

2<sup>ÈME</sup> ÉDITION

# AFRICA PLACE MARKETING



Tous acteurs d'hospitalité  
et d'attractivité des territoires

Les 24 & 25 Novembre 2021

Hyatt Regency Casablanca

DOSSIER DE PRESSE

Organisateur

Partenaires stratégiques

Partenaires

Partenaires médias

**AFRICA**  
**PLACE**  
**MARKETING**



# SOMMAIRE

## **MOT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL MOHAMED JOUAHRI 04**

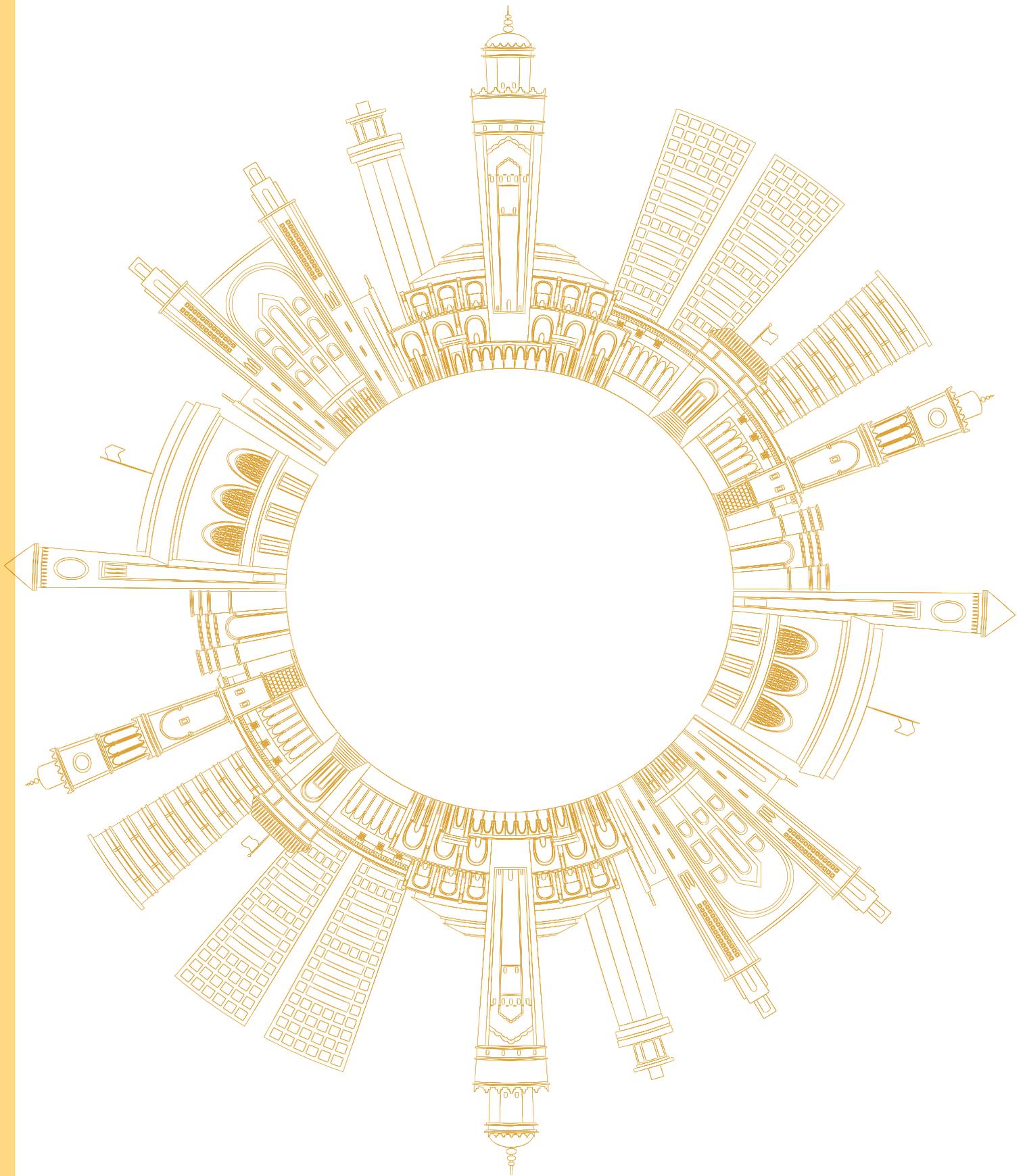
## **WE CASABLANCA: NOTRE VISION 05**

- QUI SOMMES-NOUS? 05
- PROGRAMME MARKETING ET PROMOTION TERRITORIALE DE « WECASABLANCA » 06

## **AFRICA PLACE MARKETING 07**

- CONTEXTE 08
- THÉMATIQUE 06
- INTERVENANTS 09
- TERRITOIRES REPRÉSENTÉS 14
- PROGRAMME DE L'AFRICA PLACE MARKETING 14
  - CONFÉRENCES 14
  - ATELIERS 15
  - THINK TANK 15
  - AFRICA PLACE MARKETING COMPETITION 15
- CHAIRE A&NMT 16

## **CONTACT 18**





## LE MOT DU **DIRECTEUR GÉNÉRAL**

Face aux nouveaux enjeux territoriaux marqués par une vive concurrence mondiale, la question de l'attractivité territoriale n'est plus un luxe mais une nécessité de survie pour tout territoire désirant se faire une place dans l'échiquier mondial.

Grâce à sa démarche d'attractivité sous la marque « WECASABLANCA », Casablanca Events et Animation organise la deuxième édition de l'Africa Place Marketing sous la thématique « Tous acteurs d'hospitalité et d'attractivité des territoires ».

Des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale représenteront plus de 14 territoires considérés comme des cas d'école en la matière.

A travers cet événement, Casablanca est une véritable plateforme de réflexivité autour des enjeux, pratiques et tendances du marketing territorial en Afrique.

Il est à noter que l'événement sera accessible à partir d'un site web dédié [www.africaplacemarketing.com](http://www.africaplacemarketing.com). Les conférences seront ainsi retransmises gratuitement à l'ensemble des participants sous réserve d'une inscription préalable.

**MONSIEUR MOHAMED JOUAHRI**

# WECASABLANCA

## NOTRE VISION

### QUI SOMMES-NOUS ?

Casablanca est la première ville africaine à s'être dotée d'une démarche d'attractivité qui a donné naissance, en 2016, à la marque «WECASABLANCA ».

Casablanca Events & Animation (CEA), le pilote de cette démarche a misé sur une marque partagée qui englobe tous les champs d'attractivité (économie, rayonnement international, recherche et innovation, tourisme, cultures et sport, infrastructures et grands projets), pour renforcer l'attractivité, l'hospitalité et la proximité de la métropole, et fédérer tous les efforts dans ce sens autour d'une même bannière.

Cette année, WECASABLANCA, la pierre angulaire du programme marketing et promotion territoriale de la ville de Casablanca, fête ses 5 ans. Plusieurs événements sont organisés dans le sillage de cette date anniversaire : Wecasablanca Festival, Festival des Sports Urbains, Africa Place Marketing, Casamouja et Wecasablanca Forum.



# PROGRAMME MARKETING ET PROMOTION TERRITORIALE DE WECASABLANCA

Entre 2016 et 2021, les principales réalisations du programme marketing territorial et promotion territoriale sont :

- La mise en place d'un dispositif de communication complet : Communication digitale (portail, sites web, réseaux sociaux, applications mobiles), Campagnes de communication, éditions, outils audiovisuels ;
- La mise en œuvre d'un programme événementiel annuel avec des événements phares tels que : Marathon, Smart City Africa Casablanca, Fête de la musique, Wecasablanca Festival, Casamouja, Festival de shopping, Africa Place Marketing, Les 24 de la Pétanque, etc. ainsi que la co-organisation de plusieurs événements (Festival International Théâtre et Culture, Jazzablanca, Stud Live, ...)
- La participation au renforcement du rayonnement national et international de Casablanca à travers le développement de la coopération internationale.

Au programme de cette fin d'année :

- Festival des sports urbains : Du 19 au 21 novembre 2021 au complexe Al Amal
- Africa Place Marketing : Les 24-25 novembre 2021 au Hyatt Regency Casablanca
- Casamouja : Octobre – Novembre 2021 (6ème édition)
- Wecablanca Forum



# AFRICA PLACE MARKETING



L’Africa Place Marketing (APM) est un symposium international qui favorise le partage d’expérience, mais aussi l’intelligence territoriale, la rencontre entre les experts et les parties prenantes, la formation aux meilleurs pratiques du marketing territorial et la co-construction d’une réflexion autour d’un marketing territorial adapté aux territoires africains.

# CONTEXTE

La crise sanitaire de Covid-19 a donné un nouvel élan au marketing territorial. Les territoires cherchent aujourd'hui à retenir et soutenir les actifs présents sur place (résidents, investisseurs, jeunes, touristes, étudiants, etc.) et à développer de nouvelles perspectives territoriales.

C'est dans cette lignée de réflexion que Casablanca Events et Animation organise la deuxième édition de l'Africa Place Marketing sous la thématique « Tous acteurs d'hospitalité et d'attractivité des territoires ».

Organisé par la Société de Développement Local « Casablanca Events et Animation », qui est également le pilote de la démarche d'attractivité Wecasablanca, l'événement «Africa Place Marketing» se tient du 24 au 25 Novembre 2021 à l'hôtel Hyatt Regency Casablanca, dans un format hybride.

# THÉMATIQUE

Cette 2ème édition de l'Africa Place Marketing sera placée sous le thème « Tous acteurs d'hospitalité et d'attractivité des territoires ».

Le choix de cette thématique n'est pas anodin : il vise à appuyer le fait que la clef de réussite d'une démarche de marketing territorial repose d'abord sur la participation de l'ensemble des acteurs du territoire (élus, collectivités, agences de développement, administrations publiques, professionnels, universitaires, chercheurs, société civile, ...).

# INTERVENANTS

Les intervenants (experts, chercheurs et professionnels) du symposium mettront en exergue les enjeux, les facteurs clés de succès et les leviers liés aux potentialités qu'offre le territoire de Casablanca. Ils s'attelleront également à développer une réflexion commune autour de la capacité de ce territoire à rayonner et à attirer sur place les cibles recherchées (l'attractivité). Il est à noter que cet événement se caractérisera par la pluralité des métiers et secteurs représentés, mais aussi par la diversité des experts et des intervenants qui sont mobilisés.

Parmi les intervenants :



## **CHRISTOPHE ALAUX**

Directeur de la chaire  
« attractivité et nouveau marketing  
territorial » de l'université d'Aix  
Marseille

Christophe Alaux participe à de nombreuses recherches-actions, en partenariat avec des collectivités territoriales ou des organisations non marchandes: marketing territorial, marketing culturel, gestion de l'utilisateur/client. Enseignant-Chercheur en marketing public (territorial, services publics et comportements d'intérêt général), il est coauteur de l'ouvrage « Le marketing territorial / Comment développer l'attractivité et l'hospitalité des territoires ? » et « De l'attractivité à la compétitivité des territoires : théories et pratiques ». Il publie également des articles scientifiques dans des revues classées, lors de conférences internationales et pour des chapitres d'ouvrage sur ces thématiques de recherche.



## **MARC MARYNOWIER**

Consultant expert en marketing  
territorial, stratégie d'attractivité et  
communication publique

Expert en marketing territorial et place-branding, il a accompagné plus de trente territoires (régions, métropoles, villes moyennes, quartiers...) en matière d'attractivité économique, touristique, commerciale, résidentielle et universitaire. Il intervient aujourd'hui en tant qu'expert indépendant, auprès des territoires, des grands opérateurs urbains et de plusieurs cabinets de développement économique et touristique.



**SHAMISO NOMSA  
HLATSHWAYO**

Directrice Générale par intérim de la  
recherche chez Brand South Africa

Shamiso Nomsa Hlatshwayo est une analyste consultante expérimentée en risques politiques et en renseignement avec 6 ans d'expérience dans les secteurs privé et public pour le gouvernement et les organisations multinationales telles que FMCG, les entreprises de télécommunications et les fondations mondiales qui se sont appuyées sur son analyse pour comprendre comment naviguer dans des environnements politiques et réglementaires complexes dans la SADC et la région de l'Afrique de l'Est.



**FRÉDÉRIC RAYMOND**

Directeur général  
Place aux jeunes en région  
quebec

Directeur général de l'organisme Place aux jeunes en région. Détenteur d'un diplôme en biologie de l'Université de Sherbrooke, il a œuvré depuis une vingtaine d'années dans les domaines du développement régional et des ressources naturelles. Ayant une très grande connaissance des régions du Québec, de leurs enjeux et de leurs opportunités, il souhaite mettre son expertise à profit pour faire découvrir celles-ci à la jeunesse québécoise.



**VINCENT GOLLAIN**

Directeur Département Économie à  
L'institut Paris région

Vincent Gollain, Directeur du Département Économie à L'institut Paris Region. Il étudie depuis plus de 25 ans les transformations économiques et accompagne les stratégies et politiques des territoires. C'est aussi un spécialiste reconnu sur l'attractivité et le marketing des territoires avec de nombreuses missions à son actif en France et à l'international.



### **LIONEL FLASSEUR**

Directeur Général d'Auvergne-Rhône-Alpes TOURISME

Formé à l'école Mars Alimentaire avant de participer à l'aventure Lastminute.com, il est passé par les Aéroports de Lyon, la création d'agences de voyages et la promotion de la métropole de Lyon à l'international avant de prendre la direction d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme. Il s'occupe aussi de la présidence d'Essentiem et administrateur dans plusieurs organisations, telles que Handicap International et France Montagnes.



### **JEAN-PHILIPPE GOLD**

Directeur de la Mission Attractivité Hauts-de-France - Comité régional du tourisme et des congrès

Certifié « Experience Economy Expert » par Strategic Horizons (Minneapolis USA - 2013), diplômé MBA en stratégie (Programme CPA Lille - 2013), titulaire d'un Master II en Marketing Stratégique (Institut Français de Gestion - 1997) et d'une Maîtrise en Sciences et Techniques du Tourisme (Université Blaise Pascal Clermont-Ferrand - 1986).

Jean-Philippe Gold dirige le Comité Régional du Tourisme et des Congrès des Hauts de France. Face aux mutations de l'économie touristiques, JPh GOLD a une approche pluridisciplinaire du tourisme qui associe marketing avec sociologie et psychologie du territoire.



### **PAUL-VINCENT MARCHAND**

Directeur de l'agence d'attractivité Attitude Manche

Diplômé en aménagement du territoire et en management du sport, Paul-Vincent Marchand a réussi à lier ces domaines lors de deux événements majeurs de la dernière décennie en France: les Jeux équestres mondiaux, organisés en 2014, dont il a été directeur logistique et l'opération Grand Départ du Tour de France, de 2016, dont il a été le directeur.



## **LAURENCE OULOVSKY**

Chef de projet marketing événements  
à Choose Paris

Laurence Oulovsky coordonne et pilote la présence francilienne dans les salons internationaux, notamment celui du MIPIM, marché international de l'immobilier à Cannes pour le compte de Choose Paris Région, l'agence de l'attractivité de la Région Ile-de-France qui accompagne les entreprises internationales dans leur implantation et dans leur développement en Ile-de-France.



## **AURÉLIEN CHARPILLE**

Directeur Général de Brive  
Tourisme.

« Directeur d'office de Tourisme depuis près de 20 ans j'ai évolué en station de sport d'hiver, station thermale, site UNESCO, etc....Du tourisme de loisirs au tourisme spirituel j'ai acquis une belle expérience à travers la France.

Aujourd'hui Directeur Général de Brive Tourisme qui compte 57 permanents, les missions de cet OGD sont beaucoup plus larges qu'il y a 20 ans et l'attractivité au sens large est l'une des composantes de mon quotidien. »



## **JANE BRADY**

Bioregional Learning Centre,  
Co-Founder

Cofondatrice du Centre d'apprentissage biorégional et organisatrice du collectif Devon Doughnut. Son expérience dans le domaine du design avec créativité, avec toutes les contraintes et les livrables itératifs qui vont avec, s'avère utile pour maintenir l'énergie, la confiance et l'engagement nécessaires à l'établissement d'un environnement urbain/rural hautement contextualisé.



### **SOUMIA DANA**

Chargée de l'Attractivité Economique  
de la ville de Vitrolles et de la  
Métropole Aix Marseille Provence

20 ans d'expérience professionnelle, au sein de groupes internationaux et depuis 10 ans dans le secteur public, au service du développement local des territoires, pour des communes faisant partie de la métropole Aix Marseille Provence.

Désormais en pilotage des enjeux d'attractivité économique et emploi, Mme D'ANA continue par ailleurs son engagement dans le milieu universitaire en dispensant des cours dans plusieurs établissements de l'enseignement supérieur, comme à Sciences Po Aix, à l'Institut de Management Public et Gouvernance Territoriale d'Aix en Provence, ou encore à l'université d'Avignon.



### **BABA NDIAYE**

Expert en management et  
Développement Durable  
Doctorant en relations internationales  
au CEDS de Paris

Président du Conseil départemental de Kaolack depuis 2014  
Président du Réseau Sénégalais des Collectivités Territoriales du Budget Participatif depuis 2017  
Président du Conseil de surveillance de l'Agence Nationale de Construction des Bâtiments et Edifices Publics depuis 2013  
Président de la Commission thématique Jeunesse Formation Culture et langue française de l'Association Internationale des Régions Francophones depuis 2016



### **MICAH SLAVENS**

Directeur général - Lift Interactive

Micah a fondé Lift Interactive en 2002. Il crée des expériences numériques engageantes pour des lieux, des destinations et des entreprises.

En dirigeant la réalisation de projets de conception numérique et de développement web de grande envergure, Micah s'occupe principalement des domaines de la stratégie, de la planification et de la direction créative, ainsi que du développement commercial. Doté d'un sens aigu du design, il met un point d'honneur à créer un travail utile, innovant et rafraîchissant.

Micah a acquis une expertise dans plusieurs disciplines, notamment la conception de l'expérience utilisateur, l'architecture de l'information, les médias sociaux et la conception d'interfaces. Sous sa direction, Lift a été récompensé par des prix et des distinctions au sein de la communauté locale et internationale du design.



### **MOA BJÖRNSON**

PDG de Træna 365 et responsable du  
développement de la municipalité de Træna

Moa Björnson est PDG de Træna 365 et responsable du développement de la municipalité de Træna, en Norvège.

Elle a travaillé dans le domaine du développement urbain et rural en Suède, au Danemark et en Norvège.

Elle est fondatrice de Træna Artist in Residence, présidente du conseil d'administration du musée Helgeland, membre du conseil d'administration de la fondation Artica Svalbard et membre du conseil d'administration du Conseil norvégien de la recherche pour l'innovation et la démocratie.

# TERRITOIRES REPRÉSENTÉS

Ce ne sont pas moins de 14 territoires internationaux qui sont représentés dans le cadre de cet événement. Des experts, des chercheurs et des professionnels de renommée internationale participeront à cette édition. Et parce que le marketing territorial obéit fortement à la théorie de la contingence, il serait peu, ou pourrait-on dire pas du tout pertinent d'appliquer la même démarche marketing territorial qui a fait ses preuves dans des territoires étrangers en Afrique. D'où l'importance d'ouvrir le débat, de co-construire et de développer avec les invités ce que serait une démarche marketing territorial adaptée au contexte africain.

## PROGRAMME:

### 1- CONFÉRENCES

- **Conférence 1 : La place du marketing territorial dans l'hospitalité et l'attractivité des territoires**  
«C'est quoi le marketing territorial et pourquoi est-il primordial de le mettre en place?»  
L'objectif de cette conférence est de délimiter les concepts du marketing territorial ainsi que la démarche à entreprendre pour développer une réflexion solide autour de l'hospitalité et l'attractivité des territoires.
- **Conférence 2 : Tous acteurs d'hospitalité et d'attractivité des territoires**  
«Comment mettre en place la démarche du marketing territorial pour une hospitalité et une attractivité durables? »  
Cette conférence porte le titre de la thématique globale de ce symposium, elle a pour principal objectif d'explorer la notion de l'hospitalité qui renvoie à la capacité de retenir sur place les ressources acquises par un territoire.
- **Conférence 3 : Les évolutions et crises des territoires entre émergence et résilience**  
«Comment la démarche du marketing territorial pourrait-elle contribuer à la résilience et à la régénération des territoires?»  
Résilience, régénération et transformations territoriales sont devenues, sous l'impact de la crise de Covid-19, les mots d'ordre de toute réflexion autour de l'avenir des territoires
- **Conférence 4 : L'identité et le sentiment d'appartenance au territoire; la personnalité du territoire**  
« Quel rôle joueraient l'identité et l'attachement au territoire dans la démarche marketing territorial? »  
L'identité représente ce que le territoire est aujourd'hui, ce qu'il était hier et ce qu'il voudra devenir demain, elle est mouvante et en perpétuel devenir.

## 2- ATELIERS

- **Atelier 1 : Les facteurs clés de succès du marketing territorial de demain**

«Quels sont les facteurs clés de succès de la démarche du marketing territorial?»

Cet atelier sera consacré aux leviers de réussite d'une démarche marketing territorial (les experts, chercheurs et professionnels) partageront leurs expériences et leurs réflexions en termes de : La qualité de vie et le bien être des citoyens, les stratégies de développement inclusives, la transformation digitale et la Smart city, la mise en réseau des territoires, etc.

- **Atelier 2 : (Re) Dynamisation d'une marque territoriale**

«Comment (re) dynamiser une marque territoriale?»

Une fois la démarche marketing territoriale déployée, la question de l'application du plan d'action demeure posée. Cet atelier s'attellera à y répondre...

## 3- THINK TANK

« **Quel marketing territorial à inventer pour les territoires africains? »**

Le Think Tank est la nouveauté de cette édition. En effet, ce format de discussion permettra aux invités d'échanger et de débattre en direct leurs points de vue par rapport à l'adaptation des pratiques du marketing territorial aux territoires africains.

## 4- AFRICA PLACE MARKETING COMPETITION

Africa Place Marketing Competition est 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. Le concept regroupe des étudiants qui représentent des universités et des écoles supérieures de premier rang s'intéressant au marketing territorial. APMC récompense 2 groupes d'étudiants finalistes qui auront répondu pertinemment à la problématique de l'édition.

# PARTENARIAT AVEC LA CHAIRE D'ATTRACTIVITÉ (CHAIRE A&NMT)

La Chaire Attractivité et Nouveau Marketing Territorial est la première « Chaire de territoire » dédiée à l'attractivité et aux nouvelles pratiques du marketing territorial dans le monde, des plus performantes aux plus innovantes. La chaire est à sa huitième d'un forum qu'elle organise chaque année ; Place marketing Forum (PMF).

En effet, l'Africa Place Marketing (APM) est la version Africaine du PMF, ce symposium s'inspire de l'état d'esprit de cette plateforme internationale de retombées mondiales qui se veut un relais d'accompagnement, d'échange, de développement, de déploiement, de co-construction et de promotion de ce que serait des démarches territoriales adaptées aux territoires africains.



---

CHAIRE ATTRACTIVITÉ  
ET NOUVEAU MARKETING  
TERRITORIAL

---



2<sup>ème</sup> édition

AFRICA  
PLACE  
MARKETING



Organisateur



Partenaires stratégiques



Partenaires



Partenaires médias



POUR PLUS D'INFORMATIONS :

[www.wecasablanca.com](http://www.wecasablanca.com)  
[www.africaplacemarketing.com](http://www.africaplacemarketing.com)  
/wecasablanca

CONTACT PRESSE :

Com&Talk Agency  
Mohamed Belfass  
+212 6 64 777 513  
mohamed.belfass@comandtalk.com