

Maroc-Export et l'Institut Amadeus co-organisent, sous l'égide du Ministère délégué auprès du ministre de l'Industrie, du Commerce, de l'Investissement et de l'Economie numérique, chargé du Commerce extérieur, la 1ère édition de la Conférence Marque Maroc le 25 Mai 2016 à Casablanca, sous le thème « Marketing pays, modéliser la Marque Maroc ».

Apparu ces dernières décennies comme un concept à part entière, le marketing pays se présente comme la stratégie globale d'une nation à concourir sur la scène internationale. En contraste avec le marketing traditionnel d'un produit ou d'un service, le marketing pays englobe une multitude d'éléments, souvent bien différents les uns des autres, mais qui contribuent tout autant à la renommée et la notoriété d'un pays. La qualité allemande, le raffinement français ou la mode italienne sont autant de composante de l'identité de ces nations qui évoquent une image forte et ancrée dans l'imaginaire collectif.

Partant du postulat que le Maroc est un pays à très fort potentiel, qui n'est pas entièrement exploité, cette conférence a pour but d'établir un bilan des stratégies Marocaines liées au concept de la marque pays, de soulever l'importance du capital immatériel et de produire les recommandations, en concertation avec les différents intervenants, d'une stratégie réaliste et efficace qui va porter la "marque Maroc" dans son essor.

Cet évènement vise également à créer un véritable momentum politique et médiatique autour de cette question et à mobiliser les décideurs politiques et économiques, les acteurs de la société civile, ainsi que le monde des affaires sur le thème crucial de la "Marque Maroc".





Compte tenu des avancés accomplies par le Maroc au cours de ces dernières décennies, il semble aujourd'hui essentiel de réfléchir aux différentes façons de maintenir cette croissance et de combler les lacunes éventuelles. En plus d'un système politique ayant accompli une transition remarquable après le printemps arabe grâce à la vision du Roi Mohammed VI, le Maroc est perçu comme un pays tolérant, tenant une position unique par rapport à l'extrémisme religieux. Reste, cependant, à assurer une meilleure « Communication Pays » pour faire valoir et véhiculer cette image positive.

Cette conférence verra la participation d'un nombre important de personnalités marocaines, africaines et internationales de premier plan pour débattre et faire émerger des propositions pratiques et des solutions concrètes et sectorielles aux problématiques liées à la "marque Maroc" tels que le tourisme, l'industrie, la culture, ou le sport, et à trouver les éléments de réponse qui vont permettre à cette marque d'étendre sa magnitude sur le continent Africain, sur la région méditerranéenne et sur le monde.

Créé en décembre 1976, Maroc Export est un établissement public dont la vocation est de promouvoir les exportations sur les marchés internationaux en harmonie avec les Stratégies Sectorielles Nationales ; diversifier les marchés cibles et favoriser l'internationalisation des entreprises marocaines. Maroc Export est aussi chargé de la promotion des exportations de tous les produits notamment d'origine industrielle qui ne relèvent pas, en vertu d'une disposition législative ou réglementaire, de la compétence d'autres administrations ou organismes.

L'Institut Amadeus, dans son rôle de créateur de débat et de laboratoire d'idées, s'intéresse fortement, depuis le Discours Royal du 30 juillet 2014 à la notion de capital immatériel. En effet, l'Institut tente, à travers son Ouvrage, publié en aout 2015, « Le Maroc en Afrique : La Voie Royale » mais également à la suite d'une session consacrée à la Marque Maroc, organisée lors de la 8ème édition du Forum MEDays, de contribuer à la modélisation d'une stratégie Marketing pays adaptée au Royaume, au service du « Made In Morocco » et plus largement du « Made In Africa ».