

# Le digital, un relais de croissance à long terme

**Marché publicitaire.** Le marché publicitaire a connu un premier semestre 2016 timide, mais le segment du digital poursuit sa belle lancée. Selon les professionnels, ce nouveau canal constitue un relais de croissance à long terme pour ce marché. PAR R.A.

**E**stimé à 6,2 milliards de DH, le marché publicitaire se porte bien, mais pourrait aller mieux selon les professionnels. En effet, le potentiel de ce business reste largement sous-exploité à en croire le GAM (Groupement des Annonceurs du Maroc). «*La croissance du marché publicitaire marocain n'est pas régulière. On a eu des années où cette croissance était à deux chiffres, mais ces dernières années, l'évolution de ce marché n'a pas atteint les objectifs escomptés*», explique Mounir Jazouli, Président du GAM. Même si, comparativement à d'autres marchés de la région, le Maroc a atteint une maturité indéniable, il va sans dire que les opérateurs estiment que le business pourrait encore mieux évoluer, mieux se structurer, et aussi mieux se professionnaliser. «*Nous travaillons de sorte à élargir la taille du marché publicitaire au Maroc. Nous voyons très bien les investissements étrangers qui arrivent, les accords de libre-échange, l'internationalisation des entreprises marocaines vers l'Afrique subsaharienne, et aussi celle des entreprises africaines vers le Maroc. Tous ces éléments devraient, à terme, favoriser la croissance du marché publicitaire*», souligne Mounir Jazouli.

## Tous les espoirs portés sur 2017

Pour lui, avec les nombreux avantages qu'offrent les nouvelles technologies, la croissance viendra certainement du digital, un segment en plein essor. Selon les statistiques, la taille du digital au Maroc avoisine les 500 millions de DH, soit 7% du marché global. Les professionnels se réjouissent de cette montée en flèche du digital, et se fixent l'objectif de dépasser la barre des 15% à court terme. «*Nous allons mettre les conditions nécessaires pour amener les*

## LE CHIFFRE

# 500 MDH

**c'est ce que représente le marché du digital selon le GAM.**

annonceurs et les marques à investir davantage dans ce nouveau canal», fait savoir le GAM. Pour ce faire, cette association qui regroupe la majorité des annonceurs du Royaume, ne veut rien laisser au hasard. Ainsi, le GAM entend accompagner le marché du digital en termes de pédagogie, de formation etc. Dans ce sens, depuis trois ans, le groupement organise ou parraine des événements de grande envergure comme l'African Digital Summit, visant à faire évoluer le débat dans ce nouveau segment en termes de compétence et d'expertise. Outre cela, le groupement est en train de développer actuellement un système de mesure d'audience Internet, qui vise à permettre de mesurer l'impact et l'efficacité des actions menées par les différentes marques au niveau du marché publi-



Mounir Jazouli,  
président du  
GAM.

taire digital. D'autres actions sont également prévues. En ce qui concerne le marché publicitaire dans sa globalité, on note que le premier semestre 2016 a été relativement timide, même si le mois sacré du Ramadan a rectifié un peu le tir. «*Mais, nous pensons que le dernier trimestre de l'année va redresser la barre avec au moins une légère évolution par rapport à l'année dernière. Nous pensons que le COP22 va tirer un peu le marché publicitaire grâce aux actions menées par les différentes marques. Cependant, nous espérons que 2017 sera différente et constituera une année de croissance, avec une nouvelle dynamique économique*», conclut M. Jazouli. ■

## Marrakech accueille la 4<sup>ème</sup> édition de l'African Cristal Festival

Après le succès retentissant des trois dernières éditions de l'African Cristal Festival, les organisateurs remettent le couvert pour une quatrième édition qui promet d'être inédite. En effet, du 22 au 23 septembre prochains, Marrakech accueillera pour la quatrième année consécutive, l'African cristal festival. L'annonce a été faite lors d'une conférence de presse tenue, lundi à Casablanca, en présence des professionnels du



secteur. Intervenant à cette occasion, le Président de l'Union des Agences du conseil en communication (UACC), Majid El Ghazouani, a, entre autres, mis en exergue l'importance que revêt cette rencontre aux niveaux continental et international, soulignant notamment que cette nouvelle édition consacre encore une fois Marrakech en tant que «capitale continentale» de marketing, de communication et de médias traditionnels et numériques.