



COMMUNIQUE DE PRESSE

Les travaux de la 3^{ème} édition de l’Africa Place Marketing ont pris fin aujourd’hui à Casablanca

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 1er 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 démeritant, 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.

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.