخصصة للحوار الاجتماعي، أول أمس الثلاثاء، من أزمة حقيقية على وشك أن تلحق بصناديق التقاعد وما تشكله من خطر يهدد معاشات المتقاعدين الحاليين، والذين سيحاولون على التقاعد مستقبلا. وأعرب أخنوش، عن أمله في أن تتوصل حكومته مع شركائها الاجتماعيين إلى إيجاد حلول لإصلاح صناديق التقاعد في غضون السنة أشهر المقبلة قبل إفلاسها. وأضاف بأن حكومته تعهدت بالشروع في تنزيل إصلاح منظومة التقاعد ابتداء من السنة المقبلة، مذكرا بالاجتماعات التي عقدتها وزيرة المالية نادية فتاح العلوي مع النقابات.

الجفاف يدفع الحكومة للتسريع بتنزيل مشاريع مكافحة الإجهاد المائي (المساء)

قامت الحكومة بتعزيز الاعتمادات المالية المخصصة للبرنامج الوطني للتزويد بالماء الشروب ومياه السقي (2020-2027) من 115 إلى 150 مليار درهم. وأوضح بلاغ لرئاسة الحكومة، صدر عقب الاجتماع الثالث للجنة قيادة البرنامج الوطني للتزويد بالماء الشروب ومياه السقي 2020-2027، أن "الحكومة تعكف، في إطار هذا البرنامج الوطني، على اتخاذ مختلف الإجراءات الكفيلة بتدارك التأخر الحاصل على مستوى تنزيل عدد من المشاريع، فضلا عن إطلاق الدراسات الخاصة بمشاريع إضافية سترى النور على المدى القصير والمتوسط". وأكد رئيس الحكومة عزيز أخنوش، الذي ترأس هذا الاجتماع، حرص الحكومة على تسريع هذا البرنامج الوطني، وتحليلها بالجدية والمسؤولية لمواجهة كل أشكال التبذير والاستغلال العشوائي للماء.

أخنوش ينتقد مرحلة تدبير البيجدي للحوار الاجتماعي (الأحداث المغربية)

في إشارة ضمنية إلى مرحلة تواجد حزب العدالة والتنمية على رأس التدبير الحكومي خلال الولايتين السابقتين، حمل رئيس الحكومة، عزيز أخنوش، الحكومات السابقة مسؤولية عدم نجاعتها في تدبير ملفات الحوار الاجتماعي، الأمر الذي طرح مجموعة من التحديات أمام حكومته، التي قال إنها «تسعى منذ تنصيبها إلى تحويل الحوار الاجتماعي إلى فضاء لصناعة الحلول». أخنوش، الذي حل أول أمس الثلاثاء بمجلس المستشارين، في إطار جلسات المساءلة الشهرية، بعدما تماثل للشفاء من فيروس كورونا، قال إن حكومته سعت بكل مسؤولية لتدارك مختلف التحديات التي اتسمت بها تجارب الحوار الاجتماعي السابقة والمتمثلة أساسا في عدم قدرتها على الحفاظ على وتيرة منتظمة ومستدامة، ناهيك عن عدم وضوح منهجيتها ومختلف الإشكالات المرتبطة بضعف قدرتها على تنفيذ التعاقدات والاتفاقات.

خبير فرنسي: الجزائر اختلقت نزاع الصحراء تبعا لاعتبارات جيوسياسية (الأحداث المغربية)

أكد الخبير القانوني الفرنسي، جيروم بيسنار، أول أمس الثلاثاء ببلغراد، أن الجزائر، مدفوعة باعتبارات جيوسياسية، اختلقت النزاع الإقليمي حول الصحراء المغربية من خلال رعاية أحداث +البوليساريو+ بمنحه الدعم السياسي والدبلوماسي والمالي والعسكري. وأشار بيسنار، خلال ندوة نظمت تحت شعار "متحدون في القيم، مقارنة بين مقاربات وتجارب المغرب وصربيا في الدفاع عن الوحدة الترابية والسيادة الوطنية"، إلى أن التورط العسكري للجزائر انعكس بوضوح في معركة أمغالا عام 1976، والتي تم خلالها أسر عشرات الجنود الجزائريين، وإعادتهم إلى بلادهم بعد بضعة أشهر.

بمناسبة اليوم العالمي للتضامن مع الشعب الفلسطيني : سفير فلسطين بالمغرب يشيد برسالة جلالة الملك "القوية" (اليوم المغربي)

أشاد السفير الفلسطيني بالمغرب، جمال الشوبكي بمضامين الرسالة التي وجهها جلالة الملك محمد السادس إلى رئيس اللجنة الأممية المعنية بممارسة الشعب الفلسطيني لحقوقه غير القابلة للتصرف، بمناسبة اليوم العالمي للتضامن مع الشعب الفلسطيني. وأوضح الشوبكي، في كلمة ألقاها في حفل أقيم مساء أمس الثلاثاء بمقر سفارة فلسطين بالرباط، بشراكة مع الجمعية المغربية لمساندة الكفاح الفلسطيني، أن جلالة الملك "وجه رسالة قوية إلى الأمم المتحدة، أكد فيها على دعم المغرب للشعب الفلسطيني، ومذكرا بحقوق الفلسطينيين وضرورة قيام الأسرة الدولية بالعمل على إنجاز هذه الحقوق".

ميرايوي: التثمين الترابي حجر الزاوية في أي استراتيجية تنموية (اليوم المغربي)

أكد عبد اللطيف ميرايوي وزير التعليم العالي والبحث العلمي والابتكار، أول أمس الثلاثاء بالدار البيضاء، أن التثمين الترابي هو حجر الزاوية في أي استراتيجية تنموية، وهو ما نصت عليه توصيات النموذج التنموي الجديد الذي تضمن محورا استراتيجيا خاصا بالمجالات الترابية. وأشار السيد ميرايوي، خلال الجلسة الافتتاحية للدورة الثالثة للملتقى السنوي "Africa Place Marketing" المنظمة بمبادرة من شركة التنمية المحلية Casablanca Events & Animation، على أهمية تثمين المجالات الترابية بشكل يسمح للجهات والمدن بالتحرك والتطور بشكل مستقل.

الانتقال الأخضر.. الإمكانيات والفرص الاقتصادية للمغرب (العلم)

سلط خبراء، أول أمس بسلا، الضوء على الإمكانيات والفرص التي يزر بها المغرب في مجال الانتقال الأخضر، وذلك خلال النسخة الأولى لندوة "Policy Lab" حول الانتقال الاقتصادي الأخضر. وتميزت هذه الندوة، التي نظمتها الوكالة الألمانية للتعاون الدولي بالمغرب بشراكة مع المركز الدولي الحسن الثاني للتكوين في مجال البيئة، تحت شعار "الكفاءات والفرص الاقتصادية من أجل انتقال أخضر بالمغرب"، بعدد من الورشات المخصصة للتعريف بالممارسات الفضلى وأوجه التأزر المحتملة لتنزيل الاستراتيجيات الكفيلة بضمان انتقال

أخضر ناجع.

رئيس مجلس الدولة الإيطالي: المغرب "البلد الأكثر استقرارا في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا" (الاتحاد الاشتراكي)

أكد رئيس مجلس الدولة الإيطالي، فرانكو فراتيني، أول أمس الثلاثاء بالرباط، أن المغرب هو "البلد الأكثر استقرارا في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا"، مشيدا بالتقدم الذي أحرزته المملكة في العديد من المجالات. وأبرز فراتيني، في كلمة تلاها نيابة عنه مستشاره الدبلوماسي، مارسيلو أبيسيلا، خلال الحفل الختامي للتوأمة المؤسساتية التي تهتم "مواكبة الأمانة العامة للحكومة في إطار مسلسل الالتقائية التنظيمية مع الاتحاد الأوروبي"، أن "إيطاليا على يقين تام بأن المغرب هو البلد الأكثر استقرارا في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، والذي نتقاسم معه احترام قيم الديمقراطية وسيادة القانون".

مجلس المستشارين يصادق بالأغلبية على مشروع القانون الإطار المتعلق بميثاق الاستثمار (بيان اليوم)

صادق مجلس المستشارين، أول أمس، في جلسة تشريعية على مشروع القانون الإطار رقم 03.22 المتعلق بميثاق الاستثمار، كما أحيل عليه من مجلس النواب، بأغلبية 66 صوتا وامتناع ثلاثة مستشارين عن التصويت، ودون معارضة أي مستشار. وفي كلمة تقديمية لمشروع القانون الإطار، قال الوزير المنتدب لدى رئيس الحكومة المكلف بالاستثمار والالتقائية وتقييم السياسات العمومية، محسن الجزولي، إن "اعتماد إطار قانوني شفاف وجذاب وتنافسي وواضح، خاص بالاستثمارات، أمر مستعجل، لكي لا نفوت الفرص المتاحة أمامنا"، مبرزا أن القانون الإطار سيمكن من "إصلاح سياسة الدولة في مجال الاستثمار، لملاءمتها مع التحولات المؤسساتية والاقتصادية والاجتماعية والبيئية والتكنولوجية".

مدير عام جون أفريك: القطاع المالي المغربي نجح في تحقيق نمو ملحوظ بغرب إفريقيا (رسالة الأمة)

أكد الرئيس المدير العام لمجموعة (جون أفريك ميديا) أمير بن يحمّد، أن القطاع المالي المغربي، وخاصة الأبنك وشركات التأمين، نجح منذ أزيد من خمسة عشر سنة في تحقيق نمو ملحوظ في غرب إفريقيا. وأوضح بن يحمّد في حديث لوكالة المغرب العربي للأنباء على هامش أعمال دورة 2022 من قمة الصناعة المالية بإفريقيا "أفريكا فاينانشل أنديوستري ساميت"، التي تعقد في موضوع استدامة القطاع المالي ورقمته في عصر الاضطرابات، أن العديد من المقاولات المغربية تنتشر في بلدان غرب إفريقيا، ومنها التجاري وفا-بنك، والبنك الشعبي، وبنك أوف أفريقيا والتي حققت نجاحات كبيرة. طنجة: مناطق صناعية للقطاع غير المهيكل تدخل حيز الخدمة (ليكونوميست)

دخلت المناطق الصناعية المخصصة للقطاع غير المهيكل إلى الخدمة. حيث تسلم المستفيدون الأوائل مفاتيح محلاتهم، خلال حفل أقيم بولاية جهة طنجة - تطوان - الحسيمة. ويتعلق الأمر بحوالي اثني عشر من العاملين في القطاع غير المهيكل سيكونون قادرين، بهذه الطريقة، على الولوج بمقاولاتهم إلى المنظومة القانونية. وتم إطلاق المنطقتين المعنيتين في عام 2020 كجزء من مشروع تقوده وكالة الإنعاش والتنمية الاقتصادية والاجتماعية للشمال المملكة بميزانية إجمالية قدرها 320 مليون درهم. ويهدف المشروع إلى تحسين ظروف اشتغال العاملين في القطاعات غير المهيكل، ولا سيما الوحدات الصناعية والخدمية والحرفية وأي نشاط يقع في المناطق السكنية.

قطاع التعدين يؤثر سلبا على مؤشر أسعار الإنتاج (ليز انسيبراسيون إيكو)

أفادت المندوبية السامية للتخطيط أن الرقم الاستدلالي للأثمان عند الإنتاج لقطاع "الصناعات التحويلية باستثناء تكرير البترول" سجل انخفاضا قدره 0,1 بالمئة خلال شهر أكتوبر 2022 مقارنة بشهر شتنبر 2022. وأوضحت المندوبية السامية للتخطيط، في مذكرتها الإخبارية حول الرقم الاستدلالي للأثمان عند الإنتاج الصناعي والطاقي والمعدني، أن هذا الانخفاض قد نتج أساسا عن تراجع الأسعار بنسبة 1,9 بالمئة في قطاع "التعدين" و بنسبة 0,2 بالمئة في "الصناعة الكيماوية" و بنسبة 0,3 بالمئة في "صناعة الأجهزة الكهربائية" و بنسبة 0,1 بالمئة في "صناعة النسيج".

الخبرة المغربية في خدمة حماية التراث الإفريقي (لوبيون)

تم الثلاثاء بالرباط، توقيع اتفاقية-إطار للشراكة بين وزارة الشباب والثقافة والتواصل، ومنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (يونسكو)، تم وضع الخبرة المغربية في مجال حماية التراث العالمي رهن إشارة دول إفريقيا جنوب الصحراء. وبموجب هذه الاتفاقية التي وقعها كل من وزير الشباب والثقافة والتواصل، السيد محمد المهدي بنسعيد، والمديرة العامة لمنظمة (يونسكو)، السيدة أودري أزولاي، على هامش الدورة الـ17 للجنة الدولية الحكومية لصون التراث الثقافي غير المادي المنعقدة حاليا بالرباط، يعمل الطرفان على تقديم خبرتهما في الأنشطة الخاصة بتعزيز القدرات في مجال حماية التراث العالمي وتعزيز قدرات الفاعلين في مكافحة الاتجار غير المشروع بالممتلكات الثقافية.

مؤشرات الطرق السيارة تحسنت خلال سنة 2021 (أوجوردوي لوماروك)

أفادت الشركة الوطنية للطرق السيارة بالمغرب أن متوسط حركة السير اليومية على جميع محاور الطرق السيارة بالمملكة بلغت 12.800 عربة خلال سنة 2021، بارتفاع نسبته 36 في المائة مقارنة بالسنة الماضية. وأبرزت الشركة في تقريرها حول أنشطتها برسم السنة المالية 2021، أنه "بعد سنة 2020 التي شهدت انخفاضا حادا في حركة السير على الطرق السيارة الوطنية بسبب فرض التدابير الصحية الاستثنائية، عرفت سنة 2021 انتعاشا تدريجيا في حركة السير على جميع محاور الطرق السيارة بمتوسط حركة سير يومية بلغت 12.800 عربة".

توقيع اتفاقية شراكة تحدد مخطط العمل المشترك 2022-2026 حول الصحة الجامعية (البيان)

جرى الثلاثاء الماضي بالرباط، توقيع اتفاقية شراكة بين وزارة الصحة والحماية الاجتماعية ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي والابتكار، تحدد مخطط العمل المشترك 2022-2026 حول الصحة الجامعية. ووقع هذه الاتفاقية، وزير الصحة والحماية الاجتماعية، خالد آيت طالب، ووزير التعليم العالي والبحث العلمي والابتكار عبد اللطيف ميراوي، على هامش الأسبوع الوطني للصحة الجامعية برسم سنة 2022-2023 والمنظم بين 21 و26 نونبر الجاري حول مكافحة الإدمان في الوسط الجامعي، الذي يهدف إلى تحسيس الطلاب بمخاطر الإدمان وتوعيتهم بوسائل الوقاية المختلفة من أجل خلق بيئة تعليمية داعمة للصحة ومكافحة للإدمان والوقاية من عدة أنواع من السلوكيات الإدمانية بين صفوف الطلاب.

جلالة الملك يهنئ السيد تيودور أوبيانغ نكيما مباسوغو بمناسبة إعادة انتخابه رئيسا لجمهورية غينيا الاستوائية (لوماتان)

بعث صاحب الجلالة الملك محمد السادس برقية تهنئة للسيد تيودور أوبيانغ نكيما مباسوغو بمناسبة إعادة انتخابه رئيسا لجمهورية غينيا الاستوائية. وأعرب جلالته الملك، في هذه البرقية، للرئيس تيودور أوبيانغ نكيما مباسوغو عن أحر التهاني وأصدق التمنيات بموصول التوفيق في مهامه السامية في خدمة شعب غينيا الاستوائية الشقيق. ومما جاء في برقية جلالته الملك "وأود بهذه المناسبة أن أشيد بالثقة التي حظيتم بها مجددا لخدمة شعبكم وتحقيق تطلعاته إلى المزيد من التقدم والازدهار، مؤكدا لكم، في هذا الصدد، حرصي على مواصلة العمل سويا معكم من أجل المضي قدما في تمثين عرى الأخوة الإفريقية والتعاون المثمر القائمة بين بلدينا، والارتقاء بها لتشمل مختلف الميادين، لما فيه خير شعبينا الشقيقين، وبما يسهم في تنمية واستقرار ووحدة قارتنا الإفريقية".

توقيع مذكرة تفاهم بين المغرب والصين لتعزيز المبادلات التجارية (ماروك لوجور)

وقع كل من المغرب والصين، أول أمس الأربعاء بالرباط، مذكرة تفاهم تم إنشاء مجموعة عمل من أجل تسهيل وتعزيز المبادلات التجارية بين البلدين. ويهدف هذا الاتفاق، الذي وقعه كل من وزير الصناعة والتجارة رياض مزور، وسفير جمهورية الصين بالمغرب لي شانغ لين،

إلى تبسيط الإجراءات قصد توطيد العلاقات التجارية التي من شأنها تعزيز التعاون الاقتصادي بين البلدين. وفي تصريح صحفي بالمناسبة، أوضح السيد مزور أن توقيع هذه المذكرة، التي تدرج في إطار تعزيز المبادلات التجارية بين المملكة المغربية وجمهورية الصين ، يعد لبنة أولى لإنشاء مجموعة عمل مكلفة بتبسيط الإجراءات بغية تسهيل عملية ولوج السلع.

المكتب الشريف للفوسفاط: نتيجة التشغيل تقدر بأزيد من 36,32 مليار درهم عند متم شتنبر (ليبراسيون)

ارتفعت نتيجة التشغيل لمجموعة المكتب الشريف للفوسفاط عند متم شتنبر إلى أزيد من 36,32 مليار درهم، لتتجاوز بكثير المبلغ المسجل السنة الماضية والمقدر ب 17,73 مليار درهم. وأوضح الفاعل الرئيسي في صناعة الأسمدة في بلاغ حول أدائه المالي عند متم شهر شتنبر 2022، أن الأرباح قبل الفائدة والضرائب واستهلاك الدين (الذي يعرف اختصاراً ب "EBITDA")، قد سجلت خلال الأشهر التسعة الأولى من سنة 2022 ارتفاعاً بنسبة 76 بالمائة من سنة لأخرى، لتستقر في مبلغ قدره 42,96 مليار درهم.

انقر هنا لقراءة الخبر من مصدره.

مواضيع ذات صلة جلالة الملك يهنئ رئيس غينيا الاستوائية... جلالة الملك يهنئ رئيس غينيا الاستوائية بمناسبة عيد استقلال بلاده
الملك محمد السادس يرسل رئيس غينيا الاستوائية الملك محمد السادس يبرق رئيس غينيا الاستوائية برقية تهنئة من الملك إلى رئيس جمهورية غينيا الاستوائية بمناسبة عيد استقلال بلاده *

أهم ما تداولته الصحف الوطنية يوم الخميس فاتح دجنبر 2022..

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	N/A	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	Arabic	AVE	\$ 73
IMPRESSIONS	198	MUV	7,920		
TAGS	CasaEvents				

العاصمة بريس

م. اشباني..أكادير

إليك في ما يلي أبرز عناوين الصحف الوطنية الصادرة اليوم الخميس 1 دجنبر 2022:

رسميا.. صناديق التقاعد توشك على الإفلاس (المساء)

حذر رئيس الحكومة، عزيز أخنوش خلال جلسة الأسئلة الشهرية بمجلس المستشارين المخصصة للحوار الاجتماعي، أول أمس الثلاثاء، من أزمة حقيقية على وشك أن تلحق بصناديق التقاعد وما تشكله من خطر يهدد معاشات المتقاعدين الحاليين، والذين سيحاولون على التقاعد مستقبلا. وأعرب أخنوش، عن أمله في أن تتوصل حكومته مع شركائها الاجتماعيين إلى إيجاد حلول لإصلاح صناديق التقاعد في غضون السنة أشهر المقبلة قبل إفلاسها. وأضاف بأن حكومته تعهدت بالشروع في تنزيل إصلاح منظومة التقاعد ابتداء من السنة المقبلة، مذكرا بالاجتماعات التي عقدتها وزيرة المالية نادية فتاح العلوي مع النقابات.

الجفاف يدفع الحكومة للتسريع بتنزيل مشاريع مكافحة الإجهاد المائي (المساء)

قامت الحكومة بتعزيز الاعتمادات المالية المخصصة للبرنامج الوطني للتزويد بالماء الشروب ومياه السقي (2020-2027) من 115 إلى 150 مليار درهم. وأوضح بلاغ لرئاسة الحكومة، صدر عقب الاجتماع الثالث للجنة قيادة البرنامج الوطني للتزويد بالماء الشروب ومياه السقي 2020-2027، أن "الحكومة تعكف، في إطار هذا البرنامج الوطني، على اتخاذ مختلف الإجراءات الكفيلة بتدارك التأخر الحاصل على مستوى تنزيل عدد من المشاريع، فضلا عن إطلاق الدراسات الخاصة بمشاريع إضافية سترى النور على المدى القصير والمتوسط". وأكد رئيس الحكومة عزيز أخنوش، الذي ترأس هذا الاجتماع، حرص الحكومة على تسريع هذا البرنامج الوطني، وتحليلها بالجدية والمسؤولية لمواجهة كل أشكال التبذير والاستغلال العشوائي للماء.

أخنوش ينتقد مرحلة تدبير البيجيدي للحوار الاجتماعي (الأحداث المغربية)

في إشارة ضمنية إلى مرحلة تواجد حزب العدالة والتنمية على رأس التدبير الحكومي خلال الولايتين السابقتين، حمل رئيس الحكومة، عزيز أخنوش، الحكومات السابقة مسؤولية عدم نجاعتها في تدبير ملفات الحوار الاجتماعي، الأمر الذي طرح مجموعة من التحديات أمام

حكومته، التي قال إنها «تسعى منذ تنصيبها إلى تحويل الحوار الاجتماعي إلى فضاء لصناعة الحلول». أخنوش، الذي حل أول أمس الثلاثاء بمجلس المستشارين، في إطار جلسات المساءلة الشهرية، بعدما تماثل للشفاء من فيروس كورونا، قال إن حكومته سعت بكل مسؤولية لتدارك مختلف التحديات التي اتسمت بها تجارب الحوار الاجتماعي السابقة والمتمثلة أساسا في عدم قدرتها على الحفاظ على وتيرة منتظمة ومستدامة، ناهيك عن عدم وضوح منهجيتها ومختلف الإشكالات المرتبطة بضعف قدرتها على تنفيذ التعاقدات والاتفاقات.

خبير فرنسي: الجزائر اختلقت نزاع الصحراء تبعا لاعتبارات جيوسياسية (الأحداث المغربية)

أكد الخبير القانوني الفرنسي، جيروم بيسنار، أول أمس الثلاثاء ببلغراد، أن الجزائر، مدفوعة باعتبارات جيوسياسية، اختلقت النزاع الإقليمي حول الصحراء المغربية من خلال رعاية أحداث +البوليساريو+ بمنحه الدعم السياسي والدبلوماسي والمالي والعسكري. وأشار بيسنار، خلال ندوة نظمت تحت شعار "متحدون في القيم، مقارنة بين مقاربات وتجارب المغرب وصربيا في الدفاع عن الوحدة الترابية والسيادة الوطنية"، إلى أن التورط العسكري للجزائر انعكس بوضوح في معركة أمغالا عام 1976، والتي تم خلالها أسر عشرات الجنود الجزائريين، وإعادتهم إلى بلادهم بعد بضعة أشهر.

بمناسبة اليوم العالمي للتضامن مع الشعب الفلسطيني: سفير فلسطين بالمغرب يشيد برسالة جلالة الملك "القوية" (اليوم المغربي)

أشاد السفير الفلسطيني بالمغرب، جمال الشوبكي بمضامين الرسالة التي وجهها جلالة الملك محمد السادس إلى رئيس اللجنة الأممية المعنية بممارسة الشعب الفلسطيني لحقوقه غير القابلة للتصرف، بمناسبة اليوم العالمي للتضامن مع الشعب الفلسطيني. وأوضح الشوبكي، في كلمة ألقاها في حفل أقيم مساء أمس الثلاثاء بمقر سفارة فلسطين بالرباط، بشراكة مع الجمعية المغربية لمساندة الكفاح الفلسطيني، أن جلالة الملك "وجه رسالة قوية إلى الأمم المتحدة، أكد فيها على دعم المغرب للشعب الفلسطيني، ومذكرا بحقوق الفلسطينيين وضرورة قيام الأسرة الدولية بالعمل على إنجاز هذه الحقوق".

ميراوي: التثمين الترابي حجر الزاوية في أي استراتيجية تنموية (اليوم المغربي)

أكد عبد اللطيف ميراوي وزير التعليم العالي والبحث العلمي والابتكار، أول أمس الثلاثاء بالدار البيضاء، أن التثمين الترابي هو حجر الزاوية في أي استراتيجية تنموية، وهو ما نصت عليه توصيات النموذج التنموي الجديد الذي تضمن محورا استراتيجيا خاصا بالمجالات الترابية. وأشار السيد ميراوي، خلال الجلسة الافتتاحية للدورة الثالثة للملتقى السنوي "Africa Place Marketing" المنظمة بمبادرة من شركة التثمين المحلية Casablanca Events & Animation، على أهمية تثمين المجالات الترابية بشكل يسمح للجهات والمدن بالتحرك والتطور بشكل مستقل.

الانتقال الأخضر.. الإمكانيات والفرص الاقتصادية للمغرب (العلم)

سلط خبراء، أول أمس بسلا، الضوء على الإمكانيات والفرص التي يزخر بها المغرب في مجال الانتقال الأخضر، وذلك خلال النسخة الأولى لندوة "Policy Lab" حول الانتقال الاقتصادي الأخضر. وتميزت هذه الندوة، التي نظمتها الوكالة الألمانية للتعاون الدولي بالمغرب بشراكة مع المركز الدولي الحسن الثاني للتكوين في مجال البيئة، تحت شعار "الكفاءات والفرص الاقتصادية من أجل انتقال أخضر بالمغرب"، بعدد من الورشات المخصصة للتعريف بالممارسات الفضلى وأوجه التأزر المحتملة لتنزيل الاستراتيجيات الكفيلة بضمان انتقال أخضر ناجح.

رئيس مجلس الدولة الإيطالي: المغرب "البلد الأكثر استقرارا في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا" (الاتحاد الاشتراكي)

أكد رئيس مجلس الدولة الإيطالي، فرانكو فراتيني، أول أمس الثلاثاء بالرباط، أن المغرب هو "البلد الأكثر استقرارا في منطقة الشرق

الأوسط وشمال إفريقيا"، مشيدا بالتقدم الذي أحرزته المملكة في العديد من المجالات. وأبرز فراتيني، في كلمة تلاها نيابة عنه مستشاره الدبلوماسي، مارسيلو أبيسيلا، خلال الحفل الختامي للتوأمة المؤسساتية التي تهتم "مواكبة الأمانة العامة للحكومة في إطار مسلسل الالتفائية التنظيمية مع الاتحاد الأوروبي"، أن "إيطاليا على يقين تام بأن المغرب هو البلد الأكثر استقرارا في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، والذي نتقاسم معه احترام قيم الديمقراطية وسيادة القانون".

مجلس المستشارين يصادق بالأغلبية على مشروع القانون الإطار المتعلق بميثاق الاستثمار (بيان اليوم)

صادق مجلس المستشارين، أول أمس، في جلسة تشريعية على مشروع القانون الإطار رقم 03.22 المتعلق بميثاق الاستثمار، كما أحيل عليه من مجلس النواب، بأغلبية 66 صوتا وامتناع ثلاثة مستشارين عن التصويت، ودون معارضة أي مستشار. وفي كلمة تقديمية لمشروع القانون الإطار، قال الوزير المنتدب لدى رئيس الحكومة المكلف بالاستثمار والالتفائية وتقييم السياسات العمومية، محسن الجزولي، إن "اعتماد إطار قانوني شفاف وجذاب وتنافسي وواضح، خاص بالاستثمارات، أمر مستعجل، لكي لا نفوت الفرص المتاحة أمامنا"، مبرزا أن القانون الإطار سيمكن من "إصلاح سياسة الدولة في مجال الاستثمار، لملاءمتها مع التحولات المؤسساتية والاقتصادية والاجتماعية والبيئية والتكنولوجية".

مدير عام جون أفريك: القطاع المالي المغربي نجح في تحقيق نمو ملحوظ بغرب إفريقيا (رسالة الأمة)

أكد الرئيس المدير العام لمجموعة (جون أفريك ميديا) أمير بن يحمّد، أن القطاع المالي المغربي، وخاصة الأبنك وشركات التأمين، نجح منذ أزيد من خمسة عشر سنة في تحقيق نمو ملحوظ في غرب إفريقيا. وأوضح بن يحمّد في حديث لوكالة المغرب العربي للأنباء على هامش أعمال دورة 2022 من قمة الصناعة المالية بإفريقيا "أفريكا فاينانشل أنديوستري ساميت"، التي تعقد في موضوع استدامة القطاع المالي ورقمته في عصر الاضطرابات، أن العديد من المقاولات المغربية تنتشر في بلدان غرب إفريقيا، ومنها التجاري وفا-بنك، والبنك الشعبي، وبنك أوف أفريقيا والتي حققت نجاحات كبيرة.

طنجة: مناطق صناعية للقطاع غير المهيكل تدخل حيز الخدمة (ليكونوميست)

دخلت المناطق الصناعية المخصصة للقطاع غير المهيكل إلى الخدمة. حيث تسلم المستفيدون الأوائل مفاتيح محلاتهم، خلال حفل أقيم بولاية جهة طنجة-تطوان-الحسيمة. ويتعلق الأمر بحوالي اثني عشر من العاملين في القطاع غير المهيكل سيكونون قادرين، بهذه الطريقة، على الولوج بمقاولاتهم إلى المنظومة القانونية. وتم إطلاق المنطقتين المعنيتين في عام 2020 كجزء من مشروع تقوده وكالة الإنعاش والتنمية الاقتصادية والاجتماعية للشمال المملكة بميزانية إجمالية قدرها 320 مليون درهم. ويهدف المشروع إلى تحسين ظروف اشتغال العاملين في القطاعات غير المهيكلية، ولا سيما الوحدات الصناعية والخدمية والحرفية وأي نشاط يقع في المناطق السكنية.

قطاع التعدين يؤثر سلبا على مؤشر أسعار الإنتاج (ليزانسبيراسيون إيكو)

أفادت المندوبية السامية للتخطيط أن الرقم الاستدلالي للأثمان عند الإنتاج لقطاع "الصناعات التحويلية باستثناء تكرير البترول" سجل انخفاضا قدره 0,1 بالمئة خلال شهر أكتوبر 2022 مقارنة بشهر سبتمبر 2022. وأوضحت المندوبية السامية للتخطيط، في مذكرتها الإخبارية حول الرقم الاستدلالي للأثمان عند الإنتاج الصناعي والطاقي والمعدني، أن هذا الانخفاض قد نتج أساسا عن تراجع الأسعار بنسبة 1,9 بالمئة في قطاع "التعدين" و بنسبة 0,2 بالمئة في "الصناعة الكيماوية" و بنسبة 0,3 بالمئة في "صناعة الأجهزة الكهربائية" و بنسبة 0,1 بالمئة في "صناعة النسيج".

الخبرة المغربية في خدمة حماية التراث الإفريقي (لوبنيون)

تم الثلاثاء بالرباط، توقيع اتفاقية-إطار للشراكة بين وزارة الشباب والثقافة والتواصل، ومنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (يونسكو)، تهم وضع الخبرة المغربية في مجال حماية التراث العالمي رهن إشارة دول إفريقيا جنوب الصحراء. وبموجب هذه الاتفاقية التي وقعها كل من وزير الشباب والثقافة والتواصل، السيد محمد المهدي بنسعيد، والمديرة العامة لمنظمة (يونسكو)، السيدة أودري أزولاي، على هامش الدورة الدورة الـ17 للجنة الدولية الحكومية لصون التراث الثقافي غير المادي المنعقدة حاليا بالرباط، يعمل الطرفان على تقديم خبرتهما في الأنشطة الخاصة بتعزيز القدرات في مجال حماية التراث العالمي وتعزيز قدرات الفاعلين في مكافحة الاتجار غير المشروع بالممتلكات الثقافية.

مؤشرات الطرق السيارة تحسنت خلال سنة 2021 (أوجوردوي لوماروك)

أفادت الشركة الوطنية للطرق السيارة بالمغرب أن متوسط حركة السير اليومية على جميع محاور الطرق السيارة بالمملكة بلغت 12.800 عربة خلال سنة 2021، بارتفاع نسبته 36 في المائة مقارنة بالسنة الماضية. وأبرزت الشركة في تقريرها حول أنشطتها برسم السنة المالية 2021، أنه "بعد سنة 2020 التي شهدت انخفاضا حادا في حركة السير على الطرق السيارة الوطنية بسبب فرض التدابير الصحية الاستثنائية، عرفت سنة 2021 انتعاشا تدريجيا في حركة السير على جميع محاور الطرق السيارة بمتوسط حركة سير يومية بلغت 12.800 عربة".

توقيع اتفاقية شراكة تحدد مخطط العمل المشترك 2022-2026 حول الصحة الجامعية (البيان)

جرى الثلاثاء الماضي بالرباط، توقيع اتفاقية شراكة بين وزارة الصحة والحماية الاجتماعية ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي والابتكار، تحدد مخطط العمل المشترك 2022-2026 حول الصحة الجامعية. ووقع هذه الاتفاقية، وزير الصحة والحماية الاجتماعية، خالد آيت طالب، ووزير التعليم العالي والبحث العلمي والابتكار عبد اللطيف ميراي، على هامش الأسبوع الوطني للصحة الجامعية برسم سنة 2022-2023 والمنظم بين 21 و26 نونبر الجاري حول مكافحة الإدمان في الوسط الجامعي، الذي يهدف إلى تحسيس الطلاب بمخاطر الإدمان وتوعيتهم بوسائل الوقاية المختلفة من أجل خلق بيئة تعليمية داعمة للصحة ومكافحة للإدمان والوقاية من عدة أنواع من السلوكيات الإدمانية بين صفوف الطلاب.

جلالة الملك يهنئ السيد تيودور أوبيانغ نكيما مباسوغو بمناسبة إعادة انتخابه رئيسا لجمهورية غينيا الاستوائية (لوماتان)

بعث صاحب الجلالة الملك محمد السادس برقية تهنئة للسيد تيودور أوبيانغ نكيما مباسوغو بمناسبة إعادة انتخابه رئيسا لجمهورية غينيا الاستوائية. وأعرب جلالته الملك، في هذه البرقية، للرئيس تيودور أوبيانغ نكيما مباسوغو عن أحر التهاني وأصدق التمنيات بموصول التوفيق في مهامه السامية في خدمة شعب غينيا الاستوائية الشقيق. ومما جاء في برقية جلالته الملك "وأود بهذه المناسبة أن أشيد بالثقة التي حظيت بها مجددا لخدمة شعبكم وتحقيق تطلعاته إلى المزيد من التقدم والازدهار، مؤكدا لكم، في هذا الصدد، حرصي على مواصلة العمل سويا معكم من أجل المضي قدما في تمثين عرى الأخوة الإفريقية والتعاون المثمر القائمة بين بلدينا، والارتقاء بها لتشمل مختلف الميادين، لما فيه خير شعبينا الشقيقين، وبما يسهم في تنمية واستقرار ووحدة قارتنا الإفريقية".

توقيع مذكرة تفاهم بين المغرب والصين لتعزيز المبادلات التجارية (ماروك لوجور)

وقع كل من المغرب والصين، أول أمس الأربعاء بالرباط، مذكرة تفاهم تهم إنشاء مجموعة عمل من أجل تسهيل وتعزيز المبادلات التجارية بين البلدين. ويهدف هذا الاتفاق، الذي وقعه كل من وزير الصناعة والتجارة رياض مزور، وسفير جمهورية الصين بالمغرب لي شانغ لين، إلى تبسيط الإجراءات قصد توطيد العلاقات التجارية التي من شأنها تعزيز التعاون الاقتصادي بين البلدين. وفي تصريح صحفي بالمناسبة، أوضح السيد مزور أن توقيع هذه المذكرة، التي تدرج في إطار تعزيز المبادلات التجارية بين المملكة المغربية وجمهورية الصين، يعد لبنة أولى لإنشاء مجموعة عمل مكلفة بتبسيط الإجراءات بغية تسهيل عملية ولوج السلع.



المكتب الشريف للفوسفاط: نتيجة التشغيل تقدر بأزيد من 36,32 مليار درهم عند متم شتتبر (ليبراسيون)

ارتفعت نتيجة التشغيل لمجموعة المكتب الشريف للفوسفاط عند متم شتتبر إلى أزيد من 36,32 مليار درهم، لتتجاوز بكثير المبلغ المسجل السنة الماضية والمقدر ب 17,73 مليار درهم. وأوضح الفاعل الرئيسي في صناعة الأسمدة في بلاغ حول أدائه المالي عند متم شهر شتتبر 2022، أن الأرباح قبل الفائدة والضرائب واستهلاك الدين (الذي يعرف اختصارا ب "EBITDA")، قد سجلت خلال الأشهر التسعة الأولى من سنة 2022 ارتفاعا بنسبة 76 بالمائة من سنة لأخرى، لتستقر في مبلغ قدره 42,96 مليار درهم. *

أبرز عناوين الصحف الوطنية الصادرة اليوم الخميس 01 دجنبر 2022 - أخبار المغرب - Maroc Medias

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	N/A	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	Arabic	AVE	\$ 97
IMPRESSIONS	262	MUV	10,480		

TAGS

CasaEvents

في ما يلي عرض لأبرز عناوين الصحف الوطنية الصادرة اليوم الخميس:

رسميا.. صناديق التقاعد توشك على الإفلاس (المساء)

حذر رئيس الحكومة، عزيز أخنوش خلال جلسة الأسئلة الشهرية بمجلس المستشارين المخصصة للحوار الاجتماعي، أول أمس الثلاثاء، من أزمة حقيقية على وشك أن تلحق بصناديق التقاعد وما تشكله من خطر يهدد معاشات المتقاعدين الحاليين، والذين سيحاولون على التقاعد مستقبلا. وأعرب أخنوش، عن أمله في أن تتوصل حكومته مع شركائها الاجتماعيين إلى إيجاد حلول لإصلاح صناديق التقاعد في غضون الستة أشهر المقبلة قبل إفلاسها. وأضاف بأن حكومته تعهدت بالشروع في تنزيل إصلاح منظومة التقاعد ابتداء من السنة المقبلة، مذكرا بالاجتماعات التي عقدتها وزيرة المالية نادية فتاح العلوي مع النقابات.

الجفاف يدفع الحكومة للتسريع بتنزيل مشاريع مكافحة الإجهاد المائي (المساء)

قامت الحكومة بتعزيز الاعتمادات المالية المخصصة للبرنامج الوطني للتزويد بالماء الشروب ومياه السقي (2020-2027) من 115 إلى 150 مليار درهم. وأوضح بلاغ لرئاسة الحكومة، صدر عقب الاجتماع الثالث للجنة قيادة البرنامج الوطني للتزويد بالماء الشروب ومياه السقي 2020-2027، أن "الحكومة تعكف، في إطار هذا البرنامج الوطني، على اتخاذ مختلف الإجراءات الكفيلة بتدارك التأخر الحاصل على مستوى تنزيل عدد من المشاريع، فضلا عن إطلاق الدراسات الخاصة بمشاريع إضافية ستري النور على المدى القصير والمتوسط". وأكد رئيس الحكومة عزيز أخنوش، الذي ترأس هذا الاجتماع، حرص الحكومة على تسريع هذا البرنامج الوطني، وتحليلها بالجدية والمسؤولية لمواجهة كل أشكال التبذير والاستغلال العشوائي للماء.

أخنوش ينتقد مرحلة تدبير البيجيدي للحوار الاجتماعي (الأحداث المغربية)

في إشارة ضمنية إلى مرحلة تواجد حزب العدالة والتنمية على رأس التدبير الحكومي خلال الولايتين السابقتين، حمل رئيس الحكومة، عزيز أخنوش، الحكومات السابقة مسؤولية عدم نجاعتها في تدبير ملفات الحوار الاجتماعي، الأمر الذي طرح مجموعة من التحديات أمام حكومته، التي قال إنها «تسعى منذ تنصيبها إلى تحويل الحوار الاجتماعي إلى فضاء لصناعة الحلول». أخنوش، الذي حل أول أمس الثلاثاء بمجلس المستشارين، في إطار جلسات المساءلة الشهرية، بعدما تماثل للشفاء من فيروس كورونا، قال إن حكومته سعت بكل مسؤولية لتدارك

مختلف التحديات التي اتسمت بها تجارب الحوار الاجتماعي السابقة والمتمثلة أساسا في عدم قدرتها على الحفاظ على وتيرة منتظمة ومستدامة، ناهيك عن عدم وضوح منهجيتها ومختلف الإشكالات المرتبطة بضعف قدرتها على تنفيذ التعاقدات والاتفاقات.

خبير فرنسي: الجزائر اختلقت نزاع الصحراء تبعا لاعتبارات جيوسياسية (الأحداث المغربية)

أكد الخبير القانوني الفرنسي، جيروم بيسنار، أول أمس الثلاثاء ببلغراد، أن الجزائر، مدفوعة باعتبارات جيوسياسية، اختلقت النزاع الإقليمي حول الصحراء المغربية من خلال رعاية أحداث +البوليساريو+ بمنحه الدعم السياسي والدبلوماسي والمالي والعسكري. وأشار بيسنار، خلال ندوة نظمت تحت شعار "متحدون في القيم، مقارنة بين مقاربات وتجارب المغرب وصربيا في الدفاع عن الوحدة الترابية والسيادة الوطنية"، إلى أن التورط العسكري للجزائر انعكس بوضوح في معركة أمغالا عام 1976، والتي تم خلالها أسر عشرات الجنود الجزائريين، وإعادتهم إلى بلادهم بعد بضعة أشهر.

بمناسبة اليوم العالمي للتضامن مع الشعب الفلسطيني: سفير فلسطين بالمغرب يشيد برسالة جلالة الملك "القوية" (اليوم المغربي)

أشاد السفير الفلسطيني بالمغرب، جمال الشوبكي بمضامين الرسالة التي وجهها جلالة الملك محمد السادس إلى رئيس اللجنة الأممية المعنية بممارسة الشعب الفلسطيني لحقوقه غير القابلة للتصرف، بمناسبة اليوم العالمي للتضامن مع الشعب الفلسطيني. وأوضح الشوبكي، في كلمة ألقاها في حفل أقيم مساء أمس الثلاثاء بمقر سفارة فلسطين بالرباط، بشراكة مع الجمعية المغربية لمساندة الكفاح الفلسطيني، أن جلالة الملك "وجه رسالة قوية إلى الأمم المتحدة، أكد فيها على دعم المغرب للشعب الفلسطيني، ومذكرا بحقوق الفلسطينيين وضرورة قيام الأسرة الدولية بالعمل على إنجاز هذه الحقوق".

ميرايوي: التثمين الترابي حجر الزاوية في أي استراتيجية تنموية (اليوم المغربي)

أكد عبد اللطيف ميرايوي وزير التعليم العالي والبحث العلمي والابتكار، أول أمس الثلاثاء بالدار البيضاء، أن التثمين الترابي هو حجر الزاوية في أي استراتيجية تنموية، وهو ما نصت عليه توصيات النموذج التنموي الجديد الذي تضمن محورا استراتيجيا خاصا بالمجالات الترابية. وأشار السيد ميرايوي، خلال الجلسة الافتتاحية للدورة الثالثة للملتقى السنوي "Africa Place Marketing" المنظمة بمبادرة من شركة التنمية المحلية Casablanca Events & Animation، على أهمية تثمين المجالات الترابية بشكل يسمح للجهات والمدن بالتححرر والتطور بشكل مستقل.

الانتقال الأخضر.. الإمكانات والفرص الاقتصادية للمغرب (العلم)

سلط خبراء، أول أمس بسلا، الضوء على الإمكانات والفرص التي يزخر بها المغرب في مجال الانتقال الأخضر، وذلك خلال النسخة الأولى لندوة "Policy Lab" حول الانتقال الاقتصادي الأخضر. وتميزت هذه الندوة، التي نظمتها الوكالة الألمانية للتعاون الدولي بالمغرب بشراكة مع المركز الدولي الحسن الثاني للتكوين في مجال البيئة، تحت شعار "الكفاءات والفرص الاقتصادية من أجل انتقال أخضر بالمغرب"، بعدد من الورشات المخصصة للتعريف بالممارسات الفضلى وأوجه التأزر المحتملة لتتزيل الاستراتيجيات الكفيلة بضمان انتقال أخضر ناجح.

رئيس مجلس الدولة الإيطالي: المغرب "البلد الأكثر استقرارا في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا" (الاتحاد الاشتراكي)

أكد رئيس مجلس الدولة الإيطالي، فرانكو فراتيني، أول أمس الثلاثاء بالرباط، أن المغرب هو "البلد الأكثر استقرارا في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا"، مشيدا بالتقدم الذي أحرزته المملكة في العديد من المجالات. وأبرز فراتيني، في كلمة تلاها نيابة عنه مستشاره الدبلوماسي، مارسيلو أبيسيلا، خلال الحفل الختامي للتوأمة المؤسسية التي تهم "مواكبة الأمانة العامة للحكومة في إطار مسلسل الالتفائية

التنظيمية مع الاتحاد الأوروبي"، أن "إيطاليا على يقين تام بأن المغرب هو البلد الأكثر استقرارا في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، والذي نتقاسم معه احترام قيم الديمقراطية وسيادة القانون".

مجلس المستشارين يصادق بالأغلبية على مشروع القانون الإطار المتعلق بميثاق الاستثمار (بيان اليوم)

صادق مجلس المستشارين، أول أمس، في جلسة تشريعية على مشروع القانون الإطار رقم 03.22 المتعلق بميثاق الاستثمار، كما أحيل عليه من مجلس النواب، بأغلبية 66 صوتا وامتناع ثلاثة مستشارين عن التصويت، ودون معارضة أي مستشار. وفي كلمة تقديمية لمشروع القانون الإطار، قال الوزير المنتدب لدى رئيس الحكومة المكلف بالاستثمار والالتقائية وتقييم السياسات العمومية، محسن الجزولي، إن "اعتماد إطار قانوني شفاف وجذاب وتنافسي وواضح، خاص بالاستثمارات، أمر مستعجل، لكي لا نفوت الفرص المتاحة أمامنا"، مبرزا أن القانون الإطار سيمكن من "إصلاح سياسة الدولة في مجال الاستثمار، لملاءمتها مع التحولات المؤسساتية والاقتصادية والاجتماعية والبيئية والتكنولوجية".

الخبرة المغربية في خدمة حماية التراث الإفريقي (لوبنيون)

تم الثلاثاء بالرباط، توقيع اتفاقية-إطار للشراكة بين وزارة الشباب والثقافة والتواصل، ومنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (يونسكو)، تهم وضع الخبرة المغربية في مجال حماية التراث العالمي رهن إشارة دول إفريقيا جنوب الصحراء. وبموجب هذه الاتفاقية التي وقعها كل من وزير الشباب والثقافة والتواصل، السيد محمد المهدي بنسعيد، والمديرة العامة لمنظمة (يونسكو)، السيدة أودري أزولاي، على هامش الدورة الـ17 للجنة الدولية الحكومية لصون التراث الثقافي غير المادي المنعقدة حاليا بالرباط، يعمل الطرفان على تقديم خبرتهما في الأنشطة الخاصة بتعزيز القدرات في مجال حماية التراث العالمي وتعزيز قدرات الفاعلين في مكافحة الاتجار غير المشروع بالممتلكات الثقافية.

مؤشرات الطرق السيارة تحسنت خلال سنة 2021 (أوجوردوي لوماروك)

أفادت الشركة الوطنية للطرق السيارة بالمغرب أن متوسط حركة السير اليومية على جميع محاور الطرق السيارة بالمملكة بلغت 12.800 عربة خلال سنة 2021، بارتفاع نسبته 36 في المائة مقارنة بالسنة الماضية. وأبرزت الشركة في تقريرها حول أنشطتها برسم السنة المالية 2021، أنه "بعد سنة 2020 التي شهدت انخفاضا حادا في حركة السير على الطرق السيارة الوطنية بسبب فرض التدابير الصحية الاستثنائية، عرفت سنة 2021 انتعاشا تدريجيا في حركة السير على جميع محاور الطرق السيارة بمتوسط حركة سير يومية بلغت 12.800 عربة".

توقيع اتفاقية شراكة تحدد مخطط العمل المشترك 2022-2026 حول الصحة الجامعية (البيان) جرى الثلاثاء الماضي بالرباط، توقيع اتفاقية شراكة بين وزارة الصحة والحماية الاجتماعية ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي والابتكار، تحدد مخطط العمل المشترك 2022-2026 حول الصحة الجامعية. ووقع هذه الاتفاقية، وزير الصحة والحماية الاجتماعية، خالد آيت طالب، ووزير التعليم العالي والبحث العلمي والابتكار عبد اللطيف ميراوي، على هامش الأسبوع الوطني للصحة الجامعية برسم سنة 2022-2023 والمنظم بين 21 و26 نونبر الجاري حول مكافحة الإدمان في الوسط الجامعي، الذي يهدف إلى تحسيس الطلاب بمخاطر الإدمان وتوعيتهم بوسائل الوقاية المختلفة من أجل خلق بيئة تعليمية داعمة للصحة ومكافحة للإدمان والوقاية من عدة أنواع من السلوكيات الإدمانية بين صفوف الطلاب.

جلالة الملك يهنئ السيد تيودور أوبيانغ نكيما مباسوغو بمناسبة إعادة انتخابه رئيسا لجمهورية غينيا الاستوائية (لوماتان)

بعث صاحب الجلالة الملك محمد السادس برقية تهنئة للسيد تيودور أوبيانغ نكيما مباسوغو بمناسبة إعادة انتخابه رئيسا لجمهورية غينيا الاستوائية. وأعرب جلالته الملك، في هذه البرقية، للرئيس تيودور أوبيانغ نكيما مباسوغو عن أحر التهاني وأصدق التمنيات بموصول

التوفيق في مهامه السامية في خدمة شعب غينيا الاستوائية الشقيق. ومما جاء في برقية جلالة الملك "وأود بهذه المناسبة أن أشيد بالثقة التي حظيت بها مجددا لخدمة شعبكم وتحقيق تطلعاته إلى المزيد من التقدم والازدهار، مؤكدا لكم، في هذا الصدد، حرصي على مواصلة العمل سويا معكم من أجل المضي قدما في تمثين عرى الأخوة الإفريقية والتعاون المثمر القائمة بين بلدينا، والارتقاء بها لتشمل مختلف الميادين، لما فيه خير شعبينا الشقيقين، وبما يسهم في تنمية واستقرار ووحدة قارتنا الإفريقية".

توقيع مذكرة تفاهم بين المغرب والصين لتعزيز المبادلات التجارية (ماروك لوجور)

وقع كل من المغرب والصين، أول أمس الأربعاء بالرباط، مذكرة تفاهم تهم إنشاء مجموعة عمل من أجل تسهيل وتعزيز المبادلات التجارية بين البلدين. ويهدف هذا الاتفاق، الذي وقعه كل من وزير الصناعة والتجارة رياض مزور، وسفير جمهورية الصين بالمغرب لي شانغ لين، إلى تبسيط الإجراءات قصد توطيد العلاقات التجارية التي من شأنها تعزيز التعاون الاقتصادي بين البلدين. وفي تصريح صحفي بالمناسبة، أوضح السيد مزور أن توقيع هذه المذكرة، التي تدرج في إطار تعزيز المبادلات التجارية بين المملكة المغربية وجمهورية الصين، يعد لبنة أولى لإنشاء مجموعة عمل مكلفة بتبسيط الإجراءات بغية تسهيل عملية ولوج السلع.

المكتب الشريف للفوسفاط: نتيجة التشغيل تقدر بأزيد من 36,32 مليار درهم عند متم شتنبر (ليبراسيون) ارتفعت نتيجة التشغيل لمجموعة المكتب الشريف للفوسفاط عند متم شتنبر إلى أزيد من 36,32 مليار درهم، لتتجاوز بكثير المبلغ المسجل السنة الماضية والمقدر ب 17,73 مليار درهم. وأوضح الفاعل الرئيسي في صناعة الأسمدة في بلاغ حول أدائه المالي عند متم شهر شتنبر 2022، أن الأرباح قبل الفائدة والضرائب واستهلاك الدين (الذي يعرف اختصارا ب "EBITDA")، قد سجلت خلال الأشهر التسعة الأولى من سنة 2022 ارتفاعا بنسبة 76 بالمائة من سنة لأخرى، لتستقر في مبلغ قدره 42,96 مليار درهم.

انعقاد الدورة الثالثة لملتقى Africa Place Marketing بالدار البيضاء

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	Arabic	AVE	\$ 628
IMPRESSIONS	40,000	CIRCULATION	20000	DISTRIBUTION	Morocco
SECTION	Editorial	PAGE	6	SIZE	100 cc

TAGS

CasaEvents

WeCasablanca

Vérfifié

انطلقت أول أمس الثلاثاء بالدار البيضاء الدورة الثالثة للملتقى السنوي "Africa Place Marketing" المنظم على مدى يومين تحت شعار "المشاركة المواطنة من أجل تسويق ترابي مستدام وشامل".

ويشكل هذا الملتقى الإفريقي، المنظم من طرف شركة التنمية المحلية الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات، والذي افتتحت أشغاله بحضور وزير التعليم العالي والبحث العلمي والابتكار، عبد اللطيف ميراي، فرصة سانحة أمام المشاركين لتدارس ومناقشة المكانة التي يجب أن يحتلها المواطن في نهج جاذبية المدن الأفريقية.

وفي كلمة بالمناسبة، أكد المدير العام لشركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات محمد الجواهري، أن الوقت قد حان لوضع المواطن في صلب نهج الجاذبية الترابية، مشيرا إلى أنه على مستوى المدن الأفريقية، أضحت المشاركة المواطنة ضرورية في الحياة المجتمعية، وفقا لتوصيات النموذج التنموي الجديد. وأضاف أن الدار البيضاء تعد أول مدينة أفريقية تتبنى نهج الجاذبية من خلال إنشاء العلامة التجارية "WeCasablanca" في سنة 2016 والتي تهدف إلى مواكبة الدينامية التي أطلقها المخطط التنموي للمدينة، وهي تجربة أفريقية رائدة تجعل من العاصمة الاقتصادية منصة محورية للتبادلات والتأملات حول رهانات وممارسات وتوجهات التسويق الترابي في إفريقيا.

وأوضح الجواهري أن تظاهرة Africa Place Marketing تهدف لأن تشكل موعدا مرجعيا لتبادل الرؤى حول التسويق الترابي، مع مساهمة مختلف الأطراف المتدخلة في حكمة المدن الأفريقية بشكل يفسح المجال أمام دول القارة، للاستفادة من تجربة الدار البيضاء، مذكرا أن نحو ثلاثين خبيرا من عشرين دولة من أوروبا وإفريقيا وأمريكا سيشاركون في مختلف المبادرات التي ستطرح على مدى يومين من عمر هذا الملتقى. من جهته، أوضح عثمان شريف العلمي، رئيس المجلس الجهوي للسياحة بالدار البيضاء - سطات (CRTCS)، شريك هذا الحدث، أن فهم الإدارة الترابية والسياحية يتم عبر البحث في نموذج علمي جديد وشامل مع المواطن ومن أجله ولفائدته.

وأكد أن هذه الإشكالية الموجودة في كل مكان بإفريقيا يجب أن تشكل حجر الزاوية للتسويق الترابي حيث يتم إشراك المواطن بالكامل في المقاربة والتنفيذ والأفاق التنموية، من أجل تحقيق نتائج مسؤولة وقبل كل شيء مستدامة. من جهة أخرى، أعلن شريف العلمي عن إنشاء أول منتدى أفريقي للسياحة بالدار البيضاء والذي سيعقد يوم الأربعاء، في إطار Africa Place Marketing، حيث سيتناول موضوعين من المواضيع الراهنة، ويتعلق الأمر بكل من "التنقل القاري، دعامة لتنمية السياحة في أفريقيا" و"تسويق السياحة الترابية: نهج مستدام لأفريقيا".

يعد Africa Place Marketing، الذي يندرج في إطار استراتيجية الجاذبية "WeCasablanca"، مشروعاً جماعياً ومشاركاً للجاذبية، يعكس طموح الدار البيضاء في أن تصبح وجهة رئيسية للمشاركة والتبادل والبناء المشترك والتنمية في مجال التسويق الترابي.

وقد اختارت شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات، الرائدة في نهج الجاذبية "WeCasablanca"، المراهنة على علامة تجارية عالمية لتعزيز جاذبية وضيافة العاصمة الاقتصادية.

انعقاد الدورة الثالثة للملتقى Africa Place Marketing بالدار البيضاء



من عشرين دولة من أوروبا وأفريقيا وأمريكا سيشاركون في مختلف المبادرات التي ستطرح على مدى يومين من عمر هذا الملتقى. من جهته، أوضح عثمان شريف العلمي، رئيس المجلس الجهوي للسياحة بالدار البيضاء - سطات (CRTCS)، شريك هذا الحدث، أن فهم الإدارة الترابية والسياحية يتم عبر البحث في نموذج علمي جديد وشامل مع المواطن ومن أجله ولفائدته.

وأكد أن هذه الإشكالية الموجودة في كل مكان بإفريقيا يجب أن تشكل حجر الزاوية للتسويق الترابي حيث يتم إشراك المواطن بالكامل في

انطلقت أول أمس الثلاثاء بالدار البيضاء الدورة الثالثة للملتقى السنوي "Africa Place Marketing" المنظم على مدى يومين تحت شعار "المشاركة المواطنة من أجل تسويق ترابي مستدام وشامل".

ويشكل هذا الملتقى الإفريقي، المنظم من طرف شركة التنمية المحلية الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات، والذي افتتحت أشغاله بحضور وزير التعليم العالي والبحث العلمي والابتكار، عبد اللطيف ميراوي، فرصة سانحة أمام المشاركين لتدارس ومناقشة المكانة التي يجب أن يحتلها المواطن في نهج جاذبية المدن الأفريقية.

المعاربة والسعي والإبداع التكنولوجي، من أجل تحقيق نتائج مسؤولة وقبل كل شيء مستدامة. من جهة أخرى، أعلن شريف العلمي عن إنشاء أول منتدى أفريقي للسياحة بالدار البيضاء والذي سيعقد يوم الأربعاء، في إطار Africa Place Marketing، حيث سيتناول موضوعين من المواضيع الراهنة، ويتعلق الأمر بكل من "التنقل القاري، دعامة للتنمية السياحية في أفريقيا" و"تسويق السياحة الترابية: نهج مستدام لأفريقيا".

يعد Africa Place Marketing، الذي يندرج في إطار استراتيجية الجاذبية "WeCasablanca"، مشروعاً جماعياً ومشاركياً للجاذبية، يعكس طموح الدار البيضاء في أن تصبح وجهة رئيسية للمشاركة والتبادل والبناء المشترك والتنمية في مجال التسويق الترابي.

وقد اختارت شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات، الرائدة في نهج الجاذبية "WeCasablanca"، المراهنة على علامة تجارية عالمية لتعزيز جاذبية وضيافة العاصمة الاقتصادية.

ويعد هذا النهج، الذي يهدف إلى تعزيز الجاذبية السياحية للبيضاء للتنشيط والتظاهرات محمد الجواهري، أن الوقت قد حان لوضع المواطن في صلب نهج الجاذبية الترابية، مشيراً إلى أنه على مستوى المدن الأفريقية، أضحت المشاركة المواطنية ضرورية في الحياة المجتمعية، وفقاً لتوصيات النموذج التكنولوجي الجديد. وأضاف أن الدار البيضاء تعد أول مدينة أفريقية تتبنى نهج الجاذبية من خلال إنشاء العلامة التجارية "WeCasablanca" في سنة 2016 والتي تهدف إلى مواكبة الدينامية التي أطلقها المخطط التكنولوجي للمدينة، وهي تجربة أفريقية رائدة تجعل من العاصمة الاقتصادية منصة محورية للتبادلات والتأملات حول رهانات وممارسات وتوجهات التسويق الترابي في إفريقيا. وأوضح الجواهري أن تظاهرة Africa Place Marketing تهدف لأن تشكل موعداً مرجعياً لتبادل الرؤى حول التسويق الترابي، مع مساهمة مختلف الأطراف المتدخلة في حكامه المدن الأفريقية بشكل يفسح المجال أمام دول القارة، للاستفادة من تجربة الدار البيضاء، مؤكداً أن نحو ثلاثين خبيراً

Africa Place Marketing : La participation du citoyen dans la vie communautaire est plus que nécessaire (Experts)

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 7,590
IMPRESSIONS	20,514	MUV	820,560		
TAGS	WeCasablanca CasaEvents Mohamed Jouahri Vérfifié				

Des experts, des chercheurs et des professionnels en marketing et gestion territoriale prennent part à la 3e édition de l'Africa Place Marketing. L'événement, dont le coup d'envoi a été donné mardi 29 novembre, met l'accent sur la participation des citoyens dans le développement et l'attractivité des métropoles africaines.

La 3e édition de l' Africa Place Marketing , dont le coup d'envoi a été donné mardi 29 novembre par Casablanca Events & Animation , rassemble des experts, des chercheurs et des professionnels en marketing et gestion territoriale. Ils sont tous venus pour échanger et débattre autour de la thématique : « Participation citoyenne , pour un marketing territorial , durable et inclusif »

S'exprimant à cette occasion, le DG de Casablanca Events & Animation, Mohamed Jouahri a souligné que le temps était venu de mettre le citoyen au centre de la démarche d'attractivité des territoires, notant qu'au niveau des villes africaines, la participation du citoyen devient nécessaire dans la vie communautaire, conformément aux recommandations du Nouveau modèle de développement. Et d'ajouter que Casablanca est la première ville africaine à se doter d'une démarche d'attractivité en vertu de la création en 2016 de la marque " WeCasablanca " destinée à accompagner la dynamique enclenchée par le plan de développement de la métropole, une expérience africaine pionnière qui fait de la Capitale économique une plateforme incontournable d'échanges et de réflexions autour des enjeux, pratiques et tendances du marketing territorial en Afrique .

Pour sa part, Othman Cherif Alami , président du Conseil régional du tourisme de



Casablanca-Settat (CRT-CS), partenaire de l'événement, a expliqué que la compréhension de la gestion du territoire et tourisme se recherche dans un nouveau modèle scientifique et inclusif avec le citoyen et pour le citoyen et dans l'intérêt du citoyen. « Cette problématique qui existe partout en l'Afrique devrait constituer la pierre angulaire d'un marketing territorial où le citoyen est complètement inclus dans l'approche, la mise en œuvre et les perspectives de développement, ainsi nous parviendrons à des résultats responsables et surtout durables », a-t-il affirmé.

A noter que la cérémonie inaugurale de cet événement s'est déroulée en présence du ministre de l'Enseignement supérieur, de la recherche scientifique et de l'innovation, Abdellatif Miraoui .

Rappelons, par ailleurs, que l'Africa Place Marketing, faisant partie intégrante de la démarche d'attractivité "WeCasablanca", est un projet collectif qui traduit l'ambition de Casablanca à devenir un lieu incontournable de partage, d'échange, de co-construction et de développement dans le domaine du marketing territorial. ✱

انعقاد الدورة الثالثة لملتقى Africa Place Marketing بالدار البيضاء

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Blog
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	Arabic	AVE	\$ 1,403
IMPRESSIONS	3,791	MUV	151,640		
TAGS	CasaEvents WeCasablanca Vérifié				

شكرا على الإبلاغ! سيتم حجب هذه الصورة تلقائيا عندما يتم الإبلاغ عنها من طرف عدة أشخاص.

انعقاد الدورة الثالثة لملتقى Africa Place Marketing بالدار البيضاء بيان اليوم نشر في بيان اليوم يوم 30 - 11 - 2022

انطلقت أول أمس الثلاثاء بالدار البيضاء الدورة الثالثة للملتقى السنوي "Africa Place Marketing" المنظم على مدى يومين تحت شعار "المشاركة المواطنة من أجل تسويق ترابي مستدام وشامل".

ويشكل هذا الملتقى الإفريقي، المنظم من طرف شركة التنمية المحلية الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات، والذي افتتحت أشغاله بحضور وزير التعليم العالي والبحث العلمي والابتكار، عبد اللطيف ميراي، فرصة سانحة أمام المشاركين لندارس ومناقشة المكانة التي يجب أن يحتلها المواطن في نهج جاذبية المدن الأفريقية.

وفي كلمة بالمناسبة، أكد المدير العام لشركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات محمد الجواهري، أن الوقت قد حان لوضع المواطن في صلب نهج الجاذبية الترابية، مشيرا إلى أنه على مستوى المدن الأفريقية، أضحت المشاركة المواطنة ضرورية في الحياة المجتمعية، وفقا لتوصيات النموذج التنموي الجديد. وأضاف أن الدار البيضاء تعد أول مدينة أفريقية تتبنى نهج الجاذبية من خلال إنشاء العلامة التجارية "WeCasablanca" في سنة 2016 والتي تهدف إلى مواكبة الدينامية التي أطلقها المخطط التنموي للمدينة، وهي تجربة أفريقية رائدة تجعل من العاصمة الاقتصادية منصة محورية للتبادلات والتأملات حول رهانات وممارسات وتوجهات التسويق الترابي في إفريقيا.

وأوضح الجواهري أن تظاهرة Africa Place Marketing تهدف لأن تشكل موعدا مرجعيا لتبادل الرؤى حول التسويق الترابي، مع مساهمة مختلف الأطراف المتدخلة في حكمة المدن الأفريقية بشكل يفسح المجال أمام دول القارة، للاستفادة من تجربة الدار البيضاء، مذكرا أن نحو ثلاثين خبيرا من عشرين دولة من أوروبا وأفريقيا وأمريكا سيشاركون في مختلف المبادرات التي ستطرح على مدى يومين من عمر هذا الملتقى، من جهته، أوضح عثمان شريف العلمي، رئيس المجلس الجهوي للسياحة بالدار البيضاء - سطات (CRTCS)، شريك هذا الحدث، أن فهم الإدارة الترابية والسياحية يتم عبر البحث في نموذج علمي جديد وشامل مع المواطن ومن أجله وفائدته.

وأكد أن هذه الإشكالية الموجودة في كل مكان بإفريقيا يجب أن تشكل حجر الزاوية للتسويق الترابي حيث يتم إشراك المواطن بالكامل في المقاربة والتنفيذ والأفاق التنموية، من أجل تحقيق نتائج مسؤولة وقبل كل شيء مستدامة. من جهة أخرى، أعلن شريف العلمي عن إنشاء أول

منتدى أفريقي للسياحة بالدار البيضاء والذي سيعقد يوم الأربعاء، في إطار Africa Place Marketing، حيث سيتناول موضوعين من المواضيع الراهنة، ويتعلق الأمر بكل من "التنقل القاري، دعامة لتنمية السياحة في أفريقيا" و"تسويق السياحة الترابية: نهج مستدام لأفريقيا".

يعد Africa Place Marketing، الذي يندرج في إطار استراتيجية الجاذبية "WeCasablanca"، مشروعاً جماعياً ومشاركياً للجاذبية، يعكس طموح الدار البيضاء في أن تصبح وجهة رئيسية للمشاركة والتبادل والبناء المشترك والتنمية في مجال التسويق الترابي.

وقد اختارت شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات، الرائدة في نهج الجاذبية "WeCasablanca"، المراهنة على علامة تجارية عالمية لتعزيز جاذبية وضيافة العاصمة الاقتصادية.

انقر هنا لقراءة الخبر من مصدره.

مواضيع ذات صلة الدار البيضاء تطلق تظاهرة مخصصة للتسويق الترابي شركة "الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات" تنظم "AfricaPlace Marketing" "كازا إيفنت" تقارب موضوع الجاذبية الترابية للحواضر الأفريقية في منتدى "Africa Place Marketing" انطلاق فعاليات النسخة الثانية لمنتدى "Africa Place Marketing" "كازا إيفنت" تنظم النسخة الثانية من "Africa Place Marketing" ❀

LE360 (MA-FR)

Wed, 30 Nov 2022

Forum africain du tourisme de Casablanca: quelles pistes pour booster le secteur au niveau du continent?

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 5,131
IMPRESSIONS	13,868	MUV	554,720		
TAGS	CasaEvents Vérfié				

Réunis dans le cadre du Forum africain du tourisme de Casablanca, des experts, des professionnels du tourisme et des chercheurs marocains et africains se sont penchés sur la question de la mobilité continentale comme levier de développement touristique et du marketing territorial touristique et démarche durable pour l'Afrique.

Dans le cadre de la 3^e édition de l'évènement «Africa Place Marketing», le Conseil régional du tourisme (CRT) de Casablanca-Settat a organisé, ce mercredi 30 novembre 2022 à Casablanca, en partenariat avec Casa Event & Animation, la première édition du Forum africain du tourisme de Casablanca (FATC).

Ce forum a réuni des experts, des professionnels du tourisme et des chercheurs marocains et africains autour de deux thèmes: «Mobilité continentale» et «Marketing territorial touristique». Le focus a ainsi été mis sur la promotion et le développement du tourisme intra-africain et les moyens permettant de relever les différents défis qui entravent le développement du tourisme continental en Afrique.

Des potentialités «incroyables»

«Notre continent a des potentialités touristiques naturelles et culturelles incroyables», a souligné Othmane Chérif Alami, président du CRT Casablanca-Settat. Représentant environ 10% du PIB africain, le tourisme est ainsi l'un des moteurs principaux de la création de richesse du continent, a-t-il ajouté.

Par ailleurs, ce secteur continue à réaliser des avancées importantes. D'après le président du CRT Casablanca-Settat, la progression du tourisme africain est «réelle et significative», et les chiffres en attestent.

«Entre 2010 et 2018, la part des voyageurs internationaux en Afrique subsaharienne a augmenté de 4,4%, soit 43 millions de touristes en 2018. En parallèle, les revenus ont augmenté de 7% pour atteindre plus de 23 milliards d'euros en 2018. En 2019, l'Afrique a accueilli 84 millions de touristes», a-t-il souligné.

Le même constat a été partagé par Hamid Bentahar, président de la Confédération nationale du tourisme (CNT), qui a estimé que «la diversité est une richesse, et l'Afrique est une terre de diversité». De ce fait, a-t-il ajouté, «beaucoup de pays africains sont déjà à des niveaux importants de récupération du trafic touristique».

Des freins qui persistent

Si le continent offre d'innombrables destinations touristiques uniques, aussi bien par la beauté de leur nature que par la richesse de leur histoire, celles-ci n'attirent pas autant de touristes africains qu'attendu, a fait remarquer Othmane Chérif Alami, qui considère que la mobilité africaine reste réduite pour plusieurs raisons.

«La mobilité continentale africaine est malheureusement entravée par des problématiques d'obtention de visas touristiques et de disponibilité d'une offre aérienne adaptée et au juste prix», a-t-il regretté. D'après lui, si l'Afrique «a été le continent ayant le plus souffert de la baisse des arrivées en période de pandémie», c'est justement parce que ces problématiques empêchent le continent d'attirer des touristes africains et freinent le développement ses territoires.

Abordant le même point, le président de la CNT a souligné: «cette crise nous a montré que pour être plus résilients, il faut s'occuper d'abord du marché interne et du consommateur local. Le tourisme intra-africain aurait pu sauver la mise, encore faut-il lever les freins».

Un autre défi a été relevé par Khaled El-Enany, ancien ministre du Tourisme et des Antiquités d'Égypte, égyptologue et professeur universitaire: la faiblesse des investissements. «Il existe une démotivation des investisseurs à investir dans le tourisme en Afrique pour des raisons diverses. Pour quelques pays, c'est la perception d'instabilité et d'avoir quelques risques. Je crois qu'on ne donne pas assez d'avantages aux investisseurs», a-t-il expliqué.

Quelles pistes de solutions?

Pour développer le tourisme intra-africain, les opérateurs du continent n'ont pas à aller loin pour trouver des solutions. «Il y a des idées à prendre dans chacun des pays africains, et il y a de bonnes pratiques partout dans le continent», indique Hamid Bentahar, insistant sur l'importance d'«une collaboration élargie» et de «partager les expériences».

Et c'est dans cet esprit d'échange que Khaled El-Enany a partagé l'expérience de son pays, l'Égypte, qui enregistre aujourd'hui un taux de récupération du tourisme de 100% par rapport à 2019. Ambitionnant d'attirer plus de touristes africains, cet ex-ministre a fait savoir que son ancien département a opté pour deux mesures principales: proposer des tarifs préférentiels aux visiteurs en provenance du continent et simplifier la procédure d'obtention de visas.

Pour sa part, Khouadio Marcel Gougou, président du Réseau africain des professionnels du tourisme (RAPT), a indiqué que le tourisme intra-africain ne peut réaliser son vrai potentiel qu'«à la seule condition de favoriser la mobilité aérienne».

Cela nécessite, selon lui, des réformes en profondeur au niveau continental, telles qu'une procédure de demande de visa tourisme 100% en ligne, la suppression de certaines taxes sur les billets d'avion et la mise en œuvre du protocole sur la libre circulation des personnes en Afrique.

Une autre recommandation partagée par le président du RAPT est inspirée de l'expérience marocaine. Il s'agit de la mise en place un «Plan Kounouz Biladi» africain proposant des packages de différents opérateurs africains avec des tarifs de transport aérien préférentiels.

✱

H24INFO

Wed, 30 Nov 2022

Première édition du Forum Africain du tourisme de Casablanca

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 1,978
IMPRESSIONS	5,345	MUV	213,800		
TAGS	Région Casablanca Settat CasaEvents Vérfifié				

Le Conseil Régional du tourisme de Casablanca Settat a tenu ce mercredi 30 novembre, en partenariat avec Casa Event & Animation, la première édition du Forum Africain du Tourisme de Casablanca (FATC).

Organisé dans le cadre de la 3e édition de l'Africa Place Marketing qui se déroule du 29 au 30 novembre 2022 au Sofitel Tour Blanche Casablanca, le FATC a été l'occasion de débattre des préoccupations urgentes pour le développement du tourisme africain.

Deux thèmes ont été sélectionnés pour cette édition: Mobilité continentale et Marketing territorial touristique.

«La mobilité continentale africaine est malheureusement entravée par des problématiques d'obtention de visas touristiques et de disponibilité d'une offre aérienne adaptée et au juste prix. Ce contexte freine le développement des territoires africains qui pourtant disposent de potentialités touristiques importantes», a déclaré Othmane Chérif Alami, président du CRT Casablanca Settat.

Le tourisme intra-africain est un secteur en développement à condition de mieux marketer les territoires. Développer le tourisme intra-africain repose donc sur la prise en considération du touriste dans la démarche du marketing territorial. Des experts, des professionnels du tourisme et des chercheurs marocains et africains ont discuté, lors de ce forum, de la mobilité continentale comme levier de développement touristique et du marketing territorial touristique comme démarche durable pour l'Afrique.

Lire aussi : Vidéo. Tourisme: TF1 vante les nouveaux atouts du Maroc

Dans son intervention lors du 2e panel, l'invité d'honneur du Forum Africain du tourisme de Casablanca, Khaled El-Enany, ancien ministre du Tourisme et des antiquités d'Égypte, égyptologue et professeur universitaire, a présenté une série d'actions mises en place en Égypte en collaboration avec le citoyen dans le cadre de la préservation et la valorisation du pays.

Il a également parlé de l'importance d'intégrer le citoyen dans l'environnement du projet touristique et non l'exclure en citant l'exemple de Gizah où se trouvent les célèbres pyramides. Lors de la construction d'infrastructures touristiques environnantes, les quelque 1600 habitants du secteur se sont vus offrir des abris pour leur chameaux ou des échoppes pour leur commerces.

De son côté, Safall Fall, directeur BU Afrique – Mazars, attire l'attention sur les leviers du marketing territorial touristique. Seulement 20% des investisseurs soulèvent le levier fiscal, viennent ensuite ceux des opportunités et des ressources humaines, a-t-il expliqué.

Souleymane Khol, COO du groupe hôtelier panafricain Onomo présent dans 13 pays d'Afrique, s'est dit d'abord satisfait que le secteur soit quasiment revenu aux performances de 2019. « Le message que j'ai envie de passer concernant le marketing territorial, c'est qu'il faut le considérer comme un produit comme un autre. Il faut connaître sa vision et les leviers pour la traduire en réalité », a-t-il développé.

L'ambition des hôtels Onomo est de cibler la classe moyenne et proposer des hôtels à l'image de la culture du pays. « Le marketing territorial a pour but de valoriser l'identité locale et montrer les spécificités de chaque territoire donc notre levier, c'est la culture », a-t-il ajouté.

L'enseignant chercheur de l'Université Cadi Ayyad à Marrakech, Larbi Safaa, a fait sa présentation au sujet du « marketing touristique créatif » et le rôle de la classe créative. Il a alerté notamment sur le risque de « tomber rapidement dans le folklorisme ».

A propos de folklorisme, Othmane Cherif Alami, président du CRT Casablanca-Settat a raconté une anecdote personnelle: « Il m'est arrivé d'accueillir des touristes avec du folklore marocain sans prendre le temps d'expliquer le message porté derrière ou la signification. J'étais resté dans l'image Instagram de l'époque, et au cours de ma vie, j'ai commencé à changer cette perception et cette mise en folklorisation ».

« Nous ne voulons pas fragiliser notre patrimoine et notre Afrique. Ne plus folkloriser les habitants, les traditions ni la culture, voilà peut-être le sujet de la deuxième édition », a-t-il confié.

Invité également à l'événement, le philosophe Ali Benmakhlouf a évoqué selon lui « l'importance de penser la convergence entre sites culturels et la biodiversité en évitant son érosion et celle de notre patrimoine culturel dit immatériel ». « Le patrimoine mondial, pour quel usage? », s'est-il interrogé, mentionnant « le déficit de représentativité des sites en Afrique ».

« Beaucoup de pays voudraient inscrire plus de sites culturels et naturels au patrimoine mondial, mais il faut aussi se demander pour quelles fonctionnalités. Il faut certes élargir les sites mais pas selon les mêmes critères de 1972 où il s'agissait surtout de monuments. Or, en Afrique, nous n'avons pas de monument à patrimonialiser mais des chemins pastoraux laissés à la spéculation foncière. Il faut réfléchir à de nouveaux critères d'inscription sur la liste du patrimoine mondial », a-t-il détaillé.

Lire aussi : Vidéo. Journée mondiale du tourisme: comment repenser le secteur au Maroc?

Le penseur évoque une « vision évolutive et fonctionnelle du patrimoine » avec une valeur d'usage. Il préfère parler de participation des acteurs locaux plutôt que des citoyens, qu'il faut consulter. « Par exemple, l'agriculteur est le meilleur acteur du patrimoine et il n'est pas consulté », a-t-il regretté.

Ali Bemakhlouf a également cité « la menace de l'érosion des savoirs locaux liée à l'interaction avec l'environnement ». « L'avenir de la convention de 1972, c'est toujours plus de convergence avec la convention sur le patrimoine immatériel et celle de la biodiversité », a-t-il prédit.

Et de poursuivre: « Pourquoi le Maroc porte-t-il toute son attention sur les 14% de plaines fertiles? Les 86% restant n'attirent pas l'attention. C'est une menace par le développement de la monoculture qui rend la terre plus fragile ».

« Il faut écouter les acteurs locaux et la société dans son ensemble. Plus on approfondit sa propre culture, plus on rejoint les autres cultures », a-t-il conclu.

Selon l'Organisation mondiale du tourisme, le secteur du tourisme est en passe d'atteindre 65% de son niveau avant-crise d'ici fin 2022. Pour le Maroc, les professionnels du tourisme tablent sur 10 millions d'arrivées de touristes en 2022 soit plus de 75% du total des touristes de 2019. On devrait boucler l'année avec 80 milliards de dirhams de revenus touristiques soit une dépense de 800 dollars par touriste. ❁

M24 TV 

Wed, 30 Nov 2022

Casablanca: la 3ème édition de l'Africa Place Marketing sous le signe de la participation citoyenne

SENTIMENT	Positive	MEDIA TYPE	TV	OUTLET COUNTRY	Morocco
OUTLET LANGUAGE	Arabic	AVE	\$ 0	IMPRESSIONS	0
VIEWERSHIP	0	PROGRAM	N/A	AIR TIME	N/A
DURATION	N/A				

TAGS

CasaEvents

Mohamed Jouahri

Vérfifié

Un événement pour placer le citoyen au centre du marketing territorial

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 1,893
IMPRESSIONS	5,116	MUV	204,640		
TAGS	CasaEvents Mohamed Jouahri Vérfié				

3ème symposium Africa Place Marketing à Casablanca

Le marketing territorial est aussi une affaire du citoyen. Le credo est véhiculé, mardi à Casablanca, le temps du 3ème symposium Africa Place Marketing, qui se poursuit jusqu'à ce mercredi, par les différents intervenants à cette rencontre. Il est, de plus, l'affaire de plusieurs secteurs allant du tourisme à l'économie, en passant par l'enseignement supérieur, de la recherche scientifique et de l'innovation.

Une jeunesse à préparer et une modélisation marocaine En ouverture de cette édition, le ministre Abdellatif Miraoui, qui s'inspire de la nature de son département pour s'exprimer sur une tendance vers une «université universelle», met le marketing au centre de ses préoccupations. Le responsable gouvernemental, qui s'appuie sur la régionalisation avancée, révèle l'impératif de «développer notre système socio-économique et de s'occuper de nos territoires». En d'autres termes, il s'agit, à son sens, de créer un écosystème pour des territoires puissants. A cet effet, il est, pour lui, question de «préparer la jeunesse voire de travailler sur des modèles marocains». Par la même occasion, il ressort les Assises régionales, initiées par le ministère qu'il chapeaute, pour travailler sur un modèle socioculturel régional avant de devenir national et international. «Il faut d'abord être fort localement. Il faut aussi institutionnaliser le travail des universités dans les régions pour préparer les leaders de demain dans la région. Ce qui permet également d'attirer les investisseurs», explicite-t-il. A propos de l'Afrique, qu'il qualifie de «beau continent et qui a une place à prendre», il estime qu'il «y a tout à faire». «Il vaut mieux construire que de rénover», avance-t-il.

Mobiliser le capital humain De son côté, le DG de Casa events et animation, Mohamed

Jouahri, abonde quasiment dans le même sens. «Il faut mobiliser le capital humain», insiste-t-il pour mettre l'accent sur l'implication du citoyen dans le territoire. Quant à l'Afrique, elle occupe pour lui une place prépondérante comme vecteur de développement. L'orateur s'appuie également sur le Nouveau modèle de développement qui met en avant l'apport de la jeunesse pour la construction stratégique pour justifier le choix de «la participation citoyenne; pour un marketing territorial durable et inclusif» comme thème de cet événement. L'objectif ultime étant à son sens de «susciter le débat sur un marketing territorial adapté aux vérités africaines et basé sur l'implication du citoyen». Et ce n'est pas tout ! Il donne un avant-goût d'un autre événement dans la même manifestation.

Un 1er forum africain du tourisme Un forum qui se veut, d'après M. Jouahri, de révéler le «rôle du marketing pour développer des territoires à vocation touristique». L'occasion, pour lui, de «promouvoir les initiatives et actions entreprises pour un cadre attractif pour l'Afrique». Le tout en mettant en avant l'apport de la jeunesse africaine outre une construction respectueuse de nos identités africaines. Egalement, le président du Conseil régional du tourisme Casablanca-Settat, Othmane Cherif Alami, saisit son passage pour annoncer «le lancement avec le ministre et le président de la Confédération nationale du tourisme (CNT), Hamid Bentaher d'une chaire dédiée au tourisme dans une université en 2023». L'intervenant, qui évoque les dernières performances du secteur, révèle également une étude dont il ressort le développement du tourisme dans les territoires ruraux. «80% des territoires sont ruraux à Casablanca-Settat», détaille-t-il. De quoi, à son sens, trouver, entre autres, une solution à l'emploi. Par la même occasion, il révèle, pour la région, des projets de palais des congrès dans la métropole et de promotion du tourisme d'affaires et de loisirs à El Jadida. «A ce forum de Casablanca, il faut poser les vraies questions. La réalité n'est pas au rendez-vous du tourisme africain», poursuit-il à propos du continent en s'exprimant même sur un tourisme intra-africain sans omettre «we casablanca». ❁

SNRTNEWS (MA-FR)

Wed, 30 Nov 2022

Un Forum africain du tourisme voit le jour à Casablanca

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 1,613
IMPRESSIONS	4,360	MUV	174,400		
TAGS	CasaEvents Vérfié				

Le Conseil régional du tourisme de Casablanca-Settat a organisé ce mercredi matin, en partenariat avec Casa Event & Animation, la première édition du Forum africain du tourisme de Casablanca (FATC).

C'est parti pour le Forum africain du tourisme de Casablanca (FATC), qui a tenu sa première édition ce mercredi dans la métropole économique. Organisé dans le cadre de la 3e édition de l'Africa Place Marketing, le FATC est l'occasion de débattre des préoccupations urgentes pour le développement du tourisme africain. Deux thèmes ont été sélectionnés pour cette édition: mobilité continentale et marketing territorial touristique.

Des invités de marque pour cette première édition du FATC: Hamid Bentahar, président CNT, Ilham Kazzini, directeur pôle commercial RAM ainsi que des professionnels africains du tourisme dont Kouadio Marcel Gougou, président RAPT Côte d'Ivoire et Tasneem Adamji, Founder & CEO African Quest Safaris Limited au Kenya. ✨

MEDI1 TV 

Wed, 30 Nov 2022

Coup d'envoi de la 3e édition de Africa Place Marketing

SENTIMENT	Positive	MEDIA TYPE	TV	OUTLET COUNTRY	Morocco
OUTLET LANGUAGE	Arabic, French	AVE	\$ 0	IMPRESSIONS	580,066
VIEWERSHIP	580,066	PROGRAM	N/A	AIR TIME	N/A
DURATION	N/A				

TAGS

CasaEvents

Mohamed Jouahri

Vérfié

MAGHRESS (FR)

Wed, 30 Nov 2022

Marketing territorial: l'implication citoyenne est indispensable

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Blog
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 1,403
IMPRESSIONS	3,791	MUV	151,640		
TAGS	SDL Vérfifié				

Merci d'avoir signalé! Cette image sera automatiquement bloquée après qu'elle soit signalée par plusieurs personnes.

Marketing territorial: l'implication citoyenne est indispensable Les ECO Publié dans Les ECO le 30 - 11 - 2022

Le marketing territorial connaît une forte adhésion des acteurs. Afin d'accompagner la dynamique enclenchée par le plan de développement à l'horizon 2020, Casablanca , qui se veut pionnière du marketing territorial au niveau continental, abrite la 3e édition de l'événement Africa Place Marketing, jusqu'au 30 novembre.

Pour vanter l'attractivité du Maroc, il faut nécessairement passer par la réalisation d'un diagnostic territorial approfondi. Ce n'est qu'avec une analyse de données du terrain quantitatives et qualitatives qu'on pourra faire valoir les ressources originales et spécifiques du territoire, qui, à leur tour, vont orienter la politique et stratégie du marketing territorial. Organisé par la Société de développement local «Casablanca Events et Animation», Africa Place Marketing est un symposium international ayant pour objectif le partage d'expérience, la veille et l'intelligence territoriale, la rencontre entre les experts et les parties prenantes, la formation aux meilleures pratiques du marketing territorial et la co-construction d'une réflexion autour d'un marketing territorial adapté aux territoires africains. Décliné en deux journées de travaux et discussions, l'intérêt de ce symposium est de susciter le débat et de développer une réflexivité pour construire et développer ce que serait éventuellement une démarche marketing territorial adaptée aux territoires africains.

A la question concernant les principaux leviers nécessaires pour mettre en marche la

démarche du marketing territorial au Maroc, Yasmine Alaoui, professeur-chercheuse, docteur en marketing territorial, répond aux Inspirations ECO en indiquant qu'«il faut avant tout penser à insuffler l'état d'esprit marketing, le marketing souffre d'une vision assez dévalorisante». L'experte explique que le marketing territorial est une démarche inversée. «Il faut partir de la vérité du territoire, savoir ce qu'on est. C'est pourquoi on a établi plusieurs études identitaires et un diagnostic territorial. C'est la phase qui prend le plus de temps». Et d'ajouter que, par la suite, il faudra développer des démarches scientifiques et consistantes avec des études de marché rigoureuses, souligne-t-elle. Ainsi, et toujours selon Yasmine Alaoui, trois leviers sont nécessaires.

Elle cite en premier lieu le besoin d'insuffler l'état d'esprit territorial. Vient ensuite le fait de repenser le mode de gouvernance territoriale et de le transposer en un mode de gouvernance endogène. «Il faut que les participants du territoire aient cette volonté de développer le territoire», fait savoir la chercheuse. Et, enfin, prendre connaissance et conscience du fait que l'habitant représente non seulement le territoire, mais subit également la stratégie politique.

Kenza Aziouzi / Les Inspirations ÉCO

[Cliquez ici pour lire l'article depuis sa source.](#)

Lire aussi [Vers un marketing territorial basé sur l'implication citoyenne](#) Le 2ème symposium "Africa Place Marketing", les 24 et 25 novembre à Casablanca [Le 2ème symposium «Africa Place Marketing», les 24 et 25 novembre à Casablanca](#) 2ème édition du symposium « Africa Place Marketing » prévue le 24 et 25 novembre [2ème édition du symposium « Africa Place Marketing » les 24 et 25 novembre](#) ❁

L'université, levier de rayonnement des territoires

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 46
IMPRESSIONS	125	MUV	5,000		
TAGS	SDL CasaEvents Vérfié				

La valorisation des territoires constitue la clé de voûte de toute stratégie de développement, tel qu'il ressort des recommandations du Nouveau modèle de développement (NMD) qui a consacré un axe stratégique à part entière aux territoires, a affirmé, mardi à Casablanca, le ministre de l'Enseignement supérieur, de la Recherche scientifique et de l'Innovation, Abdellatif Miraoui.

S'exprimant lors de la séance inaugurale de la 3ème édition du rendez-vous annuel "Africa Place Marketing" qui se tient à l'initiative de la société de développement local Casablanca Events & Animation, M. Miraoui a souligné l'importance de la valorisation des territoires de manière à permettre aux régions, villes et localités de s'émanciper et de se développer de manière autonome.

A ce titre, le ministre est revenu sur les Assises régionales du Plan d'accélération de la transformation de l'écosystème de l'enseignement supérieur, de la recherche scientifique et de l'innovation (PACT-ESRI 2030), qui place l'université au cœur de la dynamique de développement territoriale pour qu'elle puisse remplir sa vocation nationale et internationale.

Ces Assises ont impliqué les différents acteurs des régions du Royaume, y compris les opérateurs économiques et le monde associatif, en plus des acteurs de l'écosystème universitaire, dans l'objectif d'examiner les moyens d'édifier une université à la fois consciente des enjeux internationaux et profondément ancrée dans son territoire, a expliqué M. Miraoui.

Et de préciser qu'au terme de ces Assises, 3.000 recommandations ont été formulées et 127 conventions de coopération conclues entre universités et acteurs régionaux, avec l'idée de

promouvoir une coopération durables et institutionnalisées de nouvelle génération entre l'Université et la Région, pour préparer les jeunes aux défis de demain et faire éclore les avantages compétitifs et leviers d'attractivité des territoires.

Pour ce qui est des outils et mécanismes d'opérationnalisation pour un partenariat Université-Région à forte valeur ajoutée, M. Miraoui a appelé, notamment, à la participation des structures de recherche universitaires aux appels d'offres lancés par les régions et à la mise en place d'observatoires régionaux et centres de prospective territoriale, à des fins d'éclairage des décideurs régionaux.

Considérant l'université comme un levier de rayonnement des territoires et d'attractivité, le ministre a fait observer que l'excellence en matière de formation et de recherche donne de la visibilité continentale et internationale à l'université aux retombées positives sur la région. Sur le plan économique, l'université attire sur les territoires les investissements nationaux et internationaux en quête de ressources humaines de qualité, a-t-il noté.

Parallèlement, M. Miraoui a insisté sur l'importance de développer des filières de formation adaptées aux besoins du tissu productif à l'échelle territoriale, et de renforcer les capacités des ressources humaines des collectivités territoriales via des programmes recherche-action centrés sur les priorités régionales et offrant des solutions pratiques et innovantes aux problématiques locales.

Sur les deux journées de travaux et de discussions de la 3ème édition du rendez-vous annuel "Africa Place Marketing", qui est placée sous le thème "Participation citoyenne, pour un marketing territorial, durable et inclusif", les participants examineront la place que devrait occuper le citoyen dans la démarche d'attractivité des villes africaines.

Les intervenants nationaux et internationaux, en leurs qualités d'experts, chercheurs et professionnels en marketing et gestion territoriale, seront invités à partager leurs expertises et leurs expériences concernant les différents aspects de la gouvernance territoriale avec un accent particulier sur la participation citoyenne à l'attractivité et aux plans de développement des métropoles africaines. ✱

Marketing territorial: l'implication citoyenne est indispensable

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 1,133
IMPRESSIONS	3,061	MUV	122,440		
TAGS	SDL Vérfifié				

Le marketing territorial connaît une forte adhésion des acteurs. Afin d'accompagner la dynamique enclenchée par le plan de développement à l'horizon 2020, Casablanca, qui se veut pionnière du marketing territorial au niveau continental, abrite la 3e édition de l'événement Africa Place Marketing, jusqu'au 30 novembre.

Pour vanter l'attractivité du Maroc, il faut nécessairement passer par la réalisation d'un diagnostic territorial approfondi. Ce n'est qu'avec une analyse de données du terrain quantitatives et qualitatives qu'on pourra faire valoir les ressources originales et spécifiques du territoire, qui, à leur tour, vont orienter la politique et stratégie du marketing territorial. Organisé par la Société de développement local «Casablanca Events et Animation», Africa Place Marketing est un symposium international ayant pour objectif le partage d'expérience, la veille et l'intelligence territoriale, la rencontre entre les experts et les parties prenantes, la formation aux meilleures pratiques du marketing territorial et la co-construction d'une réflexion autour d'un marketing territorial adapté aux territoires africains. Décliné en deux journées de travaux et discussions, l'intérêt de ce symposium est de susciter le débat et de développer une réflexivité pour construire et développer ce que serait éventuellement une démarche marketing territorial adaptée aux territoires africains.

A la question concernant les principaux leviers nécessaires pour mettre en marche la démarche du marketing territorial au Maroc, Yasmine Alaoui, professeur-chercheuse, docteur en marketing territorial, répond aux Inspirations ÉCO en indiquant qu'«il faut avant tout penser à insuffler l'état d'esprit marketing, le marketing souffre d'une vision assez dévalorisante». L'experte explique que le marketing territorial est une démarche inversée. «Il faut partir de la vérité du territoire, savoir ce qu'on est. C'est pourquoi on a établi plusieurs études identitaires et un diagnostic territorial. C'est la phase qui prend le plus de temps». Et



d'ajouter que, par la suite, il faudra développer des démarches scientifiques et consistantes avec des études de marché rigoureuses, souligne-t-elle. Ainsi, et toujours selon Yasmine Alaoui, trois leviers sont nécessaires.

Elle cite en premier lieu le besoin d'insuffler l'état d'esprit territorial. Vient ensuite le fait de repenser le mode de gouvernance territoriale et de le transposer en un mode de gouvernance endogène. «Il faut que les participants du territoire aient cette volonté de développer le territoire», fait savoir la chercheuse. Et, enfin, prendre connaissance et conscience du fait que l'habitant représente non seulement le territoire, mais subit également la stratégie politique.

Kenza Aziouzi / Les Inspirations ÉCO ✱

التمثين الترابي حجر الزاوية في أي استراتيجية تنموية

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	Arabic	AVE	\$ 46
IMPRESSIONS	125	MUV	5,000		

TAGS

CasaEvents

Vérfifié

العالم 24، أكد السيد عبد اللطيف ميراي وزير التعليم العالي والبحث العلمي والابتكار أمس الثلاثاء بالدار البيضاء أن التمثين الترابي هو حجر الزاوية في أي استراتيجية تنموية، وهو ما نصت عليه توصيات النموذج التنموي الجديد (NMD) الذي تضمن محورا استراتيجيا خاصا بالمجالات الترابية. وأشار السيد ميراي، خلال الجلسة الافتتاحية للدورة الثالثة للملتقى السنوي "Africa Place Marketing" المنظمة بمبادرة من شركة التنمية المحلية Casablanca Events & Animation، على أهمية تمثين المجالات الترابية بشكل يسمح للجهات والمدن بالتحرك والتطور بشكل مستقل.

وفي هذا الصدد استحضرت الوزير المناظرات الجهوية لمخطط تسريع التحول بشأن منظومة التعليم العالي والبحث العلمي والابتكار (PACT-ESRI 2030)، والذي يضع الجامعة في صلب الدينامية التنموية الترابية حتى تتمكن من الإيفاء بمهمتها الوطنية والدولية.

وأشركت هذه المناظرات مختلف الفاعلين الجهويين بالمملكة بما في ذلك الفاعلين الاقتصاديين والمجتمع المدني، فضلا عن الفاعلين في المنظومة الجامعية، وذلك بهدف دراسة سبل بناء جامعة مدركة للتحديات والرهانات الدولية ومنجذرة في عمق مجالها الترابي.

وتمت الإشارة إلى أنه في ختام هذه المناظرات جرى صياغة 3000 توصية وإبرام 127 اتفاقية تعاون بين الجامعات والفاعلين الجهويين، وذلك بهدف تعزيز التعاون المستدام والمؤسسي، ثم إعداد الشباب لرفع تحديات المستقبل وإبراز المزايا التنافسية ورافعات جاذبية المجالات الترابية.

وبخصوص الأدوات والآليات التشغيلية للشراكة بين الجامعة والجهة ذات القيمة المضافة العالية، دعا السيد ميراي إلى مشاركة الهياكل البحثية الجامعية في طلبات العروض التي تطرحها الجهات، مع إنشاء مرصد جهوية والمراكز الاستباقية الترابية بغرض تقديم المشورة لصناع القرار الجهويين.

وأخذا بعين الاعتبار الجامعة كرافعة للتأثير المجالي والجاذبية، أشار الوزير إلى أن التميز في التكوين والبحث يمنح رؤية قارية ودولية للجامعة مع آثارها إيجابية على الجهة.

وعلى المستوى الاقتصادي، أشار إلى أن الجامعة تجلب للمجالات الترابية الاستثمارات الوطنية والدولية بحثا عن الموارد البشرية عالية الجودة.

وفي السياق ذاته، شدد السيد ميراي على أهمية تطوير فروع التكوين بشكل يستجيب لحاجيات النسيج الإنتاجي على مستوى المجال

التراحي، وتعزير قدرات الموارد البشرية للجماعات المحلية من خلال برامج العمل البحثي التي تركز على الأولوية الجهوية وتقديم حلول عملية ومبتكرة للمشاكل المحلية.

فعلى مدار يومين من عمر النسخة الثالثة للملتقى السنوي "Africa Place Marketing"، المنظمة تحت شعار "المشاركة المواطنة، من أجل تسويق إقليمي ومستدام وشامل"، يتدارس المشاركون في الملتقى المكانة التي يتعين على المواطن احتلالها بشأن جاذبية المدن الأفريقية.

وبناء عليه، فإن المتدخلين من خبراء وباحثين ومهنيين في التسويق وإدارة التراحيية، مدعوون لتبادل خبراتهم وتجاربهم بشأن مختلف جوانب الحكامة الإقليمية، مع التركيز بشكل خاص على المشاركة المواطنة في ما يتعلق بجاذبية المدن الأفريقية وخططها التنموية.

< جريدة إلكترونية مغربية

المصدر: map *

LES INSPIRATIONS ÉCO 

Wed, 30 Nov 2022

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 1,976
IMPRESSIONS	21,204	CIRCULATION	10602	DISTRIBUTION	Morocco
SECTION	General	PAGES	1, 7	SIZE	222.222 cc
TAGS	CasaEvents Vérfié				

MARKETING TERRITORIAL. L'IMPLICATION CITOYENNE EST INDISPENSABLE

P. 7

MARKETING TERRITORIAL

L'implication citoyenne est indispensable

Le marketing territorial connaît une forte adhésion des acteurs. Afin d'accompagner la dynamique enclenchée par le plan de développement à l'horizon 2020, Casablanca, qui se veut pionnière du marketing territorial au niveau continental, abrite la 3^e édition de l'événement Africa Place Marketing, jusqu'au 30 novembre.

Pour vanter l'attractivité du Maroc, il faut nécessairement passer par la réalisation d'un diagnostic territorial approfondi. Ce n'est qu'avec une analyse de données du terrain quantitatives et qualitatives qu'on pourra faire valoir les ressources originales et spécifiques du territoire, qui, à leur tour, vont orienter la politique et stratégie du marketing territorial. Organisé par la Société de développement local «Casablanca Events et Animation», Africa Place Marketing est un symposium international ayant pour objectif le partage d'expérience, la veille et l'intelligence territoriale, la rencontre entre les experts et les parties prenantes, la formation aux meilleures pratiques du marketing territorial et la co-construction d'une réflexion autour d'un marketing territorial adapté aux territoires africains. Décliné en deux journées de travaux et discussions, l'intérêt de ce symposium est de susciter le débat et de développer une réflexivité pour construire et développer ce que serait éventuellement une démarche marketing territorial adaptée aux territoires africains. A la question concernant les principaux leviers nécessaires pour mettre en marche la démarche du marketing territorial au Maroc, Yasmine Alaoui, professeur-chercheuse, docteur en marketing territorial, répond aux Inspirations ÉCO en indiquant qu'«il faut avant tout penser à insuffler l'état d'esprit marketing, le marketing souffre d'une vision assez dévalorisante». L'experte explique que le marketing territorial est une démarche inversée. «Il faut partir de la vérité du territoire, savoir ce qu'on est. C'est pourquoi on a établi plusieurs études identitaires et un diagnostic territorial. C'est la phase qui prend le plus de temps». Et d'ajouter que, par la suite, il faudra développer des démarches scientifiques et consis-

tantes avec des études de marché rigoureuses, souligne-t-elle. Ainsi, et toujours selon Yasmine Alaoui, trois leviers sont nécessaires. Elle cite en premier lieu le besoin d'insuffler l'état d'esprit territorial. Vient ensuite le fait

de repenser le mode de gouvernance territoriale et de le transposer en un mode de gouvernance endogène. «Il faut que les participants du territoire aient cette volonté de développer le territoire», fait savoir la chercheuse.

Et, enfin, prendre connaissance et conscience du fait que l'habitant représente non seulement le territoire, mais subit également la stratégie politique.

Kenza Aziouzi

L'OPINION 

Wed, 30 Nov 2022

Casablanca / Africa Place Marketing: Une 3ème édition les 29 et 30 novembre

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 931
IMPRESSIONS	83,000	CIRCULATION	41500	DISTRIBUTION	Morocco
SECTION	N/A	PAGE	11	SIZE	100 cc

TAGS

CasaEvents

Vérfié

Casablanca / Africa Place Marketing

Une 3^{ème} édition les 29 et 30 novembre

3ÈME ÉDITION

**AFRICA
PLACE
MARKETING**

wecasablanca

**LA PARTICIPATION CITOYENNE
POUR UN MARKETING TERRITORIAL
DURABLE ET INCLUSIF**

Les 29 & 30 Novembre 2022
Sofitel Casablanca Tour Blanche

Casablanca Events et Animation organise les 29 et 30 novembre 2022 au Sofitel Casablanca la troisième édition de l’Africa Place Marketing, sous la thématique «la participation citoyenne; pour un marketing territorial, durable et inclusif ».

Des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale participeront à cette édition qui sera marquée par la présence de représentants de territoires africains et internationaux figurant des cas d’école en la matière.



AUJOURD'HUI LE MAROC 

Wed, 30 Nov 2022

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 850
IMPRESSIONS	16,558	CIRCULATION	8279	DISTRIBUTION	Morocco
SECTION	General	PAGE	12	SIZE	333.333 cc

TAGS

- CasaEvents
- WeCasablanca
- Mohamed Jouahri
- Vérfifié

3ème symposium Africa Place Marketing à Casablanca

Un événement pour placer le citoyen au centre du marketing territorial

Salima Guisser

sguisser@aujourd'hui.ma

Le marketing territorial est aussi une affaire de citoyen. Le credo est véhiculé, mardi à Casablanca, le temps du 3ème symposium Africa Place Marketing, qui se poursuit jusqu'à ce mercredi, par les différents intervenants à cette rencontre. Il est, de plus, l'affaire de plusieurs secteurs allant du tourisme à l'économie, en passant par l'enseignement supérieur, de la recherche scientifique et de l'innovation.

Une jeunesse à préparer et une modélisation marocaine

En ouverture de cette édition, le ministre Abdellatif Miraoui, qui s'inspire de la nature de son département pour s'exprimer sur une tendance vers une «université universelle», met le marketing au centre de ses préoccupations. Le responsable gouvernemental, qui s'appuie sur la régionalisation avancée, révèle l'impératif de «développer notre système socio-économique et de s'occuper de nos territoires». En d'autres termes, il s'agit, à son sens, de créer un écosystème pour des territoires puissants. A cet effet, il est, pour lui, question de «préparer la jeunesse voire de travailler sur des modèles marocains». Par la même occasion, il ressort les Assises régionales, initiées par le ministère qu'il chapeaute, pour travailler sur un modèle socioculturel régional avant de devenir national et international. «Il faut d'abord



être fort localement. Il faut aussi institutionnaliser le travail des universités dans les régions pour préparer les leaders de demain dans la région. Ce qui permet également d'attirer les investisseurs», explicite-t-il. A propos de l'Afrique, qu'il qualifie de «beau continent et qui a une place à prendre», il estime qu'il «y a tout à faire». «Il vaut mieux construire que de rénover», avance-t-il.

Mobiliser le capital humain

De son côté, le DG de Casa events et animation, Mohamed Jouahri, abonde quasiment dans le même sens. «Il faut mobiliser le capital humain», insiste-t-il pour mettre l'accent sur l'implication du citoyen dans le territoire. Quant à l'Afrique, elle occupe pour lui

une place prépondérante comme vecteur de développement. L'orateur s'appuie également sur le Nouveau modèle de développement qui met en avant l'apport de la jeunesse pour la construction stratégique pour justifier le choix de «la participation citoyenne ; pour un marketing territorial durable et inclusif» comme thème de cet événement. L'objectif ultime étant à son sens de «susciter le débat sur un marketing territorial adapté aux vérités africaines et basé sur l'implication du citoyen». Et ce n'est pas tout ! Il donne un avant-goût d'un autre événement dans la même manifestation.

Un 1er forum africain du tourisme

Un forum qui se veut, d'après

M. Jouahri, de révéler le «rôle du marketing pour développer des territoires à vocation touristique». L'occasion, pour lui, de «promouvoir les initiatives et actions entreprises pour un cadre attractif pour l'Afrique». Le tout en mettant en avant l'apport de la jeunesse africaine outre une construction respectueuse de nos identités africaines. Egalement, le président du Conseil régional du tourisme Casablanca-Settat, Othmane Cherif Alami, saisit son passage pour annoncer «le lancement avec le ministre et le président de la Confédération nationale du tourisme (CNT), Hamid Bentaher dans une université en 2023». L'intervenant, qui évoque les dernières performances du sec-

teur, révèle également une étude dont il ressort le développement du tourisme dans les territoires ruraux. «80% des territoires sont ruraux à Casablanca-Settat», détaille-t-il. De quoi, à son sens, trouver, entre autres, une solution à l'emploi. Par la même occasion, il révèle, pour la région, des projets de palais des congrès dans la métropole et de promotion du tourisme d'affaires et de loisirs à El Jadida. «A ce forum de Casablanca, il faut poser les vraies questions. La réalité n'est pas au rendez-vous du tourisme africain», poursuit-il à propos du continent en s'exprimant même sur un tourisme intra-africain sans omettre «we casablanca».

Comment faire de nos territoires une belle histoire ?

De l'avis de l'experte en marketing territorial, Yasmine Flaoui, il est question de faire «un marketing non marchand». Pour elle, cette histoire peut même s'étaler aux touristes après le citoyen qui peut ne pas être un simple acteur de ce marketing territorial. Ainsi, il aura le rôle de cible, partenaire, passionné ayant un argumentaire pour ce développement territorial tout en étant même un auteur de celui-ci.

الدار البيضاء تحتضن الدورة الثالثة لملتقى Africa Place Marketing

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	Arabic	AVE	\$ 357
IMPRESSIONS	964	MUV	38,560		
TAGS	CasaEvents WeCasablanca Vérifié				

انطلقت اليوم الثلاثاء بالدار البيضاء الدورة الثالثة للملتقى السنوي "Africa Place Marketing" المنظم على مدى يومين تحت شعار "المشاركة المواطنة من أجل تسويق ترابي مستدام وشامل".

ويشكل هذا الملتقى الإفريقي، المنظم من طرف شركة التنمية المحلية الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات، والذي افتتحت أشغاله بحضور وزير التعليم العالي والبحث العلمي والابتكار، اعد اللطيف ميراي، فرصة سانحة أمام المشاركين لتدارس ومناقشة المكانة التي يجب أن يحتلها المواطن في نهج جاذبية المدن الأفريقية.

وسيكون المتدخلون المغاربة والدوليون، من خبراء وباحثين ومهنيين في التسويق والإدارة الترابية، مدعوين إلى تبادل خبراتهم وتجاربهم في ما يتعلق بمختلف جوانب الحكامة الترابية مع التركيز بشكل خاص على المشاركة المواطنة في جاذبية المدن الأفريقية وخططها التنموية.

وفي كلمة بالمناسبة، أكد المدير العام لشركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات محمد الجواهري، أن الوقت قد حان لوضع المواطن في صلب نهج الجاذبية الترابية، مشيرا إلى أنه على مستوى المدن الأفريقية، أضحت المشاركة المواطنة ضرورية في الحياة المجتمعية، وفقا لتوصيات النموذج التنموي الجديد.

وأضاف أن الدار البيضاء تعد أول مدينة أفريقية تتبنى نهج الجاذبية من خلال إنشاء العلامة التجارية "WeCasablanca" في سنة 2016 والتي تهدف إلى مواكبة الدينامية التي أطلقها المخطط التنموي للمدينة، وهي تجربة أفريقية رائدة تجعل من العاصمة الاقتصادية منصة محورية للتبادلات والتأملات حول رهانات وممارسات وتوجهات التسويق الترابي في إفريقيا.

وأوضح الجواهري أن تظاهرة Africa Place Marketing تهدف لأن تشكل موعدا مرجعيا لتبادل الرؤى حول التسويق الترابي، مع مساهمة مختلف الأطراف المتدخلة في حكامة المدن الأفريقية بشكل يفسح المجال أمام دول القارة، للاستفادة من تجربة الدار البيضاء، مذكرا أن نحو ثلاثين خبيرا من عشرين دولة من أوروبا وإفريقيا وأمريكا سيشاركون في مختلف المبادرات التي ستطرح على مدى يومين من عمر هذا الملتقى.

من جهته، أوضح السيد عثمان شريف العلمي، رئيس المجلس الجهوي للسياحة بالدار البيضاء - سطات (CRTCS)، شريك هذا الحدث، أن فهم الإدارة الترابية والسياحية يتم عبر البحث في نموذج علمي جديد وشامل مع المواطن ومن أجله ولفائدته.

وأكد أن هذه الإشكالية الموجودة في كل مكان بإفريقيا يجب أن تشكل حجر الزاوية للتسويق الترابي حيث يتم إشراك المواطن بالكامل في المقاربة والتنفيذ والأفاق التنموية، من أجل تحقيق نتائج مسؤولة وقبل كل شيء مستدامة.

من جهة أخرى، أعلن شريف العلمي عن إنشاء أول منتدى أفريقي للسياحة بالدار البيضاء والذي سيعقد يوم الأربعاء ، في إطار Africa Place Marketing ، حيث سيتناول موضوعين من المواضيع الراهنة، ويتعلق الأمر بكل من "التنقل القاري ، دعامة لتنمية السياحة في أفريقيا" و "تسويق السياحة الترابية: نهج مستدام لأفريقيا".

يعد Africa Place Marketing ، الذي يندرج في إطار استراتيجية الجاذبية "WeCasablanca"، مشروعاً جماعياً ومشاركياً للجاذبية، يعكس طموح الدار البيضاء في أن تصبح وجهة رئيسية للمشاركة والتبادل والبناء المشترك والتنمية في مجال التسويق الترابي.

وقد اختارت شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات، الرائدة في نهج الجاذبية "WeCasablanca" ، المراهنة على علامة تجارية عالمية لتعزيز جاذبية وضيافة العاصمة الاقتصادية. ❁



Casablanca / Africa Place Marketing : Une 3ème édition les 29 et 30 novembre

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 1,101
IMPRESSIONS	2,976	MUV	119,040		

TAGS

CasaEvents

Vérfifié

Casablanca Events et Animation organise les 29 et 30 novembre 2022 au Sofitel Casablanca la troisième édition de l'Africa Place Marketing, sous la thématique «la participation citoyenne; pour un marketing territorial, durable et inclusif ».

Des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale participeront à cette édition qui sera marquée par la présence de représentants de territoires africains et internationaux figurant des cas d'école en la matière. ✿

La 3ème édition de l'Africa Place Marketing organisée les 29 et 30 novembre à Casablanca

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 46
IMPRESSIONS	125	MUV	5,000		
TAGS	CasaEvents Mohamed Jouahri Véifié				

2 heures agoA la une, Actus Maroc

Du 29 au 30 novembre , Casablanca Events et Animation organise à Casablanca, la troisième édition de l'Africa Place Marketing sous la thématique : « la participation citoyenne ; pour un marketing territorial, durable et inclusif ».

Au programme deux journées de travaux et de discussions où des experts et intervenants de plusieurs territoires africains et internationaux pourront partager leurs expertises et expériences concernant les différents aspects du marketing territorial.

À cette occasion, Mohamed Jouahri, directeur général de Casablanca Events et Animation, déclare :« au niveau Africain, la participation citoyenne prend aujourd'hui une place prépondérante dans les politiques publiques comme vecteur de développement et de transformation de la société. Au Maroc, le nouveau modèle de développement insiste sur le fait que les populations et surtout les jeunes soient impliqués dans le processus de consultations stratégiques. Ce mode de gouvernance dit « bottum-up » est devenu aujourd'hui un fait dans le management de la chose publique ».

LIRE AUSSI



Partager sur : Le ministre de l'agriculture, Mohammed Sadiki en visite Festival international du safran ...

SNRTNEWS (MA-FR) 

Tue, 29 Nov 2022

Wecasablanca: et de trois pour l'Africa Marketing Place

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 1,613
IMPRESSIONS	4,360	MUV	174,400		
TAGS	SDL WeCasablanca CasaEvents Vérfifié				

L'Africa Marketing Place revient cette année sous le thème "la participation citoyenne: pour un marketing territorial durable et inclusif"

La troisième édition du symposium Africa Marketing Place a démarré aujourd'hui à Casablanca. Pour cette année, la SDL Casablanca Events et Animation a choisi comme thème: «La participation citoyenne; pour un marketing territorial durable et inclusif».

Pour rappel, Africa Place Marketing est un projet collectif et partagé d'attractivité, qui traduit l'ambition de Casablanca à devenir un lieu incontournable de partage, d'échange, de co-construction et de développement dans le domaine du marketing territorial. Africa Place Marketing fait également partie intégrante de la démarche d'attractivité Wecasablanca. ✨

فعاليات الدورة الثالثة Africa Place Marketing تنطلق اليوم بالدار البيضاء

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	Arabic	AVE	\$ 111
IMPRESSIONS	10,766	CIRCULATION	5383	DISTRIBUTION	Morocco
SECTION	Business	PAGE	7	SIZE	66.667 cc

TAGS

CasaEvents

Commune De Casablanca

Conseil Préfectoral

Région Casablanca Settat

Vérfié

تنظم شركة الدار البيضاء للتنشيط التظاهرات الدورة الثالثة لمنندى - Africa Place Marketing اليوم الثلاثاء وبعد غد بالدار البيضاء, حول موضوع «المشاركة المواطنة; من أجل تسويق ترابي مستدام وفعال».

وأوضح بلاغ للمنظمين, توصلت «الصحراء المغربية» بنسخة منه, أن خبراء وباحثين ومهنيين دوليين سيشاركون تجاربهم مع العديد من الفاعلين في المجالات الترابية الإفريقية والدولية طيلة يومين من خلال تجارب نموذجية في مجال التسويق الترابي. وأضاف المصدر «فاليوم الحاضر الإفريقية والعالمية بحاجة إلى تعزيز الروابط من خلال المشاركة المواطنة لبناء وتطوير التسويق الترابي خاصة أن مجموعة مهمة من البحوث العلمية والتطبيقية تؤكد أن العلامات الترابية الأكثر إشعاعا هي التي قامت على الانخراط الفعلي للمواطنين في استراتيجية الجاذبية الترابية».

وجاء في تصريح للمدير العام لشركة التنمية المحلية الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات على الصعيد الإفريقي, «المشاركة المواطنة يجب أن تصبح لها أولوية في السياسات العمومية للرافع والنهوض بمجتمعاتنا. وفي المغرب, أكد النموذج التنموي الجديد على ضرورة إشراك السكان, وخاصة الشباب, في المشاورات الاستراتيجية, هذه المقاربة تعزز الحكامة من خلال رؤية تصاعديّة وواقعية في تدبير الشأن العام».

وستمتد فعاليات هذا المنندى على يومين من الأشغال والمناقشات, يتبادل خلالها المتدخلون خبراتهم وتجاربهم المتنوعة في مختلف مناحي التسويق المجالي, وعلى الخصوص الجانب المتعلق بالدور المنوط بالمشاركة المواطنة في إطار مقاربة الجاذبية الشاملة.

ستطبع دورة هذه السنة لمنندى تسويق للمجال الإفريقي «-Africa Place Marketing» خمس لحظات, حلقة للنقاش والتأمل (كشكل جديد للنقاش التفاعلي مع المشاركين), دروس رئيسية مؤهلة, صباحية مخصصة للمجال السياحي مع تنظيم المنندى الإفريقي الأول للسياحة بالدار البيضاء بالمشاركة مع المجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء سطات بالإضافة إلى مسابقة Africa Place Marketing Award (جائزة من أجل مكافأة أفضل ممارسات التسويق الترابي في إفريقيا) ومسابقة Africa Place Marketing Competition

التي سيتم من خلالها دعوة الشباب من طلاب الجامعات إلى التعبير بوضوح عن آرائهم وتطوير أفكار حول موضوع هذا المنتدى).

تجدر الإشارة إلى أن تسويق التراب الإفريقي أصبح يشكل جزءاً لا يتجزأ من مقاربة الجاذبية التي تقودها شركة «الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات»، التي تمخضت عن ولادة علامة «-WE CASABLANCA» في 2016. واليوم لم تتوقف الدار البيضاء عن ترسيخ موقعها كمنصة رائدة وللتفكير حول رهانات وممارسات وتوجهات التسويق المجالي على الصعيد الإفريقي.

وتتمثل مهمة شركة التنمية المحلية «الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات»، التي تم إنشاؤها في عام 2015، في تطوير وتنفيذ استراتيجية الجاذبية للمجال الترابي على المستويات المحلية والجهوية والدولية. للقيام بذلك، تضطلع الدار البيضاء بالتنشيط والتظاهرات Casablanca Events et Animation بتنفيذ مشاريع هيكلية وتدبير البنى التحتية الرياضية والثقافية الموكلة إليها وتنظيم الأحداث الكبرى في المجالات الثقافية والرياضية والاقتصادية. وتعد «الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات» شركة مساهمة خاصة برأس مال عام ومساهموا هم مجلس جهة الدار البيضاء-سطات، ومجلس جماعة الدار البيضاء ومجلس عمالة الدار البيضاء.

فعاليات الدورة الثالثة Africa Place Marketing تنطلق اليوم بالدار البيضاء

والتأمل (كشكل جديد للنقاش التفاعلي مع المشاركين)، دروس رئيسية مؤهلة، صباحية مخصصة للمجال السياحي مع تنظيم المنتدى الإفريقي الأول للسياحة بالدار البيضاء بالمشاركة مع المجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء-سطات بالإضافة إلى مسابقة Africa Place Marketing Award (جائزة من أجل مكافأة أفضل ممارسات التسويق الترابي في إفريقيا) ومسابقة Africa Place Marketing Competition التي سيتم من خلالها دعوة الشباب من طلاب الجامعات إلى التعبير بوضوح عن آرائهم وتطوير أفكار حول موضوع

تنظم شركة الدار البيضاء للتنشيط التظاهرات الدورة الثالثة لمنتدى Afri-Place Marketing اليوم الثلاثاء وبعد غد بالدار البيضاء، حول موضوع «المشاركة المواطنة؛ من أجل تسويق ترابي مستدام وفعال». وأوضح بلاغ للمنظمين، توصلت «الصحراء المغربية» بنسخة منه، أن خبراء وباحثين ومهنيين دوليين سيشاركون تجاربهم مع العديد من الفاعلين في المجالات الترابية الإفريقية والدولية طيلة يومين من خلال تجارب نموذجية في مجال التسويق الترابي. وأضاف المصدر «فالدوم الحواضر

هذا المنتدى).
تجدر الإشارة إلى أن تسويق التراب الإفريقي أصبح يشكل جزءاً لا يتجزأ من مقاربة الجاذبية التي تقودها شركة «الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات»، التي تمخضت عن ولادة علامة «WE-CASABLANCA» في 2016. واليوم لم تتوقف الدار البيضاء عن ترسيخ موقعها كمنصة رائدة وللتفكير حول رهانات وممارسات وتوجهات التسويق المجالي على الصعيد الإفريقي. وتتمثل مهمة شركة التنمية المحلية «الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات»، التي تم إنشاؤها في عام 2015، في تطوير وتنفيذ استراتيجيات الجاذبية للمجال الترابي على المستويات المحلية والجهوية والدولية. للقيام بذلك، تضطلع الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات Casablanca Events et Animation بتنفيذ مشاريع هيكلية وتدبير البنى التحتية الرياضية والثقافية الموكلة إليها وتنظيم الأحداث الكبرى في المجالات الثقافية والرياضية والاقتصادية. وتعد «الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات» شركة مساهمة خاصة برأسمال عام ومساهموها هم مجلس جهة الدار البيضاء-سطات، ومجلس جماعة الدار البيضاء ومجلس عمالة الدار البيضاء.

الإفريقية والعالمية بحاجة إلى تعزيز الروابط من خلال المشاركة المواطنة لبناء وتطوير التسويق الترابي خاصة أن مجموعة مهمة من البحوث العلمية والتطبيقية تؤكد أن العلامات الترابية الأكثر إشعاعاً هي التي قامت على الانخراط الفعلي للمواطنين في استراتيجيات الجاذبية الترابية». وجاء في تصريح للمدير العام لشركة التنمية المحلية الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات على الصعيد الإفريقي، «المشاركة المواطنة يجب أن تصبح لها أولوية في السياسات العمومية للرافع والنهوض بمجتمعاتنا. وفي المغرب، أكد النموذج التنموي الجديد على ضرورة إشراك السكان، وخاصة الشباب، في المشاورات الاستراتيجية، هذه المقاربة تعزز الحكامة من خلال رؤية تصاعدية وواقعية في تدبير الشأن العام». وستتمتع فعاليات هذا المنتدى على يومين من الأشغال والمناقشات، يتبادل خلالها المتدخلون خبراتهم وتجاربهم المتنوعة في مختلف مناحي التسويق المجالي، وعلى الخصوص الجانب المتعلق بالدور المنوط بالمشاركة المواطنة في إطار مقاربة الجاذبية الشاملة. ستطبع دورة هذه السنة لمنتدى تسويق المجال الإفريقي «Africa Place Marketing» خمس لحظات، حلقة للنقاش

تنظيم الدورة الثالثة من Africa Place Marketing بالدار البيضاء

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	Arabic	AVE	\$ 628
IMPRESSIONS	40,000	CIRCULATION	20000	DISTRIBUTION	Morocco
SECTION	Business	PAGE	8	SIZE	100 cc

TAGS

CasaEvents

WeCasablanca

Vérfié

تنظم شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات الدورة الثالثة لمنندى Africa Place Marketing يومي 29 و 30 نونبر بفندق سوفيتيل الدار البيضاء، تحت شعار: "المشاركة المواطنة؛ من أجل تسويق ترابي مستدام وفعال".

سيشارك خبراء وباحثون ومهنيون ذاتي الصيت على الصعيد العالمي تجاربهم مع العديد من الفاعلين في المجالات الترابية الإفريقية والدولية طيلة يومين من خلال تجارب نموذجية في مجال التسويق الترابي. فالיום الحواضر الإفريقية والعالمية بحاجة إلى تعزيز الروابط من خلال المشاركة المواطنة لبناء وتطوير التسويق الترابي خاصة أن مجموعة مهمة من البحوث العلمية والتطبيقية تؤكد أن العلامات الترابية الأكثر إشعاعا هي التي قامت على الانخراط الفعلي للمواطنين في استراتيجية الجاذبية الترابية.

وفي تصريح للمدير العام لشركة التنمية المحلية الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات على الصعيد الإفريقي، "المشاركة المواطنة يجب أن تصبح لها أولوية في السياسات العمومية للرافع والنهوض بمجتمعاتنا. وفي المغرب، أكد النموذج التنموي الجديد على ضرورة إشراك الساكنة، وخاصة الشباب، في المشاورات الاستراتيجية، هاته المقاربة تعزز الحكامة من خلال رؤية تصاعدية وواقعية في تدبير الشأن العام".

ستمد فعاليات هذا المنندى على يومين من الأشغال المكثفة والمناقشات البناءة، يتبادل خلالها المتدخلين خبراتهم وتجاربهم المتنوعة في مختلف مناحي التسويق المجالي، وعلى الخصوص الجانب المتعلق بالدور المنوط بالمشاركة المواطنة في إطار مقاربة الجاذبية الشاملة.

ستطبع دورة هذه السنة لمنندى تسويق المجال الإفريقي "Africa Place Marketing" خمس لحظات قوية، حلقة للنقاش والتأمل (كشكل جديد للنقاش التفاعلي مع المشاركين)، دروس رئيسية مؤهلة، صباحية مخصصة للمجال السياحي مع تنظيم المنندى الإفريقي الأول للسياحة بالدار البيضاء بالمشاركة مع المجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء سطات بالإضافة إلى مسابقة Africa Place Marketing Award (جائزة من أجل مكافأة أفضل ممارسات التسويق الترابي في إفريقيا) ومسابقة Africa Place Marketing Competition التي سيتم من خلالها دعوة الشباب من طلاب الجامعات إلى التعبير بوضوح عن آرائهم وتطوير أفكار حول موضوع هذا المنندى).



تجدر الإشارة إلى أن تسويق التراب الإفريقي أصبح يشكل جزءاً لا يتجزأ من مقاربة الجاذبية التي تقودها شركة "الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات"، والتي تمخضت عن ولادة علامة «WECASABLANCA» في 2016. واليوم لم تتوقف الدار البيضاء عن ترسيخ موقعها كمنصة رائدة لا يمكن الالتفاف عنها في مجال المبادلات والتفكير حول رهانات وممارسات وتوجهات التسويق المجالي على الصعيد الإفريقي.

تنظيم الدورة الثالثة من Africa Place Marketing بالدار البيضاء



تنظم شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing يومي 29 و 30 نونبر بفندق سوفيتيل الدار البيضاء، تحت شعار: "المشاركة المواطنة؛ من أجل تسويق ترابي مستدام وفعال".

سيشارك خبراء وباحثون ومهنيون ذائعي الصيت على الصعيد العالمي تجاربهم مع العديد من الفاعلين في المجالات الترابية الإفريقية والدولية طيلة يومين من خلال تجارب نموذجية في مجال التسويق الترابي. فاليوم الحواضر الإفريقية والعالمية بحاجة إلى تعزيز الروابط من خلال المشاركة المواطنة لبناء وتطوير التسويق الترابي خاصة أن مجموعة مهمة من البحوث العلمية والتطبيقية تؤكد أن العلامات الترابية الأكثر إشعاعاً هي التي قامت على الانخراط الفعلي للمواطنين في استراتيجية الجاذبية الترابية.

وفي تصريح للمدير العام لشركة التنمية المحلية الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات على الصعيد الإفريقي، "المشاركة المواطنة يجب أن تصبح لها أولوية في السياسات العمومية للرافع والنهوض بمجتمعاتنا. وفي المغرب، أكد النموذج التنموي الجديد على ضرورة إشراك الساكنة، وخاصة الشباب، في المشاورات الاستراتيجية، هاته المقاربة تعزز الحكامة من خلال رؤية تصاعدية وواقعية في تدبير الشأن العام".

ستمتد فعاليات هذا المنتدى على يومين من الأشغال المكثفة والمناقشات البناءة، يتبادل خلالها المتدخلين خبراتهم وتجاربهم المتنوعة في مختلف مناحي التسويق المجالي، وعلى الخصوص الجانب المتعلق بالدور المنوط بالمشاركة المواطنة في إطار مقاربة الجاذبية الشاملة.

ستطبع دورة هذه السنة لمنتدى تسويق المجال الإفريقي "Africa Place Marketing" خمس لحظات قوية، حلقة للنقاش والتأمل (كشكل جديد للنقاش

هذا المنتدى).

تجدر الإشارة إلى أن تسويق التراب الإفريقي أصبح يشكل جزءاً لا يتجزأ من مقاربة الجاذبية التي تقودها شركة "الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات"، والتي تمخضت عن ولادة علامة «WECASABLANCA» في 2016. واليوم لم تتوقف الدار البيضاء عن ترسيخ موقعها كمنصة رائدة لا يمكن الالتفاف عنها في مجال المبادلات والتفكير حول رهانات وممارسات وتوجهات التسويق المجالي على الصعيد الإفريقي.

التفاعلي مع المشاركين)، دروس رئيسية مؤهلة، صباحية مخصصة للمجال السياحي مع تنظيم المنتدى الإفريقي الأول للسياحة بالدار البيضاء بالمشاركة مع المجلس القومي للسياحة الدار البيضاء. سطات بالإضافة إلى مسابقة Africa Place Marketing Award (جائزة من أجل مكافأة أفضل ممارسات التسويق الترابي في إفريقيا) ومسابقة Africa Place Marketing Competition التي سيتم من خلالها دعوة الشباب من طلاب الجامعات إلى التعبير بوضوح عن آرائهم وتطوير أفكار حول موضوع



Forum africain du tourisme, une première édition sous le signe de la mobilité et le marketing territorial

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 1,893
IMPRESSIONS	5,116	MUV	204,640		
TAGS	Région Casablanca Settat				

Il se tiendra le 30 novembre à Casablanca

Dernière ligne droite pour le Forum africain du tourisme. La première édition de cet événement se tiendra mercredi prochain à Casablanca. Organisé par le Conseil régional du tourisme de Casablanca, dans le cadre de la 3ème édition de l’Africa Place Marketing, ce Forum se veut une occasion idoine pour débattre des préoccupations urgentes pour le développement du tourisme africain.

Deux thèmes ont été sélectionnés pour cette édition, en l’occurrence la mobilité continentale et le marketing territorial touristique. «la mobilité continentale africaine est malheureusement entravée par des problématiques d’obtention de visas touristiques et de disponibilité d’une offre aérienne adaptée et au juste prix. Ce contexte freine le développement des territoires africains qui pourtant disposent de potentialités touristiques importantes», peut-on relever de Othmane Chérif Alami, président du CRT Casablanca-Settat.

Il est à noter que le tourisme intra-africain est un secteur en développement à condition de mieux marketer les territoires. «Développer le tourisme intra-africain repose donc sur la prise en considération du touriste dans la démarche du marketing territorial», indiquent les organisateurs à ce propos.

Des experts, des professionnels du tourisme et des chercheurs marocains et africains débattront, lors de ce forum, de la mobilité continentale comme levier de développement touristique et du marketing territorial touristique comme démarche durable pour l’Afrique.



Cette première édition connaîtra en effet la participation de Hamid Bentahar, président CNT, Ilham Kazzini, directeur pôle commercial RAM, ainsi que des professionnels africains du tourisme dont Kouadio Marcel Gougou, président RAPT Côte d'Ivoire et Tasneem Adamji, Founder & CEO African Quest Safaris Limited au Kenya.

L'invité d'honneur du Forum africain du tourisme de Casablanca n'est autre que Khaled El-Enany, ancien ministre du tourisme et des antiquités d'Égypte, égyptologue et professeur universitaire. Du Maroc, Ali Benmakhlouf, anthropologue et philosophe, va conclure cette matinée sur la préservation du patrimoine africain dans la démarche de développement touristique des territoires. ❁

2M MAROC TV 

Mon, 28 Nov 2022

Africa Place Marketing

SENTIMENT	Positive	MEDIA TYPE	TV	OUTLET COUNTRY	Morocco
OUTLET LANGUAGE	Arabic, French	AVE	\$ 0	IMPRESSIONS	361,599
VIEWERSHIP	361,599	PROGRAM	N/A	AIR TIME	N/A
DURATION	N/A				
TAGS	CasaEvents Mohamed Jouahri Vérfifié				

La 3e édition de l'Africa Place Marketing les 29 et 30 novembre à Casablanca

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 6,742
IMPRESSIONS	18,221	MUV	728,840		
TAGS	CasaEvents Vérfifié				

Casablanca Events et Animation organise, les 29 et 30 novembre 2022, la 3e édition de l'Africa Place Marketing sous la thématique "la participation citoyenne : pour un marketing territorial, durable et inclusif".

Casablanca Events et Animation organise, les 29 et 30 novembre 2022, la 3e édition de l'Africa Place Marketing sous la thématique "la participation citoyenne : pour un marketing territorial, durable et inclusif".

Le symposium sera décliné en deux journées de travaux et de discussions ; les intervenants seront invités à partager leurs expertises et leurs expériences concernant les différents aspects du marketing territorial et notamment sur la place que devrait occuper le citoyen dans la démarche d'attractivité globale, peut-on lire sur un communiqué.

Cinq moments marquants sont au programme de cette édition :

- Un think-thank;
- Des masters class certifiants;
- Une matinée réservée au tourisme avec le premier Forum africain du tourisme de Casablanca , en partenariat avec le Conseil régional du tourisme;
- L' Africa Place Marketing Awards , une compétition pour primer les meilleurs pratiques du marketing territorial en Afrique ;



- L' Africa place marketing compétition, une compétition entre les écoles pour avoir la vision des jeunes par rapport à la thématique. *

L'«Africa Place Marketing» revient pour une 3ème édition à Casablanca

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 481
IMPRESSIONS	1,300	MUV	52,000		
TAGS	SDL CasaEvents Mohamed Jouahri Vérifié				

Casablanca Events et Animation organise la troisième édition du symposium «Africa Place Marketing» sous le thème «La participation citoyenne; pour un marketing territorial durable et inclusif», les 29 et 30 novembre courant au Sofitel Casablanca Tour Blanche. Le Directeur Général de la société, Mohamed Jouahri, indique qu'«au niveau africain, la participation citoyenne prend aujourd'hui une place prépondérante dans les politiques publiques comme vecteur de développement et de transformation de la société. Au Maroc, le nouveau Modèle de développement insiste sur le fait que les populations et surtout les jeunes soient impliqués dans le processus de consultations stratégiques. Ce mode de gouvernance dit «bottom-up» est devenu aujourd'hui un fait dans le management de la chose publique».

L' «Africa Place Marketing» se veut un espace d'échanges et de rencontres entre des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale qui, sur deux journées, seront invités à partager leurs expertises et leurs expériences concernant les différents aspects du marketing territorial, notamment sur la place que devrait occuper le citoyen dans la démarche d'attractivité globale.

Les moments forts de cette troisième édition seront un think thank (en tant que nouvelle forme de discussion interactive avec les participants), des Masters Class certifiantes, une matinée réservée au tourisme avec le premier forum africain du tourisme de Casablanca en partenariat avec le Conseil Régional du Tourisme, l'«Africa Place Marketing Awards» (compétition destinée à primer les meilleures pratiques du marketing territorial en Afrique), une «Africa Place Marketing Compétition» (challenge entre les écoles pour avoir la vision «out of the box» des jeunes par rapport à la thématique).

L'importance de la participation citoyenne dans la mise en place et le développement d'une



démarche marketing territorial adaptée durable et efficiente n'est plus à contester. Les recherches scientifiques orientées action en marketing territorial affirment que les marques territoriales les plus pertinentes sont celles qui ont impliqué le citoyen tout au long de la démarche d'attractivité et d'hospitalité territoriales.

Pour rappel, la première édition s'est tenue à Casablanca en 2018 et était dédiée à la mobilité interne pour l'attractivité externe des territoires. L'événement avait été organisé sur une journée et avait accueilli une plénière et des ateliers. Le deuxième rendez-vous avait eu lieu en format hybride en 2021 sous la thématique «Tous acteurs d'hospitalité et d'attractivité des territoires».

À noter que la société de développement local Casablanca Events et Animation a été créée en 2015 avec pour mission d'élaborer et de mettre en œuvre une stratégie d'attractivité globale du territoire casablancais sur les plans local, régional et international.

L. F. ✿

SNRTNEWS (MA-FR) 

Mon, 28 Nov 2022

Le CRT de Casablanca Settat organise le 1er Forum africain du tourisme

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 1,613
IMPRESSIONS	4,360	MUV	174,400		

TAGS

Région Casablanca Settat

CasaEvents

Vérfifié

Le Conseil régional du tourisme de Casablanca Settat organise en partenariat avec Casa Event & Animation la première édition du Forum africain du tourisme de Casablanca (FATC) le 30 novembre 2022.

Organisé dans le cadre de la 3e édition de l' Africa Place Marketing qui se déroule du 29 au 30 novembre 2022 au Sofitel Tour Blanche Casablanca, le FATC, qui se déroule toute la matinée, est l'occasion de débattre des préoccupations urgentes pour le développement du tourisme africain.

Deux thèmes ont été sélectionnés pour cette édition: mobilité continentale et marketing territorial touristique. " La mobilité continentale africaine est malheureusement entravée par des problématiques d'obtention de visa touristiques et de disponibilité d'une offre aérienne adaptée et au juste prix. Ce contexte freine le développement des territoires africains qui pourtant disposent de potentialités touristiques importantes", déclare Othmane Chérif Alami, président du CRT Casablanca Settat.

Le tourisme intra-africain est un secteur en développement à condition de mieux marketer les territoires.

Développer le tourisme intra-africain repose donc sur la prise en considération du touriste dans la démarche du marketing territorial. Des experts, des professionnels du tourisme et des chercheurs marocains et africains débattront, lors de ce forum, de la mobilité continentale comme levier de développement touristique et du marketing territorial touristique comme démarche durable pour l'Afrique.



Des invités de marque pour cette première édition du FATC Hamid Bentahar, président CNT, Ilham Kazzini, directeur pôle commercial RAM ainsi que des professionnels africains du tourisme dont Kouadio Marcel Gougou, président RAPT Côte d'Ivoire et Tasneem Adamji, Founder & CEO African Quest Safaris Limited au Kenya seront présents aux côtés d'autres cs.

L'invité d'honneur du Forum africain du tourisme de Casablanca n'est autre que Khaled El-Enany, ancien ministre du Tourisme et des antiquités d'Egypte, Egyptologue et professeur universitaire. Du Maroc, Ali Benmakhlouf, anthropologue et philosophe va conclure cette matinée sur la préservation du patrimoine africain dans la démarche de développement touristique des territoires. ❁

3ème édition de l'Africa Place Marketing

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 931
IMPRESSIONS	83,000	CIRCULATION	41500	DISTRIBUTION	Morocco
SECTION	N/A	PAGE	13	SIZE	100 cc

TAGS

- CasaEvents
- Vérfié

Afrique | 13

3ème édition de l'Africa Place Marketing

Pour une participation citoyenne à la gestion territoriale

« La participation citoyenne pour un marketing territorial durable et inclusif » est le thème de la troisième édition de l'Africa Place Marketing, qui se tient mardi et mercredi (29 et 30 novembre 2022) à Casablanca, à l'initiative de la Société de Développement Local (SDL) Casablanca Events et Animation. Dans un communiqué rendu public, les organisateurs soulignent que des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale participeront à cette édition. Laquelle sera marquée par la présence de plusieurs pays africains et internationaux représentant des cas d'école en la matière, indique Casablanca Events et Animation dans un communiqué. En

place prépondérante dans les politiques publiques comme vecteur de développement et de transformation de la société. Au Maroc, le nouveau modèle de développement insiste sur le fait que les populations, et surtout les jeunes, soient impliquées dans le processus de consultations stratégiques. Ce mode de gouvernance dit 'bottom-up' est devenu aujourd'hui un fait dans le management de la chose publique ».

Cinq moments forts

Toujours, selon les organisateurs, le symposium sera décliné en deux journées de travaux et de discussions, et les intervenants seront invités à partager leurs expertises et leurs expé-

forme de discussion interactive avec les participants) et des masters Class certifiants. Il sera aussi question d'une matinée réservée au tourisme avec le premier forum africain du tourisme de Casablanca en partenariat avec le Conseil Régional du Tourisme, l'Africa Place Marketing Awards (une compétition pour primer les meilleurs pratiques du marketing territorial en Afrique), l'Africa Place Marketing Compétition (une compétition entre les écoles pour avoir la vision « out of the box » des jeunes par rapport à la thématique). Pour rappel, Africa Place Marketing fait partie intégrante de la démarche d'attractivité pilotée par Casablanca Events et animation

effet, peut-on lire, l'importance de la participation citoyenne dans la mise en place et le développement d'une démarche marketing territorial adaptée, durable et efficace n'est plus à contester. Les recherches scientifiques orientées action en marketing territorial affirment que les marques territoriales les plus pertinentes sont celles qui ont impliqué le citoyen tout au long de la démarche d'attractivité et d'hospitalité territoriales.

A cet effet, relève Mohamed Jouahri, Directeur général de Casablanca Events et Animation, cité dans le communiqué, « au niveau africain, la participation citoyenne prend aujourd'hui une

riences concernant les différents aspects du marketing territorial, notamment sur la place que devrait occuper le citoyen dans la démarche d'attractivité globale. L'événement offrira, cette année, cinq moments forts, à savoir : un Think tank (comme une nouvelle

qui a donné naissance à la marque « wecasablanca » en 2016. A rappeler que la SDL Casablanca Events et Animation, créée en 2015, a pour mission d'élaborer et de mettre en œuvre la stratégie d'attractivité globale du territoire sur les plans local, régional et international.



L'ECONOMISTE 

Mon, 28 Nov 2022

3e édition de l'Africa Place Marketing

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 337
IMPRESSIONS	28,348	CIRCULATION	14174	DISTRIBUTION	Morocco
SECTION	General	PAGE	27	SIZE	44,444 cc
TAGS	CasaEvents SDL Vérfié				

■ 3e édition de l’Africa Place Marketing

La 3e édition de l’Africa Place Marketing se tiendra, les 29 et 30 novembre, à Casablanca. Ceci à l’initiative de la Société de développement local (SDL) Casablanca Events et Animation, sous la thématique «*la participation citoyenne; pour un marketing territorial, durable et inclusif*». Des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale participeront à cette édition. *F. Z. T.*

AUJOURD'HUI LE MAROC

Mon, 28 Nov 2022

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 510
IMPRESSIONS	16,558	CIRCULATION	8279	DISTRIBUTION	Morocco
SECTION	General	PAGE	2	SIZE	200 cc

TAGS

Région Casablanca Settat

Vérfifié

Il se tiendra le 30 novembre à Casablanca

Forum africain du tourisme, une première édition sous le signe de la mobilité et le marketing territorial

Dernière ligne droite pour le Forum africain du tourisme. La première édition de cet événement se tiendra mercredi prochain à Casablanca. Organisé par le Conseil régional du tourisme de Casablanca, dans le cadre de la 3ème édition de l’Africa Place Marketing, ce Forum se veut une occasion idoine pour débattre des préoccupations urgentes pour le développement du tourisme africain. Deux thèmes ont été sélectionnés pour cette édition, en l’occurrence la mobilité continentale et le marketing territorial touristique. «la mobilité continentale africaine est malheureusement entravée par des

problématiques d’obtention de visas touristiques et de disponibilité d’une offre aérienne adaptée et au juste prix. Ce contexte freine le développement des territoires africains qui pourtant disposent de potentialités touristiques importantes», peut-on relever de Othmane Chérif Alami, président du CRT Casablanca-Settat. Il est à noter que le tourisme intra-africain est un secteur en développement à condition de mieux marketer les territoires. «Développer le tourisme intra-africain repose donc sur la prise en considération du touriste dans la démarche du marketing territorial»,

indiquent les organisateurs à ce propos. Des experts, des professionnels du tourisme et des chercheurs marocains et africains débattront, lors de ce forum, de la mobilité continentale comme levier de développement touristique et du marketing territorial touristique comme démarche durable pour l’Afrique. Cette première édition connaîtra en effet la participation de Hamid Bentahar, président CNT, Iham Kazzini, directeur pôle commercial RAM, ainsi que des professionnels africains du tourisme dont Kouadio Marcel Gougou, président RAPT Côte d’Ivoire et Tasneem Adamji, Founder



& CEO African Quest Safaris Limited au Kenya. L’invité d’honneur du Forum africain du tourisme de Casablanca n’est autre que Khaled El-Enany, ancien ministre du tourisme et des antiquités d’Égypte, égyptologue et professeur universitaire. Du Maroc, Ali Benmakhlof, anthropologue et philosophe, va conclure cette matinée sur la préservation du patrimoine africain dans la démarche de développement touristique des territoires.

Région Casablanca-Settat: Premier Forum africain du tourisme

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 1,101
IMPRESSIONS	2,976	MUV	119,040		

TAGS

SDL

Région Casablanca Settat

CasaEvents

Vérfifié

A l'initiative du Conseil régional du tourisme de Casablanca-Settat, la première édition du Forum africain du tourisme (FATC) se tiendra à partir du 30 novembre 2022, dans la métropole économique.

Le Forum s'inscrit dans le cadre de la 3ème édition de l'Africa Place Marketing, prévue du 29 au 30 novembre 2022 à l'hôtel Sofitel Tour Blanche Casablanca. Organisé en partenariat avec la SDL Casa Event & Animation, le FATC connaîtra la participation de plusieurs opérateurs qui débattront des préoccupations et des défis qui se posent pour le développement du tourisme africain.

Cette édition va s'articuler sur deux thèmes, à savoir la mobilité continentale et le Marketing territorial touristique. L'invité d'honneur du Forum africain du tourisme de Casablanca sera M. Khaled El-Enany, ancien ministre du Tourisme et des Antiquités d'Egypte, égyptologue et professeur universitaire.

A cette occasion, M. Othmane Chérif Alami, président du CRT Casablanca-Settat, a voulu attirer l'attention sur le fait que «la mobilité continentale africaine est malheureusement entravée par des problématiques d'obtention de visas touristiques et de disponibilité d'une offre aérienne adaptée et à juste prix. Ce contexte freine le développement des territoires africains qui pourtant disposent de potentialités touristiques importantes», a-t-il indiqué.

Dans le même sens, il explique que le tourisme intra-africain est un secteur à fort potentiel de développement à condition de mieux marketer les territoires et développer le tourisme intra-africain, dans la prise en considération des attentes du touriste dans la démarche de marketing territorial.



La rencontre sera une excellente tribune pour les professionnels, notamment les experts, les opérateurs du tourisme et les chercheurs marocains et africains pour débattre de la mobilité continentale comme levier du développement touristique et du marketing territorial touristique comme démarche durable pour l'Afrique.

Hamid Bentahar, président CNT, Mme Ilham Kazzini, directeur Pôle commercial RAM ainsi que des professionnels africains du tourisme dont M. Kouadio Marcel Gougou, président RAPT Côte d'Ivoire et Mme Tasneem Adamji, Founder & CEO African Quest Safaris Limited au Kenya seront parmi les intervenants aux côtés d'autres panelistes.

Ali Benmakhlouf, anthropologue et philosophe, fera une communication attendue sur la thématique de la préservation du patrimoine africain dans la démarche de développement touristique des territoires.

Mariem LEMRAJNI ✿

Casablanca accueille l'«Africa Place Marketing»

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 481
IMPRESSIONS	1,300	MUV	52,000		
TAGS	CasaEvents Mohamed Jouahri Vérfifié				

Casablanca Events et Animation organise les 29 et 30 novembre prochain au Sofitel Casablanca Tour Blanche la 3^{ème} édition de l'«Africa Place Marketing» sous le thème «La participation citoyenne, pour un marketing territorial, durable et inclusif». Des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale participeront à cette édition qui sera marquée par la présence de plusieurs territoires africains et internationaux représentant des cas d'école en la matière.

L'importance de la participation citoyenne dans la mise en place et le développement d'une démarche marketing territorial adaptée durable et efficiente n'est plus à démontrer. Les recherches scientifiques orientées sur l'action en marketing territorial affirment que les marques territoriales les plus pertinentes sont celles qui ont impliqué le citoyen tout au long de la démarche d'attractivité et d'hospitalité territoriales. «Au niveau africain, la participation citoyenne prend aujourd'hui une place prépondérante dans les politiques publiques comme vecteur de développement et de transformation de la société. Au Maroc, le nouveau Modèle de développement insiste sur le fait que les populations et surtout les jeunes soient impliqués dans le processus de consultations stratégiques. Ce mode de gouvernance dit «Bottum-up» est devenu aujourd'hui un fait dans le management de la chose publique», explique Mohamed Jouahri, Directeur Général de Casablanca Events et Animation.

Le symposium sera décliné en deux journées de travaux et de discussions. Les intervenants seront invités à partager leurs expertises et leurs expériences concernant les différents aspects du marketing territorial, notamment sur la place que devrait occuper le citoyen dans la démarche d'attractivité globale.

Précisons qu'«Africa Place Marketing» fait partie intégrante de la démarche d'attractivité



pilotée par Casablanca Events et Animation qui a donné naissance à la marque «WeCasablanca» en 2016. Aujourd'hui, la mégapole s'impose de plus en plus comme une plateforme pionnière et incontournable en termes d'échanges et de réflexions autour des enjeux, pratiques et tendances du marketing territorial en Afrique. ✨

Casablanca accueille la 3e édition de l’Africa Place Marketing les 29 et 30 novembre 2022

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 415
IMPRESSIONS	40,430	CIRCULATION	20215	DISTRIBUTION	Morocco
SECTION	N/A	PAGE	10	SIZE	66.667 cc

TAGS

[CasaEvents](#)[Mohamed Jouahri](#)[Vérfié](#)

Casablanca Events

Casablanca accueille la 3^e édition de l’Africa Place Marketing les 29 et 30 novembre 2022

La troisième édition de l’Africa Place Marketing se tiendra, les 29 et 30 novembre 2022, au Sofitel Casablanca Tour Blanche. Un nouveau volet avec comme thématique «La participation citoyenne, pour un marketing territorial durable et inclusif» auquel prendront part des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale.

Plusieurs territoires africains et internationaux participeront à cette nouvelle édition de l’Africa Place Marketing, organisée par Casablanca Events. Sur les deux jours, le symposium proposera un programme éclectique décliné en cinq temps forts :

- Conférences et ateliers : experts et représentants des territoires et les parties prenantes se réuniront autour de 4 grandes thématiques du marketing territorial.
- ThinkThank : une nouvelle forme de discussion interactive avec les participants.
- Master classes certifiantes : une matinée réservée au tourisme avec le premier forum africain du tourisme

de Casablanca en partenariat avec le Conseil régional du tourisme.

- Africa Place Marketing Awards : une compétition pour primer les meilleures pratiques du marketing territorial en Afrique.

- L’Africa Place Marketing Compétition : un concept qui souhaite sensibiliser chaque année les étudiants, en tant que futurs leaders à développer des réflexions autour de l’attractivité et du marketing territorial.

«Au niveau africain, la participation citoyenne prend aujourd’hui une place prépondérante dans les politiques publiques comme vecteur de développement et de transformation de la société. Au Maroc, le nouveau modèle de développement insiste sur le fait que les populations et surtout les jeunes soient impliqués dans le processus de consultations stratégiques. Ce mode de gouvernance dit “bottom-up” est devenu aujourd’hui un fait dans le management de la chose publique», déclare dans un communiqué Mohamed Jouahri, directeur général de Casablanca Events et Animation. ■

L.M.



La 3ème édition de l’Africa Place Marketing sera organisée les 29 et 30 novembre à Casablanca

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 57
IMPRESSIONS	155	MUV	6,200		
TAGS	WeCasablanca CasaEvents Mohamed Jouahri Vérfifié				

Suite au succès des précédentes édition, Casablanca Events et Animation vient d'annoncer le lancement de la troisième édition de l’Africa Place Marketing sous la thématique «la participation citoyenne; pour un marketing territorial, durable et inclusif ». Des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale participeront à cette édition qui sera marquée par la présence de plusieurs territoires africains et internationaux représentant des cas d’école en la matière.

« Au niveau Africain, la participation citoyenne prend aujourd’hui une place prépondérante dans les politiques publique comme vecteur de développement et de transformation de la société. Au Maroc, le nouveau modèle de développement insiste sur le fait que les populations et surtout les jeunes soient impliqués dans le processus de consultations stratégiques. Ce mode de gouvernance dit « bottum-up » est devenu aujourd’hui un fait dans le management de la chose publique » a déclaré M. Mohamed Jouahri, Directeur Général de Casablanca Events et Animation dans un communiqué.

En effet, le symposium sera décliné en deux journées de travaux et de discussions ; les intervenants seront invités à partager leurs expertises et leurs expériences concernant les différents aspects du marketing territorial et notamment sur la place que devrait occuper le citoyen dans la démarche d’attractivité globale.

Selon la même source, l’événement offrira cette année 5 moments forts ; un ThinkThank (comme une nouvelle forme de discussion interactive avec les participants) , des masters Class certifiants, une matinée réservée au tourisme avec le premier forum africain du



tourisme de Casablanca en partenariat avec le Conseil Régional du Tourisme, l'Africa Place Marketing Awards (une compétition pour primer les meilleurs pratiques du marketing territorial en Afrique), L'Africa Place marketing Compétition (une compétition entre les écoles pour avoir la vision « out of the box » des jeunes par rapport à la thématique).

Rappelons que Africa Place Marketing fait partie intégrante de la démarche d'attractivité pilotée par Casablanca Events et animation qui a donné naissance à la marque « wecasablanca » en 2016. Aujourd'hui, Casablanca ne cesse de s'imposer comme la plateforme pionnière incontournable d'échanges et de réflexions autour des enjeux, pratiques et tendances du marketing territorial en Afrique. ✨

L'Africa Place Marketing : La 3ème édition démarre mardi prochain

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 1,893
IMPRESSIONS	5,116	MUV	204,640		
TAGS	CasaEvents Mohamed Jouahri				

Casablanca Events et Animation organisera les 29 et 30 novembre 2022 au Sofitel Casablanca Tour Blanche la troisième édition de l'Africa Place Marketing.

Placée sous la thématique «La participation citoyenne; pour un marketing territorial, durable et inclusif», cette édition qui sera marquée par la présence de plusieurs territoires africains et internationaux représentant des cas d'école en la matière. «Au niveau Africain, la participation citoyenne prend aujourd'hui une place prépondérante dans les politiques publiques comme vecteur de développement et de transformation de la société. Au Maroc, le Nouveau modèle de développement insiste sur le fait que les populations et surtout les jeunes soient impliqués dans le processus de consultations stratégiques.

Ce mode de gouvernance dit «bottom-up» est devenu aujourd'hui un fait dans le management de la chose publique», déclare Mohamed Jouahri, directeur général de Casablanca Events et Animation. Le symposium sera décliné en deux journées de travaux et de discussions. Les intervenants seront invités à partager leurs expertises et leurs expériences concernant les différents aspects du marketing territorial et notamment sur la place que devrait occuper le citoyen dans la démarche d'attractivité globale. ✿

La 3ème édition de l’Africa Place Marketing, les 29 et 30 novembre à Casablanca

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 188
IMPRESSIONS	508	MUV	20,320		

TAGS

Commune De Casablanca	SDL	Région Casablanca Settat	WeCasablanca
Conseil Préfectoral	CasaEvents	Mohamed Jouahri	Vérifié

Casablanca, 25/11/2022 (MAPB) – La troisième édition de l’Africa Place Marketing se tiendra, les 29 et 30 novembre 2022 à Casablanca, à l’initiative de la Société de Développement Local (SDL) Casablanca Events et Animation, sous la thématique « la participation citoyenne ; pour un marketing territorial, durable et inclusif ».

Des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale participeront à cette édition qui sera marquée par la présence de plusieurs territoires africains et internationaux représentant des cas d’école en la matière, indique Casablanca Events et Animation dans un communiqué.

L’importance de la participation citoyenne dans la mise en place et le développement d’une démarche marketing territorial adaptée durable et efficiente n’est plus à contester, les recherches scientifiques orientées action en marketing territorial affirment que les marques territoriales les plus pertinentes sont celles qui ont impliqué le citoyen tout au long de la démarche d’attractivité et d’hospitalité territoriales, souligne la même source.

« Au niveau Africain, la participation citoyenne prend aujourd’hui une place prépondérante dans les politiques publique comme vecteur de développement et de transformation de la société. Au Maroc, le nouveau modèle de développement insiste sur le fait que les populations et surtout les jeunes soient impliqués dans le processus de consultations

stratégiques. Ce mode de gouvernance dit 'bottom-up' est devenu aujourd'hui un fait dans le management de la chose publique », a déclaré M. Mohamed Jouahri, Directeur Général de Casablanca Events et Animation, cité dans le communiqué.

Le symposium sera décliné en deux journées de travaux et de discussions ; les intervenants seront invités à partager leurs expertises et leurs expériences concernant les différents aspects du marketing territorial et notamment sur la place que devrait occuper le citoyen dans la démarche d'attractivité globale.

L'événement offrira cette année 5 moments forts ; un Think Thank (comme une nouvelle forme de discussion interactive avec les participants) , des masters Class certifiants, une matinée réservée au tourisme avec le premier forum africain du tourisme de Casablanca en partenariat avec le Conseil Régional du Tourisme, l'Africa Place Marketing Awards (une compétition pour primer les meilleures pratiques du marketing territorial en Afrique), l'Africa Place marketing Compétition (une compétition entre les écoles pour avoir la vision « out of the box » des jeunes par rapport à la thématique).

Pour rappel, Africa Place Marketing fait partie intégrante de la démarche d'attractivité pilotée par Casablanca Events et animation qui a donné naissance à la marque « wecasablanca » en 2016.

Aujourd'hui, Casablanca ne cesse de s'imposer comme la plateforme pionnière incontournable d'échanges et de réflexions autour des enjeux, pratiques et tendances du marketing territorial en Afrique.

La SDL Casablanca Events et Animation, créée en 2015, a pour mission d'élaborer et mettre en œuvre la stratégie d'attractivité globale du territoire sur les plans local, régional et international.

Pour ce faire, Casablanca Events et Animation déploie des projets structurants, assure la gestion des infrastructures sportives et culturelles qui lui sont confiées et organise des événements d'envergure dans les domaines culturel, sportif et économique.

Casablanca Events et Animation est une société anonyme de droit privé à capitaux publics dont les actionnaires sont le Conseil de la Région de Casablanca-Settat, la Commune de Casablanca et le Conseil Préfectoral de Casablanca.

MOROCCO.DAYFR 

Fri, 25 Nov 2022

Une 3ème édition qui se tiendra à Casablanca - .

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 150
IMPRESSIONS	407	MUV	16,280		
TAGS	SDL WeCasablanca CasaEvents Mohamed Jouahri Vérfié				

La troisième édition d’Africa Place Marketing aura lieu les 29 et 30 novembre 2022 à Casablanca, à l’initiative de la Société Locale de Développement (SDL) Casablanca Eventos y Animación, sous le slogan « participation citoyenne ; pour un marketing territorial, durable et inclusif ».

Des experts, chercheurs et professionnels de renommée internationale participeront à cette édition qui sera marquée par la présence de divers territoires africains et internationaux représentant des cas d’école en la matière, a fait savoir Casablanca Events and Animation dans un communiqué.

L’importance de la participation citoyenne dans la mise en place et le développement d’une démarche de marketing territorial adaptée durable et efficace n’est plus discutée, la recherche scientifique actionnelle en marketing territorial affirme que les marques territoriales les plus pertinentes sont celles qui impliquent le citoyen tout au long du processus de l’attractivité territoriale et l’accueil, souligne la même source.

« Au niveau africain, la participation citoyenne occupe aujourd’hui une place prépondérante dans les politiques publiques comme vecteur de développement et de transformation de la société. Au Maroc, le nouveau modèle de développement insiste sur l’implication de la population et surtout de la jeunesse dans le processus de concertation stratégique. Ce mode de gouvernance dit ‘bottom-up’ est désormais devenu un fait dans la gestion des affaires publiques », a déclaré Mohamed Jouahri, directeur général de Casablanca Events and Animation, cité dans le communiqué.

Le colloque sera divisé en deux journées de travaux et de débats ; Les conférenciers seront

invités à partager leurs connaissances et leurs expériences sur les différents aspects du marketing territorial et notamment sur la place que le citoyen doit occuper dans le processus d'attractivité globale.

L'événement proposera 5 temps forts cette année ; un Think Thank (comme nouvelle forme d'échange interactif avec les participants), des master classes certifiantes, une matinée réservée au tourisme avec le premier forum du tourisme africain à Casablanca en collaboration avec le Conseil Régional du Tourisme, les Africa Place Marketing Awards (concours récompenser les meilleures pratiques de marketing territorial en Afrique), l'Africa Place Marketing Competition (un concours entre écoles pour avoir la vision « out of the box » des jeunes par rapport au sujet).

Pour rappel, Africa Place Marketing fait partie intégrante de la démarche d'attraction menée par Casablanca Events et animation qui a donné naissance à la marque « wecasablanca » en 2016. Aujourd'hui, Casablanca continue de s'imposer comme la plateforme pionnière incontournable d'échanges et de réflexions autour les enjeux, pratiques et tendances du marketing territorial en Afrique.

La SDL Casablanca Eventos y Animación, créée en 2015, a pour mission de développer et de mettre en œuvre la stratégie d'attractivité globale du territoire au niveau local, régional et international. A cette fin, Casablanca Eventos y Animación déploie des projets structurants, gère les infrastructures sportives et culturelles qui lui sont confiées et organise de grands événements dans les domaines culturels, sportifs et économiques.

- Afrique Place Marketing Un #3ème édition fêtera Casablanca

Une #3ème édition qui tiendra Casablanca ✨

Africa Place Marketing : Une 3ème édition qui se tiendra à Casablanca

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 278
IMPRESSIONS	752	MUV	30,080		
TAGS	SDL CasaEvents Mohamed Jouahri Vérfié				

La troisième édition de l’Africa Place Marketing se tiendra, les 29 et 30 novembre 2022 à Casablanca, à l’initiative de la Société de Développement Local (SDL) Casablanca Events et Animation, sous la thématique « la participation citoyenne ; pour un marketing territorial, durable et inclusif ».

Des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale participeront à cette édition qui sera marquée par la présence de plusieurs territoires africains et internationaux représentant des cas d’école en la matière, indique Casablanca Events et Animation dans un communiqué.

L’importance de la participation citoyenne dans la mise en place et le développement d’une démarche marketing territorial adaptée durable et efficiente n’est plus à contester, les recherches scientifiques orientées action en marketing territorial affirment que les marques territoriales les plus pertinentes sont celles qui ont impliqué le citoyen tout au long de la démarche d’attractivité et d’hospitalité territoriales, souligne la même source.

« Au niveau Africain, la participation citoyenne prend aujourd’hui une place prépondérante dans les politiques publique comme vecteur de développement et de transformation de la société. Au Maroc, le nouveau modèle de développement insiste sur le fait que les populations et surtout les jeunes soient impliqués dans le processus de consultations stratégiques. Ce mode de gouvernance dit ‘bottum-up’ est devenu aujourd’hui un fait dans le management de la chose publique », a déclaré Mohamed Jouahri, Directeur Général de Casablanca Events et Animation, cité dans le communiqué.

Le symposium sera décliné en deux journées de travaux et de discussions ; les intervenants

seront invités à partager leurs expertises et leurs expériences concernant les différents aspects du marketing territorial et notamment sur la place que devrait occuper le citoyen dans la démarche d'attractivité globale.

L'événement offrira cette année 5 moments forts ; un Think Thank (comme une nouvelle forme de discussion interactive avec les participants) , des masters Class certifiants, une matinée réservée au tourisme avec le premier forum africain du tourisme de Casablanca en partenariat avec le Conseil Régional du Tourisme, l'Africa Place Marketing Awards (une compétition pour primer les meilleurs pratiques du marketing territorial en Afrique), l'Africa Place marketing Compétition (une compétition entre les écoles pour avoir la vision « out of the box » des jeunes par rapport à la thématique).

Pour rappel, Africa Place Marketing fait partie intégrante de la démarche d'attractivité pilotée par Casablanca Events et animation qui a donné naissance à la marque « wecasablanca » en 2016. Aujourd'hui, Casablanca ne cesse de s'imposer comme la plateforme pionnière incontournable d'échanges et de réflexions autour des enjeux, pratiques et tendances du marketing territorial en Afrique.

La SDL Casablanca Events et Animation, créée en 2015, a pour mission d'élaborer et mettre en œuvre la stratégie d'attractivité globale du territoire sur les plans local, régional et international. Pour ce faire, Casablanca Events et Animation déploie des projets structurants, assure la gestion des infrastructures sportives et culturelles qui lui sont confiées et organise des événements d'envergure dans les domaines culturel, sportif et économique. ✨

MOROCCO.DAYFR 

Fri, 25 Nov 2022

Casablanca accueille la 3ème édition de Africa Place Marketing - .

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 150
IMPRESSIONS	407	MUV	16,280		
TAGS	CasaEvents Mohamed Jouahri Vérfié				

La troisième édition d’Africa Place Marketing aura lieu au Sofitel Casablanca Tour Blanche, les 29 et 30 novembre 2022. Un nouveau volet avec pour slogan « Participation citoyenne ; pour un marketing territorial durable et inclusif » auquel participeront des experts, des chercheurs et des professionnels de prestige international reconnu.

Plusieurs territoires africains et internationaux participeront à cette nouvelle édition d’Africa Place Marketing, organisée par Casablanca Events. Sur les deux jours, le symposium proposera un programme éclectique divisé en cinq temps forts :

Conférences et ateliers : experts et représentants des territoires et parties intéressées se réuniront autour de 4 grands thèmes marketing du marketing territorial.

« Au niveau africain, la participation citoyenne occupe aujourd’hui une place prépondérante dans les politiques publiques comme vecteur de développement et de transformation de la société. Au Maroc, le nouveau modèle de développement insiste sur l’implication de la population et surtout de la jeunesse dans le processus de concertation stratégique. Ce mode de gouvernement dit “du bas vers le haut” est devenu un fait dans la gestion des affaires publiques”, a-t-il déclaré dans un communiqué. Mohamed Jouahri Directeur Général de Casablanca Events and Animation.

Tags : Casablanca accueille #3ème édition Afrique Lieu Marketing

Casablanca accueille #3ème édition Africa Place Marketing ✨

Casablanca accueille la 3e édition de l'Africa Place Marketing les 29 et 30 novembre 2022

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 7,590
IMPRESSIONS	20,514	MUV	820,560		
TAGS	CasaEvents	Mohamed Jouahri	Vérfié		

La troisième édition de l'Africa Place Marketing se tiendra au Sofitel Casablanca Tour Blanche, les 29 et 30 novembre 2022. Un nouveau volet avec comme thématique «La participation citoyenne; pour un marketing territorial durable et inclusif» auquel prendront part des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale.

Plusieurs territoires africains et internationaux participeront à cette nouvelle édition de l'Africa Place Marketing, organisée par Casablanca Events. Sur les deux jours, le symposium proposera un programme éclectique décliné en cinq temps forts :

Conférences et ateliers : experts et représentants des territoires et les parties prenantes se réuniront autour de 4 grandes thématiques du marketing du marketing territorial.

«Au niveau Africain, la participation citoyenne prend aujourd'hui une place prépondérante dans les politiques publiques comme vecteur de développement et de transformation de la société. Au Maroc, le nouveau modèle de développement insiste sur le fait que les populations et surtout les jeunes soient impliqués dans le processus de consultations stratégiques. Ce mode de gouvernance dit «bottom-up» est devenu aujourd'hui un fait dans le management de la chose publique», déclare dans un communiqué Mohamed Jouahri, directeur général de Casablanca Events et Animation. ❁

MAP BUSINESS (MA) 

Fri, 25 Nov 2022

L'Africa Place Marketing, les 29 et 30 novembre à Casablanca

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 46
IMPRESSIONS	124	MUV	4,960		
TAGS	<div style="display: flex; flex-wrap: wrap; gap: 5px;">Commune De CasablancaSDLRégion Casablanca SettatWeCasablancaConseil PréfectoralCasaEventsMohamed JouahriVérfifié</div>				

La troisième édition de l'Africa Place Marketing se tiendra, les 29 et 30 novembre 2022 à Casablanca, à l'initiative de la Société de Développement Local (SDL) Casablanca Events et Animation, sous la thématique "la participation citoyenne ; pour un marketing territorial, durable et inclusif".

Des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale participeront à cette édition qui sera marquée par la présence de plusieurs territoires africains et internationaux représentant des cas d'école en la matière, indique Casablanca Events et Animation dans un communiqué.

L'importance de la participation citoyenne dans la mise en place et le développement d'une démarche marketing territorial adaptée durable et efficiente n'est plus à contester, les recherches scientifiques orientées action en marketing territorial affirment que les marques territoriales les plus pertinentes sont celles qui ont impliqué le citoyen tout au long de la démarche d'attractivité et d'hospitalité territoriales, souligne la même source.

"Au niveau Africain, la participation citoyenne prend aujourd'hui une place prépondérante dans les politiques publique comme vecteur de développement et de transformation de la société. Au Maroc, le nouveau modèle de développement insiste sur le fait que les populations et surtout les jeunes soient impliqués dans le processus de consultations stratégiques. Ce mode de gouvernance dit 'bottom-up' est devenu aujourd'hui un fait dans le management de la chose publique", a déclaré M. Mohamed Jouahri, Directeur Général de Casablanca Events et Animation, cité dans le communiqué.

Le symposium sera décliné en deux journées de travaux et de discussions ; les intervenants seront invités à partager leurs expertises et leurs expériences concernant les différents aspects du marketing territorial et notamment sur la place que devrait occuper le citoyen dans la démarche d'attractivité globale.

L'événement offrira cette année 5 moments forts ; un Think Thank (comme une nouvelle forme de discussion interactive avec les participants) , des masters Class certifiants, une matinée réservée au tourisme avec le premier forum africain du tourisme de Casablanca en partenariat avec le Conseil Régional du Tourisme, l'Africa Place Marketing Awards (une compétition pour primer les meilleurs pratiques du marketing territorial en Afrique), l'Africa Place marketing Compétition (une compétition entre les écoles pour avoir la vision "out of the box" des jeunes par rapport à la thématique).

Pour rappel, Africa Place Marketing fait partie intégrante de la démarche d'attractivité pilotée par Casablanca Events et animation qui a donné naissance à la marque "wecasablanca" en 2016.

Aujourd'hui, Casablanca ne cesse de s'imposer comme la plateforme pionnière incontournable d'échanges et de réflexions autour des enjeux, pratiques et tendances du marketing territorial en Afrique.

La SDL Casablanca Events et Animation, créée en 2015, a pour mission d'élaborer et mettre en œuvre la stratégie d'attractivité globale du territoire sur les plans local, régional et international.

Pour ce faire, Casablanca Events et Animation déploie des projets structurants, assure la gestion des infrastructures sportives et culturelles qui lui sont confiées et organise des événements d'envergure dans les domaines culturel, sportif et économique.

Casablanca Events et Animation est une société anonyme de droit privé à capitaux publics dont les actionnaires sont le Conseil de la Région de Casablanca-Settat, la Commune de Casablanca et le Conseil Préfectoral de Casablanca.

MAPB 000000 ❁

MAP FINANCE 

Fri, 25 Nov 2022

L'Africa Place Marketing, les 29 et 30 novembre à Casablanca

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	Arabic, French	AVE	\$ 98
IMPRESSIONS	264	MUV	10,560		

TAGS

Commune De Casablanca	SDL	Région Casablanca Settat	WeCasablanca
Conseil Préfectoral	CasaEvents	Mohamed Jouahri	Vérfifié

La troisième édition de l'Africa Place Marketing se tiendra, les 29 et 30 novembre 2022 à Casablanca, à l'initiative de la Société de Développement Local (SDL) Casablanca Events et Animation, sous la thématique "la participation citoyenne ; pour un marketing territorial, durable et inclusif".

Des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale participeront à cette édition qui sera marquée par la présence de plusieurs territoires africains et internationaux représentant des cas d'école en la matière, indique Casablanca Events et Animation dans un communiqué.

L'importance de la participation citoyenne dans la mise en place et le développement d'une démarche marketing territorial adaptée durable et efficiente n'est plus à contester, les recherches scientifiques orientées action en marketing territorial affirment que les marques territoriales les plus pertinentes sont celles qui ont impliqué le citoyen tout au long de la démarche d'attractivité et d'hospitalité territoriales, souligne la même source.

"Au niveau Africain, la participation citoyenne prend aujourd'hui une place prépondérante dans les politiques publique comme vecteur de développement et de transformation de la société. Au Maroc, le nouveau modèle de développement insiste sur le fait que les populations et surtout les jeunes soient impliqués dans le processus de consultations stratégiques. Ce mode de gouvernance dit 'bottom-up' est devenu aujourd'hui un fait dans le management de la chose publique", a déclaré M. Mohamed Jouahri, Directeur Général de Casablanca Events et Animation, cité dans le communiqué.

Le symposium sera décliné en deux journées de travaux et de discussions ; les intervenants seront invités à partager leurs expertises et leurs expériences concernant les différents aspects du marketing territorial et notamment sur la place que devrait occuper le citoyen dans la démarche d'attractivité globale.

L'événement offrira cette année 5 moments forts ; un Think Thank (comme une nouvelle forme de discussion interactive avec les participants) , des masters Class certifiants, une matinée réservée au tourisme avec le premier forum africain du tourisme de Casablanca en partenariat avec le Conseil Régional du Tourisme, l'Africa Place Marketing Awards (une compétition pour primer les meilleurs pratiques du marketing territorial en Afrique), l'Africa Place marketing Compétition (une compétition entre les écoles pour avoir la vision "out of the box" des jeunes par rapport à la thématique).

Pour rappel, Africa Place Marketing fait partie intégrante de la démarche d'attractivité pilotée par Casablanca Events et animation qui a donné naissance à la marque "wecasablanca" en 2016.

Aujourd'hui, Casablanca ne cesse de s'imposer comme la plateforme pionnière incontournable d'échanges et de réflexions autour des enjeux, pratiques et tendances du marketing territorial en Afrique.

La SDL Casablanca Events et Animation, créée en 2015, a pour mission d'élaborer et mettre en œuvre la stratégie d'attractivité globale du territoire sur les plans local, régional et international.

Pour ce faire, Casablanca Events et Animation déploie des projets structurants, assure la gestion des infrastructures sportives et culturelles qui lui sont confiées et organise des événements d'envergure dans les domaines culturel, sportif et économique.

Casablanca Events et Animation est une société anonyme de droit privé à capitaux publics dont les actionnaires sont le Conseil de la Région de Casablanca-Settat, la Commune de Casablanca et le Conseil Préfectoral de Casablanca.

MAPB 000000 ❁

CHALLENGE

Fri, 25 Nov 2022

3ème édition de l'Africa Place Marketing

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Weekly	MEDIA TYPE	Magazine
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 621
IMPRESSIONS	14,818	CIRCULATION	7409	DISTRIBUTION	Morocco, Tunisia
SECTION	N/A	PAGE	11	SIZE	0.167 pages

TAGS

CasaEvents

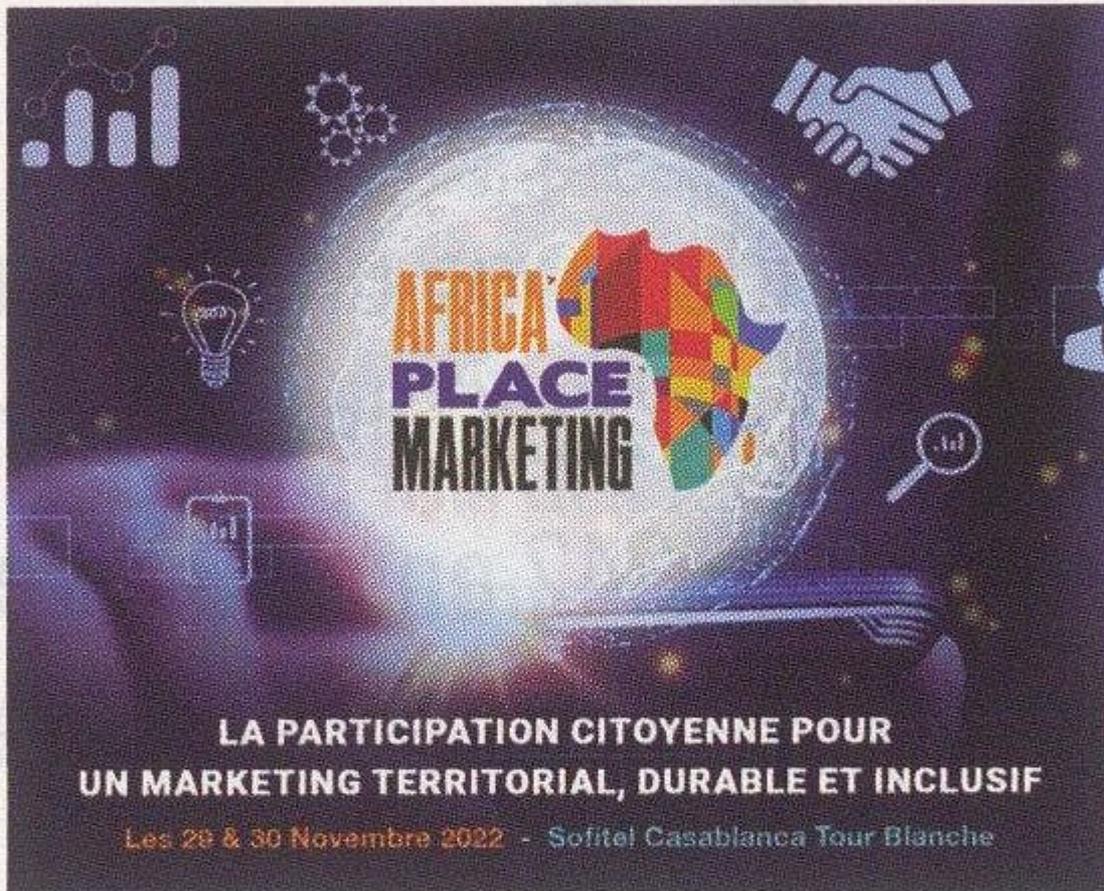
Vérfié

Mer **29** - Mer **30**
Novembre

3ème édition de l'Africa Place Marketing

Casablanca Events et Animation organise les 29 et 30 novembre 2022 au Sofitel Casablanca Tour Blanche la troisième édition de l'Africa Place Marketing sous la thématique «la

participation citoyenne ; pour un



marketing territorial, durable et inclusif ». Des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale participeront à cette édition qui sera marquée par la présence de plusieurs territoires africains et internationaux représentant des cas d'école en la matière.



Sofitel Casablanca Tour Blanche

Contact : Casablanca Events et

Animation au 0522 22 77 45



AUJOURD'HUI LE MAROC 

Fri, 25 Nov 2022

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 340
IMPRESSIONS	16,558	CIRCULATION	8279	DISTRIBUTION	Morocco
SECTION	General	PAGE	12	SIZE	133.333 cc
TAGS	CasaEvents Mohamed Jouahri Vérfié				

L'Africa Place Marketing : La 3ème édition démarre mardi prochain

Casablanca Events et Animation organisera les 29 et 30 novembre 2022 au Sofitel Casablanca Tour Blanche la troisième édition de l'Africa Place Marketing. Placée sous la thématique «La participation citoyenne; pour un marketing territorial, durable et inclusif», cette édition qui sera marquée par la présence de plusieurs territoires africains et internationaux représentant des cas d'école en la matière. «Au niveau

Africain, la participation citoyenne prend aujourd'hui une place prépondérante dans les politiques publiques comme vecteur de développement et de transformation de la société. Au Maroc, le Nouveau modèle de déve-

loppement insiste sur le fait que les populations et surtout les jeunes soient impliqués dans le processus de consultations stratégiques. Ce mode de gouvernance dit «bottom-up» est devenu

aujourd'hui un fait dans le management de la chose publique», déclare Mohamed Jouahri, directeur général de Casablanca Events et Animation. Le symposium sera décliné en deux journées de travaux et de discussions. Les

intervenants seront invités à partager leurs expertises et leurs expériences concernant les différents aspects du marketing territorial et notamment sur la place que devrait occuper le citoyen dans la démarche d'attractivité globale.



تنظيم الدورة الثالثة Africa Place Marketing بالدار البيضاء

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	Arabic	AVE	\$ 61
IMPRESSIONS	164	MUV	6,560		
TAGS	CasaEvents				

شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات تنظم الدورة الثالثة لمنتدى Africa Place Marketing يومي 29 و 30 نونمبر بفندق سوفيتيل الدار البيضاء، تحت شعار: « المشاركة المواطنة؛ من أجل تسويق ترابي مستدام وفعال».

خبراء وباحثون ومهنيون ذاتعي الصيت على الصعيد العالمي سيشاركون تجاربهم مع العديد من الفاعلين في المجالات الترابية الإفريقية والدولية طيلة يومين من خلال تجارب نموذجية في مجال التسويق الترابي. فالיום الحواضر الإفريقية والعالمية بحاجة إلى تعزيز الروابط من خلال المشاركة المواطنة لبناء وتطوير التسويق الترابي خاصة أن مجموعة مهمة من البحوث العلمية والتطبيقية تؤكد أن العلامات الترابية الأكثر إشعاعا هي التي قامت على الإنخراط الفعلي للمواطنين في استراتيجية الجاذبية الترابية.

وفي تصريح للمدير العام لشركة التنمية المحلية الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات على الصعيد الإفريقي، «المشاركة المواطنة يجب أن تصبح لها أولوية في السياسات العمومية للرافع والنهوض بمجتمعاتنا. وفي المغرب، أكد النموذج التنموي الجديد على ضرورة إشراك الساكنة، وخاصة الشباب، في المشاورات الاستراتيجية، هاته المقاربة تعزز الحكامة من خلال رؤية تصاعدية وواقعية في تدبير الشأن العام».

ستمتد فعاليات هذا المنتدى على يومين من الأشغال المكثفة والمناقشات البناءة، يتبادل خلالها المتدخلين خبراتهم وتجاربهم المتنوعة في مختلف مناحي التسويق المجالي، وعلى الخصوص الجانب المتعلق بالدور المنوط بالمشاركة المواطنة في إطار مقاربة الجاذبية الشاملة.

ستطبع دورة هذه السنة لمنتدى تسويق المجال الإفريقي "Africa Place Marketing" خمس لحظات قوية، حلقة للنقاش والتأمل (كشكل جديد للنقاش التفاعلي مع المشاركين)، دروس رئيسية مؤهلة، صباحية مخصصة للمجال السياحي مع تنظيم المنتدى الإفريقي الأول للسياحة بالدار البيضاء بالمشاركة مع المجلس القومي للسياحة الدار البيضاء - سطات بالإضافة إلى مسابقة Africa Place Marketing Award (جائزة من أجل مكافأة أفضل ممارسات التسويق الترابي في إفريقيا) ومسابقة Africa Place Marketing Competition التي سيتم من خلالها دعوة الشباب من طلاب الجامعات إلى التعبير بوضوح عن آرائهم وتطوير أفكار حول موضوع هذا المنتدى).

تجدر الإشارة إلى أن تسويق التراب الإفريقي أصبح يشكل جزءا لا يتجزأ من مقاربة الجاذبية التي تقودها شركة "الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات"، والتي تمخضت عن ولادة علامة «WECASABLANCA» في 2016. واليوم لم تتوقف الدار البيضاء عن ترسيخ موقعها



كمنصة رائدة لا يمكن الالتفاف عنها في مجال المبادلات والتفكير حول رهانات وممارسات وتوجهات التسويق المجالي على الصعيد الإفريقي.

تعليقات

MOROCCO.DAYFR 

Thu, 24 Nov 2022

Le CRT Casablanca Settat organise le premier Forum Africain du Tourisme à Casablanca - .

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 150
IMPRESSIONS	407	MUV	16,280		

TAGS

Région Casablanca Settat

CasaEvents

Vérfifié

Le Conseil Régional du Tourisme de Casablanca Settat organise en collaboration avec Casa Event & Animation la première édition du Casablanca African Tourism Forum (FATC) le 30 novembre 2022 à Casablanca.

Organisé dans le cadre du 3^e édition de Africa Place Marketing qui se déroule du 29 au 30 novembre 2022 au Sofitel Tour Blanche Casablanca , le FATC, qui se déroule tout au long de la matinée, est l'occasion d'évoquer les préoccupations urgentes pour le développement du tourisme africain. Deux thématiques ont été retenues pour cette édition : Mobilité Continentale et Marketing Territorial Touristique. " Malheureusement, la mobilité continentale africaine est freinée par les problèmes d'obtention de visas touristiques et la disponibilité d'une offre aérienne adaptée au juste prix. Ce contexte freine le développement des territoires africains qui disposent pourtant d'un potentiel touristique important. », déclare M. Othmane Chérif Alami, président du CRT Casablanca Settat. Le tourisme intra-africain est un secteur en développement tant que les territoires sont mieux commercialisés. Le développement du tourisme intra-africain repose donc sur la prise en compte du touriste dans le processus de marketing territorial. Au cours de ce forum, des experts marocains et africains, des professionnels du tourisme et des chercheurs débattront de la mobilité continentale comme levier de développement touristique et du marketing territorial du tourisme comme approche durable pour l'Afrique.

Invités de marque pour cette première édition du FATC

Hamid Bentahar, Président du CNT, Mme Ilham Kazzini, Directrice Commerciale de RAM,



ainsi que des professionnels africains du tourisme, dont M. Kouadio Marcel Gougou, Président de RAPT Côte d'Ivoire et Mme Tasneem Adamji, Fondatrice et Directrice exécutive de African Quest Safaris Limited au Kenya. Soyez présent avec les autres panélistes. L'invité d'honneur du Forum Africain du Tourisme à Casablanca n'est autre que M. Khaled El-Enany, ancien Ministre du Tourisme et des Antiquités d'Egypte, égyptologue et professeur d'université. Du Maroc, M. Ali Benmakhlouf, anthropologue et philosophe conclura ce matin sur la préservation du patrimoine africain dans le processus de développement touristique des territoires.

CRT Casablanca Settat organise premier Forum Africain Tourisme Casablanca ❁

MAGHRESS (FR)

Thu, 24 Nov 2022

Le CRT Casablanca Settat organise le premier Forum Africain du Tourisme de Casablanca

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Blog
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 1,403
IMPRESSIONS	3,791	MUV	151,640		

TAGS

Région Casablanca Settat

CasaEvents

Vérfifié

Merci d'avoir signalé! Cette image sera automatiquement bloquée après qu'elle soit signalée par plusieurs personnes.

Le CRT Casablanca Settat organise le premier Forum Africain du Tourisme de Casablanca Maroc Diplomatique Publié dans Maroc Diplomatique le 24 - 11 - 2022

Le Conseil Régional du tourisme de Casablanca Settat organise en partenariat avec Casa Event & Animation la première édition du Forum Africain du Tourisme de Casablanca (FATC) le 30 novembre 2022 à Casablanca .

Organisé dans le cadre de la 3ème édition de l'Africa Place Marketing qui se déroule du 29 au 30 novembre 2022 au Sofitel Tour Blanche Casablanca , le FATC, qui se déroule toute la matinée, est l'occasion de débattre des préoccupations urgentes pour le développement du tourisme africain. Deux thèmes ont été sélectionnés pour cette édition: Mobilité continentale et Marketing territorial touristique. «La mobilité continentale africaine est malheureusement entravée par des problématiques d'obtention de visa touristiques et de disponibilité d'une offre aérienne adaptée et au juste prix. Ce contexte freine le développement des territoires africains qui pourtant disposent de potentialités touristiques importantes», déclare M. Othmane Chérif Alami, président du CRT Casablanca Settat . Le tourisme intra-africain est un secteur en développement à condition de mieux marketer les territoires. Développer le tourisme intra-africain repose donc sur la prise en considération du touriste dans la démarche du marketing territorial. Des experts, des professionnels du tourisme et des chercheurs marocains et africains débattront, lors de ce forum, de la mobilité continentale

comme levier de développement touristique et du marketing territorial touristique comme démarche durable pour l'Afrique.

Des invités de marque pour cette première édition du FATC

Hamid Bentahar, Président CNT, Mme Ilham Kazzini, Directeur Pôle Commercial RAM ainsi que des professionnels africains du tourisme dont M. Kouadio Marcel Gougou, Président RAPT Côte d'Ivoire et Mme Tasneem Adamji, Founder & CEO African Quest Safaris Limited au Kenya seront présents aux côtés d'autres panelistes. L'invité d'honneur du Forum Africain du tourisme de Casablanca n'est autre que M. Khaled El-Enany, ancien Ministre du Tourisme et des antiquités d'Egypte, Egyptologue et professeur universitaire. Du Maroc, M. Ali Benmakhlouf, anthropologue et philosophe va conclure cette matinée sur la préservation du patrimoine africain dans la démarche de développement touristique des territoires.

[Cliquez ici pour lire l'article depuis sa source.](#)

Lire aussi [Le FIT pour promouvoir les investissements touristiques de la région Casablanca-Settat](#) [Africa Place Marketing : la 3ème édition organisée le 29 novembre à Casablanca](#) [Attractivité territoriale : Casablanca en première ligne](#) [Le FIT pour le développement touristique durable de la région Casablanca-Settat](#) [Prévu le 19 juillet: Le CRT Casa-Settat lance la 1ère édition du forum interactif du tourisme](#) ✳

MAROC DIPLOMATIQUE 

Thu, 24 Nov 2022

Le CRT Casablanca Settat organise le premier Forum Africain du Tourisme de Casablanca

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 825
IMPRESSIONS	2,230	MUV	89,200		

TAGS

Région Casablanca Settat

CasaEvents

Vérfifié

Le Conseil Régional du tourisme de Casablanca Settat organise en partenariat avec Casa Event & Animation la première édition du Forum Africain du Tourisme de Casablanca (FATC) le 30 novembre 2022 à Casablanca.

Organisé dans le cadre de la 3 ème édition de l’Africa Place Marketing qui se déroule du 29 au 30 novembre 2022 au Sofitel Tour Blanche Casablanca , le FATC, qui se déroule toute la matinée, est l’occasion de débattre des préoccupations urgentes pour le développement du tourisme africain. Deux thèmes ont été sélectionnés pour cette édition: Mobilité continentale et Marketing territorial touristique. « La mobilité continentale africaine est malheureusement entravée par des problématiques d’obtention de visa touristiques et de disponibilité d’une offre aérienne adaptée et au juste prix. Ce contexte freine le développement des territoires africains qui pourtant disposent de potentialités touristiques importantes », déclare M. Othmane Chérif Alami, président du CRT Casablanca Settat. Le tourisme intra-africain est un secteur en développement à condition de mieux marketer les territoires. Développer le tourisme intra-africain repose donc sur la prise en considération du touriste dans la démarche du marketing territorial. Des experts, des professionnels du tourisme et des chercheurs marocains et africains débattront, lors de ce forum, de la mobilité continentale comme levier de développement touristique et du marketing territorial touristique comme démarche durable pour l’Afrique.

Des invités de marque pour cette première édition du FATC

Hamid Bentahar, Président CNT, Mme Ilham Kazzini, Directeur Pôle Commercial RAM ainsi



que des professionnels africains du tourisme dont M. Kouadio Marcel Gougou, Président RAPT Côte d'Ivoire et Mme Tasneem Adamji, Founder & CEO African Quest Safaris Limited au Kenya seront présents aux côtés d'autres panelistes. L'invité d'honneur du Forum Africain du tourisme de Casablanca n'est autre que M. Khaled El-Enany, ancien Ministre du Tourisme et des antiquités d'Egypte, Egyptologue et professeur universitaire. Du Maroc, M. Ali Benmakhlouf, anthropologue et philosophe va conclure cette matinée sur la préservation du patrimoine africain dans la démarche de développement touristique des territoires.

Partager :

[Tweet](#)

[E-mail](#)

[Telegram](#)

[WhatsApp](#) ✳

تنظيم الدورة الثالثة لـ Africa Place Marketing بالدار البيضاء

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	Arabic	AVE	\$ 295
IMPRESSIONS	797	MUV	31,880		
TAGS	<div style="display: flex; gap: 10px;"> <div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 15px; padding: 2px 10px; display: inline-block;">CasaEvents</div> <div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 15px; padding: 2px 10px; display: inline-block;">Vérifié</div> </div>				

أفريقيا برس - المغرب. تنظم شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات الدورة الثالثة لمنندى Africa Place Marketing يومي 29 و 30 نونبر بفندق سوفيتيل الدار البيضاء، تحت شعار: "المشاركة المواطنة؛ من أجل تسويق ترابي مستدام وفعال".

وبحسب بلاغ للمنظمين فإن خبراء وباحثون ومهنيون سيشاركون خلال هذه الدورة تجاربهم مع العديد من الفاعلين في المجالات الترابية الإفريقية والدولية طيلة يومين من خلال تجارب نموذجية في مجال التسويق الترابي.

وقال المدير العام لشركة التنمية المحلية الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات على الصعيد الإفريقي، "المشاركة المواطنة يجب أن تصبح لها أولوية في السياسات العمومية للرافع والنهوض بمجتمعاتنا. وفي المغرب، أكد النموذج التنموي الجديد على ضرورة إشراك الساكنة، وخاصة الشباب، في المشاورات الاستراتيجية، هاته المقاربة تعزز الحكامة من خلال رؤية تصاعديّة وواقعية في تدبير الشأن العام".

يمكنكم متابعة المزيد من أخبار و تحليلات عن المغرب اليوم عبر موقع أفريقيا برس *

MOROCCO.DAYFR

Thu, 24 Nov 2022

la 3ème édition organisée le 29 novembre à Casablanca - .

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 150
IMPRESSIONS	407	MUV	16,280		

TAGS

Commune De Casablanca	SDL	Région Casablanca Settat	WeCasablanca
CasaEvents	Mohamed Jouahri	Vérfié	

Casablanca Events and Animation organise le 29 et 30 novembre 2022 un Visite blanche du Sofitel Casablanca la troisième édition du Marketing de l'espace en Afrique sous le thème « participation citoyenne ; pour un marketing territorial, durable et inclusif ». Des experts, chercheurs et professionnels de renommée internationale participeront à cette édition qui sera marquée par la présence de divers territoires africains et internationaux représentant des cas d'école en la matière.

L'importance de la participation citoyenne dans la mise en place et le développement d'une démarche de marketing territorial adaptée durable et efficace n'est plus discutée, la recherche scientifique actionnelle en marketing territorial affirme que les marques territoriales les plus pertinentes sont celles qui impliquent le citoyen tout au long du processus de l'attractivité et l'accueil du territoire.

" Au niveau africain, la participation citoyenne occupe aujourd'hui une place prépondérante dans les politiques publiques comme vecteur de développement et de transformation de la société. Au Maroc, le nouveau modèle de développement insiste sur l'implication de la population et surtout de la jeunesse dans le processus de concertation stratégique. Ce mode de gouvernement dit « du bas vers le haut » est désormais devenu un fait de la gestion des affaires publiques. » déclare M. Mohamed Jouahri, directeur général de Casablanca Events and Animation.

Le colloque sera divisé en deux journées de travaux et de débats ; Les intervenants seront invités à partager leurs connaissances et leurs expériences sur les différents aspects du marketing territorial et notamment sur la place que le citoyen doit occuper dans le processus

d'attractivité globale.

L'événement proposera 5 temps forts cette année ; un Think Thank (comme nouvelle forme d'échange interactif avec les participants), des master classes de certification, une matinée réservée au tourisme avec le premier forum africain du tourisme à Casablanca en collaboration avec le Conseil Régional du Tourisme, les Africa Place Marketing Awards (concours récompenser les meilleures pratiques de marketing territorial en Afrique), The Africa Place marketing Competition (un concours entre écoles pour avoir la vision "hors des sentiers battus" des jeunes par rapport au sujet).

Pour rappel, Africa Place Marketing fait partie intégrante de la démarche d'attraction menée par Casablanca Events et animation qui a donné naissance à la marque « wecasablanca » en 2016. Aujourd'hui, Casablanca continue de s'imposer comme la plateforme pionnière incontournable d'échanges et de réflexions autour les enjeux, pratiques et tendances du marketing territorial en Afrique.

A propos de Casablanca Events and Animation (CEA)

La Société de développement local de l'événementiel et de l'animation de Casablanca, créée en 2015, a pour mission d'élaborer et de mettre en œuvre la stratégie d'attractivité globale du territoire au niveau local, régional et international. A cette fin, Casablanca Eventos y Animación déploie des projets structurants, gère les infrastructures sportives et culturelles qui lui sont confiées et organise de grands événements dans les domaines culturels, sportifs et économiques. Casablanca Events et Animation est une société anonyme à capital public dont les actionnaires sont le Conseil de la Région Casablanca-Settat, la Commune de Casablanca et le Conseil de la Préfecture de Casablanca.

Tags : Afrique Lieu Marketing #3ème édition organisée Novembre Casablanca

#3ème édition organisée novembre Casablanca ✨

YABILADI (MA-AR)

Thu, 24 Nov 2022

تنظيم الدورة الثالثة لـ Africa Place Marketing بالدار البيضاء

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	Arabic	AVE	\$ 2,181
IMPRESSIONS	5,894	MUV	235,760		
TAGS	CasaEvents Vérifié				

تنظم شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات الدورة الثالثة لمنندى Africa Place Marketing يومي 29 و 30 نونبر بفندق سوفيتيل الدار البيضاء، تحت شعار : "المشاركة المواطنة؛ من أجل تسويق ترابي مستدام وفعال".

وبحسب بلاغ للمنظمين فإن خبراء وباحثون ومهنيون سيشاركون خلال هذه الدورة تجاربهم مع العديد من الفاعلين في المجالات الترابية الإفريقية والدولية طيلة يومين من خلال تجارب نموذجية في مجال التسويق الترابي.

وقال المدير العام لشركة التنمية المحلية الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات على الصعيد الإفريقي، "المشاركة المواطنة يجب أن تصبح لها أولوية في السياسات العمومية للرافع والنهوض بمجتمعاتنا. وفي المغرب، أكد النموذج التنموي الجديد على ضرورة إشراك الساكنة، وخاصة الشباب، في المشاورات الاستراتيجية، هاته المقاربة تعزز الحكامة من خلال رؤية تصاعدية وواقعية في تدبير الشأن العام". *

MAGHRESS (FR)

Thu, 24 Nov 2022

Casablanca abrite la 3ème édition de l'Africa Place Marketing le 29 et 30 novembre

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Blog
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 1,403
IMPRESSIONS	3,791	MUV	151,640		
TAGS	CasaEvents Mohamed Jouahri Véifié				

Merci d'avoir signalé! Cette image sera automatiquement bloquée après qu'elle soit signalée par plusieurs personnes.

Casablanca abrite la 3ème édition de l'Africa Place Marketing le 29 et 30 novembre
PanoraPost Publié dans PanoraPost le 24 - 11 - 2022

Casablanca connaîtra la troisième édition de l'Africa Place Marketing sous la thématique «la participation citoyenne; pour un marketing territorial, durable et inclusif». Des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale participeront à cette édition qui sera marquée par la présence de plusieurs territoires africains et internationaux représentant des cas d'école en la matière. L'importance de la participation citoyenne dans la mise en place et le développement d'une démarche marketing territorial adaptée durable et efficace n'est plus à contester, les recherches scientifiques orientées action en marketing territorial affirment que les marques territoriales les plus pertinentes sont celles qui ont impliqué le citoyen tout au long de la démarche d'attractivité et d'hospitalité territoriales.

« Au niveau Africain, la participation citoyenne prend aujourd'hui une place prépondérante dans les politiques publique comme vecteur de développement et de transformation de la société. Au Maroc, le nouveau modèle de développement insiste sur le fait que les populations et surtout les jeunes soient impliqués dans le processus de consultations stratégiques. Ce mode de gouvernance dit

« bottum-up » est devenu aujourd'hui un fait dans le management de la chose publique »

Déclare Mohamed Jouahri, Directeur Général de Casablanca Events et Animation.

Le symposium sera décliné en deux journées de travaux et de discussions ; les intervenants seront invités à partager leurs expertises et leurs expériences concernant les différents aspects du marketing territorial et notamment sur la place que devrait occuper le citoyen dans la démarche d'attractivité globale.

L'événement offrira cette année 5 moments forts ; un Think Thank (comme une nouvelle forme de discussion interactive avec les participants) , des masters Class certifiants, une matinée réservée au tourisme avec le premier forum africain du tourisme de Casablanca en partenariat avec le Conseil Régional du Tourisme, l'Africa Place Marketing Awards (une compétition pour primer les meilleurs pratiques du marketing territorial en Afrique), L'Africa Place marketing Compétition (une compétition entre les écoles pour avoir la vision « out of the box » des jeunes par rapport à la thématique).

[Cliquez ici pour lire l'article depuis sa source.](#)

Lire aussi [Casablanca : L'Africa Place Marketing revient pour une 3e édition](#) Vers un marketing territorial basé sur l'implication citoyenne 2ème édition du symposium « Africa Place Marketing » les 24 et 25 novembre [Le 2ème symposium "Africa Place Marketing", les 24 et 25 novembre à Casablanca](#) [Le 2ème symposium «Africa Place Marketing», les 24 et 25 novembre à Casablanca](#) ✱

Africa Place Marketing : la 3ème édition organisée le 29 novembre à Casablanca

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 1,133
IMPRESSIONS	3,061	MUV	122,440		
TAGS	Commune De Casablanca SDL Région Casablanca Settati Conseil Préfectoral CasaEvents Mohamed Jouahri Vérifié				

Casablanca Events et Animation organise les 29 et 30 novembre 2022 au Sofitel Casablanca Tour Blanche la troisième édition de l' Africa Place Marketing sous la thématique « la participation citoyenne ; pour un marketing territorial, durable et inclusif ». Des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale participeront à cette édition qui sera marquée par la présence de plusieurs territoires africains et internationaux représentant des cas d'école en la matière.

L'importance de la participation citoyenne dans la mise en place et le développement d'une démarche marketing territorial adaptée durable et efficiente n'est plus à contester, les recherches scientifiques orientées action en marketing territorial affirment que les marques territoriales les plus pertinentes sont celles qui ont impliqué le citoyen tout au long de la démarche d'attractivité et d'hospitalité territoriales.

« Au niveau Africain, la participation citoyenne prend aujourd'hui une place prépondérante dans les politiques publique comme vecteur de développement et de transformation de la société. Au Maroc, le nouveau modèle de développement insiste sur le fait que les populations et surtout les jeunes soient impliqués dans le processus de consultations stratégiques. Ce mode de gouvernance dit « bottom-up » est devenu aujourd'hui un fait dans le management de la chose publique » Déclare M. Mohamed Jouahri, Directeur Général de Casablanca Events et Animation.

Le symposium sera décliné en deux journées de travaux et de discussions ; les intervenants seront invités à partager leurs expertises et leurs expériences concernant les différents aspects du marketing territorial et notamment sur la place que devrait occuper le citoyen

dans la démarche d'attractivité globale.

L'événement offrira cette année 5 moments forts ; un Think Thank (comme une nouvelle forme de discussion interactive avec les participants) , des masters Class certifiants, une matinée réservée au tourisme avec le premier forum africain du tourisme de Casablanca en partenariat avec le Conseil Régional du Tourisme, l'Africa Place Marketing Awards (une compétition pour primer les meilleurs pratiques du marketing territorial en Afrique), L'Africa Place marketing Compétition (une compétition entre les écoles pour avoir la vision « out of the box » des jeunes par rapport à la thématique).

Pour rappel, Africa Place Marketing fait partie intégrante de la démarche d'attractivité pilotée par Casablanca Events et animation qui a donné naissance à la marque « wecasablanca » en 2016. Aujourd'hui, Casablanca ne cesse de s'imposer comme la plateforme pionnière incontournable d'échanges et de réflexions autour des enjeux, pratiques et tendances du marketing territorial en Afrique.

À propos de Casablanca Events et Animation (CEA)

La Société de Développement Local Casablanca Events et Animation, créée en 2015, a pour mission d'élaborer et mettre en œuvre la stratégie d'attractivité globale du territoire sur les plans local, régional et international. Pour ce faire, Casablanca Events et Animation déploie des projets structurants, assure la gestion des infrastructures sportives et culturelles qui lui sont confiées et organise des événements d'envergure dans les domaines culturel, sportif et économique. Casablanca Events et Animation est une société anonyme de droit privé à capitaux publics dont les actionnaires sont le Conseil de la Région de Casablanca-Settat, la Commune de Casablanca et le Conseil Préfectoral de Casablanca. ✿

15:29 | تنظيم الدورة الثالثة "Africa Place Marketing" بالدار البيضاء

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	Arabic	AVE	\$ 2,902
IMPRESSIONS	7,842	MUV	313,680		
TAGS	CasaEvents Vérifié				

تنظم شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات الدورة الثالثة لمنندى Africa Place Marketing يومي 29 و 30 نونمبر بفندق سوفيتيل الدار البيضاء، تحت شعار: « المشاركة المواطنة؛ من أجل تسويق ترابي مستدام وفعال».

وكشف البلاغ أن خبراء وباحثون ومهنيون ذائعي الصيت على الصعيد العالمي سيشاركون تجاربهم مع العديد من الفاعلين في المجالات الترابية الإفريقية والدولية طيلة يومين من خلال تجارب نموذجية في مجال التسويق الترابي. فالיום الحواضر الإفريقية والعالمية بحاجة إلى تعزيز الروابط من خلال المشاركة المواطنة لبناء وتطوير التسويق الترابي خاصة أن مجموعة مهمة من البحوث العلمية والتطبيقية تؤكد أن العلامات الترابية الأكثر إشعاعا هي التي قامت على الإنخراط الفعلي للمواطنين في استراتيجية الجاذبية الترابية.

وفي تصريح للمدير العام لشركة التنمية المحلية الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات على الصعيد الإفريقي، قال إن «المشاركة المواطنة يجب أن تصبح لها أولوية في السياسات العمومية للرافع والنهوض بمجتمعاتنا. وفي المغرب، أكد النموذج التنموي الجديد على ضرورة إشراك الساكنة، وخاصة الشباب، في المشاورات الاستراتيجية، هاته المقاربة تعزز الحكامة من خلال رؤية تصاعدية وواقعية في تدبير الشأن العام».

ستمتد فعاليات هذا المنندى على يومين من الأشغال المكثفة والمناقشات البناءة، يتبادل خلالها المتدخلين خبراتهم وتجاربهم المتنوعة في مختلف مناحي التسويق المجالي، وعلى الخصوص الجانب المتعلق بالدور المنوط بالمشاركة المواطنة في إطار مقاربة الجاذبية الشاملة.

ستطبع دورة هذه السنة لمنندى تسويق المجال الإفريقي "Africa Place Marketing" خمس لحظات قوية، حلقة للنقاش والتأمل (كشكل جديد للنقاش التفاعلي مع المشاركين)، دروس رئيسية مؤهلة، صباحية مخصصة للمجال السياحي مع تنظيم المنندى الإفريقي الأول للسياحة بالدار البيضاء بالمشاركة مع المجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء - سطات بالإضافة إلى مسابقة Africa Place Marketing Award (جائزة من أجل مكافأة أفضل ممارسات التسويق الترابي في إفريقيا) ومسابقة Africa Place Marketing Competition التي سيتم من خلالها دعوة الشباب من طلاب الجامعات إلى التعبير بوضوح عن آرائهم وتطوير أفكار حول موضوع هذا المنندى).

تجدر الإشارة إلى أن تسويق التراب الإفريقي أصبح يشكل جزءا لا يتجزأ من مقاربة الجاذبية التي تقودها شركة "الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات"، والتي تمخضت عن ولادة علامة «WECASABLANCA» في 2016. واليوم لم تتوقف الدار البيضاء عن ترسيخ موقعها



كمنصة رائدة لا يمكن الالتفاف عنها في مجال المبادلات والتفكير حول رهانات وممارسات وتوجهات التسويق المجالي على الصعيد الإفريقي. ❁

YABILADI (MA-FR)

Thu, 24 Nov 2022

Casablanca : L'Africa Place Marketing revient pour une 3e édition

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 12,502
IMPRESSIONS	33,789	MUV	1,351,560		
TAGS	SDL WeCasablanca CasaEvents Mohamed Jouahri Vérfié				

La société de développement local Casablanca events et animation a annoncé, ce jeudi, l'organisation les 29 et 30 novembre 2022 à Casablanca, de la troisième édition de l'Africa Place Marketing. Un rendez-vous qui se tiendra sous le thème : «La participation citoyenne ; pour un marketing territorial, durable et inclusif».

Ainsi, des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale participeront à cette édition qui sera marquée par la présence de plusieurs territoires africains et internationaux représentant des cas d'école en la matière, poursuit la même source. «L'importance de la participation citoyenne dans la mise en place et le développement d'une démarche marketing territorial adaptée durable et efficace n'est plus à contester, les recherches scientifiques orientées action en marketing territorial affirment que les marques territoriales les plus pertinentes sont celles qui ont impliqué le citoyen tout au long de la démarche d'attractivité et d'hospitalité territoriales», ajoute-t-on.

«Au niveau Africain, la participation citoyenne prend aujourd'hui une place prépondérante dans les politiques publique comme vecteur de développement et de transformation de la société. Au Maroc, le nouveau modèle de développement insiste sur le fait que les populations et surtout les jeunes soient impliqués dans le processus de consultations stratégiques. Ce mode de gouvernance dit "bottom-up" est devenu aujourd'hui un fait dans le management de la chose publique», déclare Mohamed Jouahri, directeur général de Casablanca events et animation.

Le symposium sera décliné en deux journées de travaux et de discussions. Les intervenants seront invités à partager leurs expertises et leurs expériences concernant les différents aspects du marketing territorial et notamment sur la place que devrait occuper le citoyen



dans la démarche d'attractivité globale.

«L'Africa Place Marketing fait partie intégrante de la démarche d'attractivité pilotée par Casablanca Events et animation qui a donné naissance à la marque Wecasablanca en 2016. Aujourd'hui, Casablanca ne cesse de s'imposer comme la plateforme pionnière incontournable d'échanges et de réflexions autour des enjeux, pratiques et tendances du marketing territorial en Afrique», conclut-on. ✱

Casablanca abrite la 3ème édition de l'Africa Place Marketing le 29 et 30 novembre

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 740
IMPRESSIONS	2,001	MUV	80,040		
TAGS	CasaEvents Mohamed Jouahri Véifié				

Casablanca connaîtra la troisième édition de l'Africa Place Marketing sous la thématique « la participation citoyenne; pour un marketing territorial, durable et inclusif ». Des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale participeront à cette édition qui sera marquée par la présence de plusieurs territoires africains et internationaux représentant des cas d'école en la matière. L'importance de la participation citoyenne dans la mise en place et le développement d'une démarche marketing territorial adaptée durable et efficiente n'est plus à contester, les recherches scientifiques orientées action en marketing territorial affirment que les marques territoriales les plus pertinentes sont celles qui ont impliqué le citoyen tout au long de la démarche d'attractivité et d'hospitalité territoriales.

« Au niveau Africain, la participation citoyenne prend aujourd'hui une place prépondérante dans les politiques publique comme vecteur de développement et de transformation de la société. Au Maroc, le nouveau modèle de développement insiste sur le fait que les populations et surtout les jeunes soient impliqués dans le processus de consultations stratégiques. Ce mode de gouvernance dit « bottum-up » est devenu aujourd'hui un fait dans le management de la chose publique » Déclare Mohamed Jouahri, Directeur Général de Casablanca Events et Animation.

Le symposium sera décliné en deux journées de travaux et de discussions ; les intervenants seront invités à partager leurs expertises et leurs expériences concernant les différents aspects du marketing territorial et notamment sur la place que devrait occuper le citoyen dans la démarche d'attractivité globale.



L'événement offrira cette année 5 moments forts ; un Think Thank (comme une nouvelle forme de discussion interactive avec les participants) , des masters Class certifiants, une matinée réservée au tourisme avec le premier forum africain du tourisme de Casablanca en partenariat avec le Conseil Régional du Tourisme, l'Africa Place Marketing Awards (une compétition pour primer les meilleurs pratiques du marketing territorial en Afrique), L'Africa Place marketing Compétition (une compétition entre les écoles pour avoir la vision « out of the box » des jeunes par rapport à la thématique). ✱

Management : l'hospitalité territoriale, un préalable à l'attractivité du Maroc

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 1,133
IMPRESSIONS	3,061	MUV	122,440		

TAGS

CasaEvents

Vérfifié

Le citoyen jouerait au moins quatre rôles dans l'attractivité territoriale; il est une cible directe, un argument valorisant du territoire et un gage de sécurité pour les investisseurs et les touristes, un partenaire dans la construction du processus d'attractivité et, finalement, un ambassadeur et un avocat passionné pouvant facilement influencer la décision d'autres cibles.

Le débat autour du concept de l'hospitalité ne date pas d'aujourd'hui, il a débuté avec l'histoire des voyages et a été imposé par les Grecs et les religions. Il intéresse depuis le siècle dernier les chercheurs de spécialités variées : les philosophes, les historiens, les sociologues, les anthropologues, les littéraires, les décideurs touristiques et plus fraîchement les décideurs territoriaux. L'objectif principal de cet article est de répondre aux interrogations suivantes : Que veut-on dire par hospitalité territoriale ? Quel est le lien entre l'hospitalité et l'attractivité? Pourrait-elle être un levier d'attractivité territoriale ?

Tentative de définition de l'hospitalité territoriale Si l'on considère traditionnellement que l'hospitalité est offerte dans la résidence d'individu invitant, il faudrait élargir la notion de maison au village, à la ville, à la région et au pays. Ce sont donc tous les membres de la communauté, tous les résidants, qui devraient pratiquer l'hospitalité, et donc le territoire devrait en lui-même être hospitalier, et l'hospitalité devrait être celle du résidant, du touriste et des entreprises. En effet, le droit et/ou l'obligation d'hospitalité appartient à tous et est l'affaire de tous. L'hospitalité liée au territoire n'est pas une réflexion récente. Le fait de recevoir un étranger dans son territoire est une pratique aussi ancienne que celle des voyages. En fait, certaines villes, comme Delphes et Sparte, en Grèce, ou Mégare, en Crète, recevaient les étrangers, à leurs frais, en particulier lors des fêtes religieuses, et les hébergeaient sous des tentes ou dans des locaux provisoires, voire permanents. En outre, il

existait à l'époque des lois et des traités comportant des clauses appelées «hospitium publicum» qui cherchent à protéger les envoyés officiels et les commerçants des deux villes partenaires ainsi que leurs biens transportés lors du déplacement.

Dans cette même perspective, l'hospitalité territoriale a été citée dans le XVIIIe siècle par Proudhon (1852) qui écrivait : «Un jour viendra où la nationalité cessera d'être exclusive, ou il sera permis à tout individu, voyageant pour son plaisir ou pour ses affaires, de devenir citoyen de plusieurs patries». Selon cet auteur, la nationalité n'est pas une propriété et toute personne qui met le pied sur un territoire peut s'identifier à ce dernier et donc de l'approprier et devenir par conséquent citoyen de ce dernier.

De ce fait, un seul individu peut être citoyen de plusieurs espaces. En effet, un territoire en s'ouvrant aux autres (touristes, entreprises, nouveaux résidents) ne partage-t-il par son identité? Ses rites et culture? Ses habitudes et sa vie quotidienne? N'active-t-il pas des stimulations porteuses de valeur ajoutée pour lui? Aussi, semble-t-il, l'hospitalité s'élargit-elle aux territoires, entendus dans le sens d'espace matériel, mais surtout d'atmosphères immatérielles.

Hospitalité territoriale : quête d'un sens Les recherches se rapportant à l'hospitalité territoriale sont très rares, et l'absence de consensus autour d'une définition de l'hospitalité ne facilite pas la tâche. Par ailleurs, nous avons mené une étude s'appuyant sur une revue de la littérature multiple et variée allant de la religion jusqu'aux sciences sociales en passant par la psychologie, la sociologie, l'histoire et l'anthropologie pour conclure que le concept d'hospitalité gravite autour de quinze mots clés. Quoique les ingrédients de l'hospitalité territoriale soient très nombreux, nous pouvons opérer un mixage entre eux et obtenir un sens global, certes, mais tranchant.

Ainsi, avançons nous que l'hospitalité territoriale serait une vertu naturelle du territoire, un devoir des responsables territoriaux vis-à-vis des ressources acquises par le territoire. Elle renvoie au degré d'ouverture et de partage authentique du territoire dans le cadre de la réciprocité et l'échange entre les parties prenantes de sorte à ce que chacun se sente chez lui, confortable et en sécurité grâce à la bonne qualité de vie et aux prestations offertes par le territoire. Cette hospitalité repose sur des supports matériels (support physique, environnement tangible) et immatériels (humain, rencontre, échange) visant à satisfaire les besoins des parties prenantes en vue d'un gain mutuel.

L'hospitalité, pierre angulaire de l'attractivité territoriale L'élément central de l'hospitalité, et par lequel il conviendrait de commencer dans toutes démarches d'attractivité territoriale, est le résidant, du fait que c'est lui le premier contact d'un touriste ou d'un entrepreneur avec le territoire. En effet, un résidant satisfait est quelqu'un qui se sent chez lui, défend son «chez-

lui», le protège et ne peut donc que bien parler de son territoire. Il semble noter qu'il existe en français une certaine confusion entre les substantifs résident et résidant.

La distinction, proposée dans le Dictionnaire de la langue française Lexis Dubois (1992), paraît utile entre le résident, «personne qui réside dans un autre endroit que son pays d'origine», et le résidant qui «se dit de quelqu'un qui habite dans un lieu quelconque», synonyme d'habitant. En effet, le premier qui devrait profiter de l'hospitalité en tant que concept basé principalement sur l'amélioration de la qualité de vie est le résidant.

Ainsi, travailler sur l'hospitalité des territoires reviendrait à développer le sentiment d'appartenance et l'attachement des résidants, et donc les transformer en ambassadeurs et avocats passionnés, de leur propre territoire. Ceci permettrait de les garder sur place, de les faire participer dans l'attractivité territoriale en attirant, en satisfaisant et en faisant revenir les touristes (les fidéliser), ainsi que les investisseurs tant que le cadre de vie et l'hospitalité constitueraient un élément déterminant de la décision d'investissement sur un territoire dans l'ère de la responsabilité sociale des entreprises.

Subséquentement, le projet d'attractivité territoriale devrait être communiqué en premier lieu aux résidants, et pourquoi pas coproduit et fait pour et par eux, partagé mais aussi compris et porté par les parties prenantes. Il est dans ce sens important de se focaliser sur l'identité territoriale constituant l'élément essentiel de la démarche d'hospitalité (la capacité d'un territoire à garder sur place les ressources déjà acquises) et donc d'attractivité, puisque les ressources acquises par un territoire vont faire rayonner ce dernier et attirer les cibles recherchées.

Et ce, pour deux raisons, la première étant d'impliquer d'une façon directe le citoyen du fait que l'identité territoriale traduit sa personne en général et la deuxième conforte le nombre de voix qui se sont élevées dernièrement afin de plaider en faveur de la recherche des atouts immatériels des territoires consistant à toucher en premier la sensibilité, l'affection et le sentiment d'appartenance du résidant. C'est sans doute ce résidant qui construit et constitue le territoire au quotidien et qui, de fait, coopère à véhiculer ce qui fait du territoire ce qu'il est d'après leur perception propre et façonnent donc directement ou indirectement son image de marque.

Dans cette même veine il est important de rappeler que le résidant peut jouer quatre rôles par rapport à son territoire : il est une cible directe, il peut être un argument valorisant du territoire, un partenaire dans la construction du processus d'attractivité et finalement un ambassadeur et un avocat passionné pouvant facilement influencer la décision d'autres cibles.

Enfin, il conviendrait de noter que notre analyse ne serait pertinente que si les territoires entreprennent une approche endogène dans le sens où ils vont faire participer les citoyens, approfondir la relation avec ces derniers et les encourager à contribuer au développement de leur propre hospitalité et les impliquer dans la démarche du marketing territorial alternant l'approche endogène à l'exogène d'attractivité territoriale. Ce qui permettrait aux territoires de garder sur place les ressources déjà acquises par le territoire (l'hospitalité territoriale), puis de développer les stratégies autour de sa capacité à rayonner et à attirer sur place les cibles recherchées (l'attractivité).

Au Maroc, l'hospitalité territoriale n'est pas un choix mais une condition sine qua non à la réussite de la stratégie d'attractivité territoriale du fait que le Marocain adhère fortement à la citation africaine qui dit «ce qui est fait POUR MOI SANS MOI EST FAIT CONTRE MOI».

Dans ce sens, Casablanca Events et Animation va mettre le focus sur la place que devrait occuper le citoyen dans la démarche d'hospitalité et d'attractivité territoriale dans son rendez-vous annuel «L'Africa Place Marketing (APM)» prévu cette année les 29 et 30 novembre sous la thématique: «La participation citoyenne pour un marketing territorial durable et inclusif». L'objectif de cette plateforme d'échange serait de développer une réflexivité pour construire et développer ce que serait éventuellement une démarche marketing territoriale appliquée aux territoires africains dont le graal est la participation citoyenne.

Différents experts africains et internationaux échangeront sur des études, des recherches scientifiques récentes et des pratiques de certains territoires en avance sur ces sujets. ❁



LES INSPIRATIONS ÉCO 

Thu, 24 Nov 2022

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 5,928
IMPRESSIONS	21,204	CIRCULATION	10602	DISTRIBUTION	Morocco
SECTION	General	PAGES	1, 20, 21	SIZE	666.667 cc
TAGS	CasaEvents Vérfifié				

HOSPITALITÉ TERRITORIALE. UN PRÉALABLE À L'ATTRACTIVITÉ DU ROYAUME



P. 20-21

YASMINE ALAOU

Professeure-chercheuse à l'ENCG
Casablanca et consultante spécialiste en
marketing et attractivité des territoires



YASMINE ALAOUI
Professeure-chercheuse à l'ENCG Casablanca et consultante spécialiste en marketing et attractivité des territoires.

Le citoyen jouerait au moins quatre rôles dans l'attractivité territoriale; il est une cible directe, un argument valorisant du territoire et un gage de sécurité pour les investisseurs et les touristes, un partenaire dans la construction du processus d'attractivité et, finalement, un ambassadeur et un avocat passionné pouvant facilement influencer la décision d'autres cibles.

Le débat autour du concept de l'hospitalité ne date pas d'aujourd'hui, il a débuté avec l'histoire des voyages et a été imposé par les Grecs et les religions. Il intéresse depuis le siècle dernier les chercheurs de spécialités variées : les philosophes, les historiens, les sociologues, les anthropologues, les littéraires, les décideurs touristiques et plus fraîchement les décideurs territoriaux. L'objectif principal de cet article est de répondre aux interrogations suivantes : Que veut-on dire par hospitalité territoriale ? Quel est le lien entre l'hospitalité et l'attractivité ? Pourrait-elle être un levier d'attractivité territoriale ?

TENTATIVE DE DÉFINITION DE L'HOSPITALITÉ TERRITORIALE

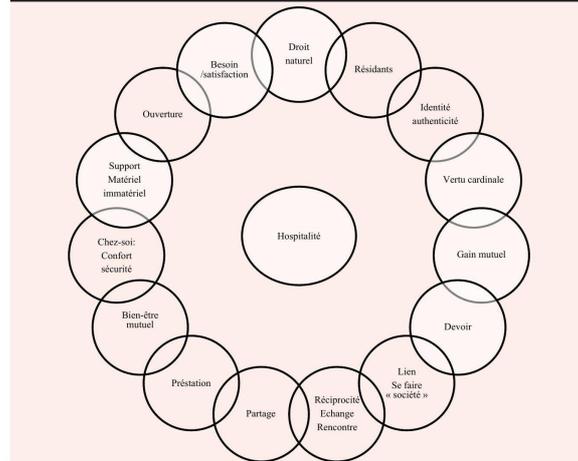
Si l'on considère traditionnellement que l'hospitalité est offerte dans la résidence d'individu invitant, il faudrait élargir la notion de maison au village, à la ville, à la région et au pays. Ce sont donc tous les membres de la communauté, tous les résidents, qui devraient pratiquer l'hospitalité, et donc le territoire devrait en lui-même être hospitalier, et l'hospitalité devrait être celle du résident, du touriste et des en-

MANAGEMENT

L'hospitalité territoriale, un préalable à l'attractivité du Maroc

Les mots clés attachés au concept de l'hospitalité territoriale

Source : Auteur



treprises. En effet, le droit et/ou l'obligation d'hospitalité appartient à tous et est l'affaire de tous. L'hospitalité liée au territoire n'est pas une réflexion récente. Le fait de recevoir un étranger dans son territoire est une pratique aussi ancienne que celle des voyages. En fait, certaines villes, comme Delphes et Sparte, en Grèce, ou Mégare, en Crète, recevaient les étrangers, à leurs frais, en particulier lors des fêtes religieuses, et les hébergeaient sous des tentes ou dans des locaux provisoires, voire permanents. En outre, il existait à l'époque des lois et des traités comportant des clauses appelées «hospitium publicum» qui cherchent à protéger les envoyés officiels et les commerçants des deux villes partenaires ainsi que leurs biens transportés lors du déplacement. Dans cette même perspective, l'hospitalité territoriale a été citée dans le XVIIIe siècle par Proudhon (1852) qui écrivait : «Un jour viendra où la nationalité cessera d'être exclusive, ou il sera permis à tout individu, voyageant pour son plaisir ou pour ses affaires, de devenir citoyen de plusieurs patries». Selon cet auteur, la nationalité n'est pas une propriété et toute personne qui met le pied sur

un territoire peut s'identifier à ce dernier et donc de l'approprier et devenir par conséquent citoyen de ce dernier. De ce fait, un seul individu peut être citoyen de plusieurs espaces. En effet, un territoire en s'ouvrant aux autres (touristes, entreprises, nouveaux résidents) ne partage-t-il par son identité? Ses rites et culture? Ses habitudes et sa vie quotidienne? N'active-t-il pas des stimulations porteuses de valeur ajoutée pour lui? Aussi, semble-t-il, l'hospitalité s'élargit-elle aux territoires, entendus dans le sens d'espace matériel, mais surtout d'atmosphères immatérielles.

HOSPITALITÉ TERRITORIALE: QUÊTE D'UN SENS

Les recherches se rapportant à l'hospitalité territoriale sont très rares, et l'absence de consensus autour d'une définition de l'hospitalité ne facilite pas la tâche. Par ailleurs, nous avons mené une étude s'appuyant sur une revue de la littérature multiple et variée allant de la religion jusqu'aux sciences sociales en passant par la psychologie, la sociologie, l'histoire et l'anthropologie pour conclure que le concept d'hospitalité gravite autour de quinze

mots clés. Quoique les ingrédients de l'hospitalité territoriale soient très nombreux, nous pouvons opérer un mixage entre eux et obtenir un sens global, certes, mais tranchant. Ainsi, avançons nous que l'hospitalité territoriale serait une vertu naturelle du territoire, un devoir des responsables territoriaux vis-à-vis des ressources acquises par le territoire. Elle renvoie au degré d'ouverture et de partage authentique du territoire dans le cadre de la réciprocité et l'échange entre les parties prenantes de sorte à ce que chacun se sente chez lui, confortable et en sécurité grâce à la bonne qualité de vie et aux prestations offertes par le territoire. Cette hospitalité repose sur des supports matériels (support physique, environnement tangible) et immatériels (humain, rencontre, échange) visant à satisfaire les besoins des parties prenantes en vue d'un gain mutuel.

L'HOSPITALITÉ, PIERRE ANGULAIRE DE L'ATTRACTIVITÉ TERRITORIALE

L'élément central de l'hospitalité, et par lequel il conviendrait de commencer dans toutes démarches d'attractivité territoriale, est le résident, du fait que c'est lui le premier contact d'un touriste ou d'un entrepreneur avec le territoire. En effet, un résident satisfait est quelqu'un qui se sent chez lui, défend son «chez-lui», le protège et ne peut donc que bien parler de son territoire. Il semble noter qu'il existe en français une certaine confusion entre les substantifs résident et résidant. La distinction, proposée dans le Dictionnaire de la langue française Lexis Dubois (1992), paraît utile entre le résident, «personne qui réside dans un autre endroit que son pays d'origine», et le résidant qui «se dit de quelqu'un qui habite dans un lieu quelconque», synonyme d'habitant. En effet, le premier qui devrait profiter de l'hospitalité en tant que concept basé principalement sur l'amélioration de la qualité de vie est le résidant. Ainsi, travailler sur l'hospitalité des territoires reviendrait à développer le sentiment d'appartenance et l'attachement des résidents, et donc

les transformer en ambassadeurs et avocats passionnés, de leur propre territoire. Ceci permettrait de les garder sur place, de les faire participer dans l'attractivité territoriale en attirant, en satisfaisant et en faisant revenir les touristes (les fidéliser), ainsi que les investisseurs tant que le cadre de vie et l'hospitalité constitueraient un élément déterminant de la décision d'investissement sur un territoire dans l'ère de la responsabilité sociale des entreprises. Subséquemment, le projet d'attractivité territoriale devrait être communiqué en premier lieu aux résidents, et pourquoi pas coproduit et fait pour et par eux, partagé mais aussi compris et porté par les parties prenantes. Il est dans ce sens important de se focaliser sur l'identité territoriale constituant l'élément essentiel de la démarche d'hospitalité (la capacité d'un territoire à garder sur place les ressources déjà acquises) et donc d'attractivité, puisque les ressources acquises par un territoire vont faire rayonner ce dernier et attirer les cibles recherchées. Et ce, pour deux raisons, la première étant d'impliquer d'une façon directe le citoyen du fait que l'identité territoriale traduit sa personne en général et la deuxième conforte le nombre de voix qui se sont élevées dernièrement afin de plaider en faveur de la recherche des atouts immatériels des territoires consistant à toucher en premier la sensibilité, l'affection et le sentiment d'appartenance du résident. C'est sans doute ce résident qui construit et constitue le territoire au quotidien et qui, de fait, coopère à véhiculer ce qui fait du territoire ce qu'il est d'après leur perception propre et façonnent donc directement ou indirectement son image de marque. Dans cette même veine il est important de rappeler que le résident peut jouer quatre rôles par rapport à son territoire : il est une cible directe, il peut être un argument valorisant du territoire, un partenaire dans la construction du processus d'attractivité et finalement un ambassadeur et un avocat passionné pouvant facilement influencer la décision d'autres cibles. Enfin, il conviendrait de noter que notre analyse ne serait pertinente que si les territoires entreprennent une approche endogène dans le sens où ils vont faire participer les citoyens, approfondir la relation avec ces derniers et les encourager à contribuer au développement de leur propre hospitalité et les impliquer dans la démarche du marketing territorial alternant l'approche endogène à l'exogène d'attractivité territoriale. Ce qui permettrait aux territoires de garder sur place les ressources déjà acquises par le territoire (l'hospitalité territoriale), puis de développer les stratégies autour de sa capacité à

rayonner et à attirer sur place les cibles recherchées (l'attractivité). Au Maroc, l'hospitalité territoriale n'est pas un choix mais une condition sine qua non à la réussite de la stratégie d'attractivité territoriale du fait que le Marocain adhère fortement à la citation africaine qui dit «ce qui est fait POUR MOI SANS MOI EST FAIT CONTRE MOI». Dans ce sens, Casablanca Events et Animation va

mettre le focus sur la place que devrait occuper le citoyen dans la démarche d'hospitalité et d'attractivité territoriale dans son rendez-vous annuel «L'Africa Place Marketing (APM)» prévu cette année les 29 et 30 novembre sous la thématique: «La participation citoyenne pour un marketing territorial durable et inclusif». L'objectif de cette plateforme d'échange serait de

développer une réflexivité pour construire et développer ce que serait éventuellement une démarche marketing territoriale appliquée aux territoires africains dont le graal est la participation citoyenne. Différents experts africains et internationaux échangeront sur des études, des recherches scientifiques récentes et des pratiques de certains territoires en avance sur ces sujets.

Marketing : L'actu de la semaine

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 57
IMPRESSIONS	155	MUV	6,200		
TAGS	CasaEvents Vérfié				

Samsung Electronics lance la campagne "Let's Bring It All Home"

À l'occasion de la saison de football tant attendue, et pour faire vivre une expérience visuelle inégalée aux fans de sport, Samsung Electronics a lancé la campagne « Let's Bring It All Home » avec SmartThings, qui permet aux utilisateurs de créer une maison intelligente intégrée grâce à ses produits et aux caractéristiques originales associées, alimentés par l'Internet des objets (IoT) et l'intelligence artificielle (AI). La campagne met en avant une gamme diversifiée de produits, notamment le dernier téléviseur Neo QLED 8K, les appareils mobiles Galaxy Z Fold4 et Z Flip4 et le projecteur The Freestyle. Les fans de football ont la possibilité de « ramener à la maison » cette impressionnante gamme d'appareils Samsung et de profiter des matchs à tout moment et de n'importe où dans un espace connecté créé grâce à l'application SmartThings.

Instagram permet de programmer des Reels jusqu'à 75 jours à l'avance

À l'instar d'autres plateformes, Instagram annonce que les utilisateurs pourront désormais planifier leurs publications jusqu'à 75 jours en avance. C'est une bonne nouvelle pour les community managers et les créateurs ! La planification de posts leur permettra d'être présents de manière régulière sur la plateforme, de gagner du temps dans la gestion de leurs réseaux sociaux tout en anticipant leurs publications. Cette nouveauté est en cours de déploiement pour tous les comptes professionnels dans le monde sur Android et plus tard, sur iOS.

Casablanca abrite la 3ème édition de l'Africa Place Marketing

Après le succès de l'édition précédente, Casablanca Events et Animation organise les 29 et 30 novembre 2022 à Casablanca le symposium « Africa Place Marketing » sous le thème : « La

participation citoyenne; pour un marketing territorial durable et inclusif». Cette rencontre verra la participation d'experts, de chercheurs et des professionnels de renommée internationale outre la présence de plusieurs territoires africains et internationaux représentant des cas d'école en la matière, indique un communiqué des organisateurs. L'objectif ultime de ce symposium serait de susciter le débat et de développer une réflexivité pour construire et développer ce que serait éventuellement une démarche marketing territorial adaptée aux territoires africains et basée sur l'implication du citoyen.

Renault : SOMACA célèbre son 1 millionième véhicule

L'usine pionnière de l'industrie automobile au Maroc, la SOMACA a célébré, ce mercredi 16 novembre, la sortie de chaîne de son 1 000 000ème véhicule produit depuis 2005, année où le Groupe Renault a pris le pilotage de l'usine. Le 1000 000ème véhicule sorti des chaînes de montage de la SOMACA est une Dacia Logan dotée de la nouvelle identité visuelle de marque, destinée au marché marocain. La cérémonie a eu lieu en présence du ministre de l'Industrie et du Commerce, Ryad Mezzour ; le directeur général et coordinateur industriel de Renault Group Maroc, Mohamed Bachiri ; le directeur industriel Dacia, Christophe Dridi et du directeur Général Usines de Tanger et SOMACA, Miguel Oliver-Boquera. L'usine historique de construction automobile Renault Group poursuit la promotion du « Made in Morocco » avec la production de modèles phares de la Gamme Dacia : Logan, Sandero Streetway et Sandero Stepway, qui caracolent en tête du classement des meilleures ventes dans le Royaume. En plus de répondre à la demande locale, l'usine exporte près de 70% de son volume de production global qui s'est élevé à plus de 73 .000 véhicules en 2021. La France, l'Espagne et l'Italie arrivent en tête des pays importateurs des modèles produits à la SOMACA.

C crédit : IMPERIUM MEDIA ✱

Casablanca abrite la 3ème édition de l’Africa Place Marketing

SENTIMENT	Positive	FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website
OUTLET COUNTRY	Morocco	OUTLET LANGUAGE	French	AVE	\$ 57
IMPRESSIONS	155	MUV	6,200		
TAGS	CasaEvents Vérfifié				

Après le succès de l’édition précédente, Casablanca Events et Animation organise les 29 et 30 novembre 2022 à Casablanca le symposium « Africa Place Marketing » sous le thème : « La participation citoyenne; pour un marketing territorial durable et inclusif»

En effet, cette rencontre verra la participation d’experts, de chercheurs et des professionnels de renommée internationale outre la présence de plusieurs territoires africains et internationaux représentant des cas d’école en la matière, indique un communiqué des organisateurs.

L’objectif ultime de ce symposium serait de susciter le débat et de développer une réflexivité pour construire et développer ce que serait éventuellement une démarche marketing territorial adaptée aux territoires africains et basée sur l’implication du citoyen.

Africa Place Marketing, un projet collectif et partagé d’attractivité, qui traduit l’ambition de Casablanca à devenir un lieu incontournable de partage, d’échange, de co-construction et de développement dans le domaine du marketing territorial, se tiendra sous format phygital via une plateforme virtuelle de retransmission.

Plusieurs thématiques seront débattues lors de ce symposium ayant trait à « la participation citoyenne pour une hospitalité et une attractivité territoriale, durable et inclusive », à la « mobilité Continentale, un levier majeur pour le développement des territoires touristiques africains » et à la « démarche de marketing territorial durable & inclusif pour le développement des territoires africains à potentiel ». ❁