

Le marché marocain promis à une hausse moyenne annuelle de 15% jusqu'en 2018



La croissance du marché publicitaire marocain sera 3 fois supérieure à la moyenne mondiale d'ici 2018.

Le Maroc fait partie des pays dont le marché publicitaire affiche le potentiel de croissance le plus prometteur sur le long terme. C'est l'une des conclusions du dernier rapport édité par le cabinet d'études sur les médias ZenithOptimedia. «Ces pays verront leur marché publicitaire progresser de 15% en moyenne annuelle entre 2015 et 2018. La croissance dans ces pays sera 3 fois supérieure à celle du marché mondial et atteindra 11,6 milliards de dollars américains, en croissance de 3,9 milliards», ajoute le cabinet. Parmi les autres pays cités, la Tunisie, l'Algérie, le Ghana, le Sénégal, le Portugal et le Paraguay. Sur les marchés européens, la croissance moyenne tournera autour de 6,7% par an en moyenne. «Ces pays ont largement baissé pendant la crise. Aujourd'hui, ils commencent à montrer des signes de redressement», explique ZenithOptimedia.

Par ailleurs, le marché mondial de la publicité sera boosté cette année par plusieurs événements, prévoit le cabinet. À commencer par les élections présidentielles des États-Unis, qui devraient générer 3,2 milliards de dollars de publicités à travers le monde. Idem pour les Jeux olympiques de Rio qui produiront à eux seuls 2 milliards de dollars. L'effet sur le marché marocain de cet événement planétaire n'est plus à démontrer.

Pour sa part, le championnat de football de l'Union des associations européennes de football (UEFA) de cet été devrait générer quelque 900 millions de dollars de recettes publicitaires à travers le monde, dont une partie traitée au Maroc.

Sur la seule année en cours, le marché publicitaire mondial est estimé à pas moins de 579 milliards de dollars. ■

Abdelhafid Marzak

Les élections présidentielles américaines, les Jeux olympiques de Rio et le championnat d'été de l'UEFA boosteront le marché publicitaire mondial.