

300 millions de DH pour promouvoir Casablanca

• CFC Authority contribue à hauteur de 100 millions de DH

• Une campagne de marketing territorial démarrera en 2015

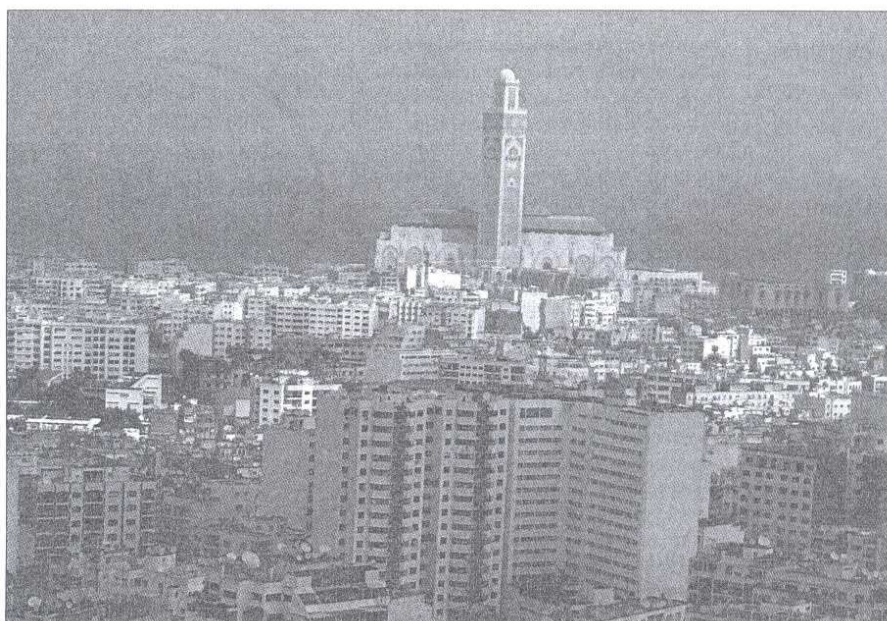
• Objectif: accompagner le plan 2015-2020 et promouvoir CFC

LA gestion du branding et de l'image de Casablanca. C'est l'une des toutes premières missions confiées à Casa Events et Animation. La Société de développement local (SDL) récemment créée compte en effet promouvoir le positionnement de la métropole au niveau régional et international.

L'objectif est de créer des événements d'envergure et d'installer la marque «Casablanca», afin de mettre la métropole aux standards des grandes villes mondiales. Il s'agit aussi d'accompagner les différents chantiers en cours et la promotion de la ville en tant que place financière.

«Casa Events et Animation aura pour mission de faire la promotion de la ville à l'échelle nationale et internationale», avait confié Mohamed Jouahri, DG de la SDL.

Un budget de 300 millions de DH est consacré à cette opération qui accom-



Un plan d'actions détaillé sera décliné par la SDL «Casa Events et Animation» pour la mise en œuvre du programme de promotion de Casablanca (Ph. Jarfi)

pagnera le plan de développement de la métropole d'ici 2020. Sur ce montant, 200 millions de DH seront versés par Casa Events et Animation, le reste (100 millions de DH) par CFC Authority.

Une convention qui fixe les modalités de financement de ce programme de marketing et de promotion territoriale lie notamment les ministères de l'Intérieur, des Finances et du Tourisme, la région du Grand Casablanca et la commune ur-

baine. Les partenaires verseront chaque année 60 millions de DH d'ici 2020.

En détail, DGCL (la Direction générale des collectivités locales) versera 30 millions/an sur 5 ans. Quant à la région du Grand Casablanca, elle contribuera à hauteur de 20 millions de DH chaque année d'ici 2020. La commune urbaine de Casablanca et le ministère du Tourisme verseront chacun 5 millions de DH par an pour la même période.

Ces ressources serviront à établir un plan d'actions détaillé et échelonné pour la mise en œuvre du programme de promotion de la ville, selon les termes de la convention. Pour l'heure, rien ne filtre sur le plan d'actions qui sera adopté pour les 5 prochaines années, ni au niveau du Conseil régional du tourisme, ni auprès de la SDL qui doit prendre en charge ce volet.

Rappelons que «Casa Events et Animation», dotée d'un capital de 15 millions de DH, prendra en charge également les volets culturel et sportif de la métropole. Son capital est détenu par la commune urbaine (7 millions de DH), le Conseil de la région du Grand Casablanca (7 millions de DH) et le Conseil de la préfecture de Casablanca (1 million de DH). □

Aziza EL AFFAS