



إشعاع العلامات  
MOROCCO AWARDS  
LES MARQUES À L'HONNEUR

Revue de presse  
17 Décembre 2010 – Casablanca  
*« Cérémonie de remise des Trophées »*

# Revue de presse

## Annonce Presse Candidats Morocco Awards 2010



MOROCCO AWARDS 2<sup>ÈME</sup> ÉDITION

CANDIDATS, PRÊTS ?



...PARTEZ !

ARRIVÉE LE  
17 DÉCEMBRE !



Aujourd'hui

Marques marocaines

## Adil Douiri préside le jury du Morocco Awards

Le compte à rebours du Morocco Awards est bel et bien déclenché. Un jury d'éminentes personnalités du monde économique désignera les lauréats de cette 2ème édition parmi 60 entreprises candidates.

Kawtar Tali  
ktali@aujourd'hui.ma

**A**dil Douiri, ancien ministre du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Economie sociale et actuel président du Fonds d'investissement Mutandis, a été choisi pour présider le jury de la deuxième édition du Morocco Awards. La consécration des marques marocaines sera célébrée cette année, vendredi 17 décembre 2010, à Casablanca, sous la supervision d'une commission de jury constituée, entre autres, de Mounia Boucetta, directrice du commerce intérieur, Hakim Marrakchi, vice-président de la CGEM et directeur général de Maghreb Industrie, Sophia Jalal, présidente du GAM, et Gérard Procaro, directeur marketing de Renault Maroc. *«J'ai une profonde conviction que l'accès à la marque fait passer l'entreprise d'un stade primaire à un stade plus évolué. Le temps est venu pour les entreprises nationales de construire des relations directes avec leurs clientèles basées sur l'innovation et la créativité»*, a souligné Adil Douiri, lors d'une conférence de presse tenue à cet égard, mardi 23 novembre 2010, à Casablanca. Et de poursuivre que *«la promotion de la marque marocaine est un effort national que nous devons tous mener»*. Initiée par le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nou-

velles technologies et l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC), cette compétition vise essentiellement à promouvoir la propriété industrielle sur le plan national. Elles sont au total 60 entités à mener la course à travers trois catégories, à savoir commerce et distribution, fabrique et services. Pour cette deuxième édition, la nouveauté a son mot à dire. Le comité de jury décernera pour la première fois le *«prix de la marque innovante»*. *«Ce prix a une forte valeur ajoutée dans la mesure où il récompense les marques émergentes»*, a déclaré Adil El Malki, directeur général de l'OMPIC. De même, la soirée du 17 décembre connaîtra également la remise du *«trophée du public»* destiné à primer la marque la plus appréciée par les consommateurs. Ce prix est attribué suite à un sondage d'opinion à partir de la liste des marques candidates. S'agissant de l'évaluation, la notation des candidatures se fait autour de la politique d'innovation de la marque, le produit et sa qualité, la politique marketing, les indicateurs de l'entreprise et son

développement à l'export, l'engagement citoyen de la marque ainsi que le dossier de présentation de la candidature. Rappelons que les premiers lauréats des Morocco Awards sont Aicha, Marwa, BMCE Bank et Méditel. Ces entreprises ont remporté respectivement les trophées de la marque de fabrique, la marque de commerce et de distribution, la marque de service et le trophée du public. ■



• Adil Douiri.

### RECONNAISSANCE

## Soixante marques en lice lors des «Morocco Awards»

**Un «Prix de la Marque Innovante» récompensera la marque ayant apporté une réelle valeur ajoutée à l'entreprise pour primer les labels émergents.**

Le compte à rebours commence déjà pour les prétendants aux trophées «Morocco Awards 2010». Pas moins de soixante marques marocaines sont en lice cette année dans la course aux trophées qui récompensent les marques les plus performantes à l'échelle nationale en matière de diversification de l'offre, d'innovation et de qualité des services et des produits. Les détails de cette deuxième édition viennent d'être dévoilés au cours d'une conférence de presse des organisateurs notamment le ministère de l'Industrie et du Commerce et des Nouvelles Technologies, et l'Ompic. On sait désormais que les heureux élus seront connus le 17 décembre prochain lors de la cérémonie de remise des Trophées programmée à Casablanca. La métropole accueille ainsi l'événement qui a eu lieu l'année dernière à Tanger pour la première édition.

Les organisateurs annoncent cette année une nouveauté. Le Jury décernera au cours de cette 2e édition le «Prix de la Marque Innovante». Un nouveau Prix qui récompense l'enseigne qui aura apporté une réelle valeur ajoutée à l'entreprise quelle que soit la taille de celle-ci dans le but de primer notamment les marques émergentes. Par ailleurs, les consommateurs pourront également élire leur candidat. Le «Trophée du Public» récompensera la marque la plus appréciée par les consommateurs au cours de la soirée de gala. Le choix se fera suite à un sondage d'opinions à partir de la liste des marques ayant déposé leur candidature.

Dans les autres catégories, c'est le jury qui va trancher en étudiant le parcours des différentes marques retenues. Ce dernier sera composé de plusieurs personnalités issues de la sphère économique qui auront pour principale mission de choisir les meilleurs dossiers et désigner ainsi les lauréats 2010. Les organisateurs ont fait appel à l'occasion de cette deuxième édition à un nom connu dans le milieu de l'industrie et des finances pour présider le jury. Il s'agit de M. Adil Douiri, l'actuel président du Fonds d'investissement Mutandis. Lauréat des Ponts &

Chaussées en 1985, cet ancien ministre du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Economie Sociale, fut également le co-fondateur de la banque d'affaires Casablanca Finance Group devenu aujourd'hui CFG Group. Douiri succèdera à Nourredine Ayouch qui avait présidé l'an dernier à Tanger la première édition des «Morocco Awards».

Les délibérations programmées par les organisateurs permettront de choisir le nom du vainqueur de chaque catégorie (fabrique, commerce et service) qui sera révélé au cours d'un dîner de gala en présence de nombreux invités ainsi que d'importantes délégations étrangères. La notation des marques candidates se fera sur la base de plusieurs critères notamment la politique d'innovation de la marque, la politique marketing, les indicateurs de l'entreprise et son développement à l'export ainsi que son engagement citoyen. Dans la catégorie Commerce et Distribution, 20 marques sont en lice. La catégorie fabrique compte pour sa part 21 marques alors que la troisième catégorie réservée aux entreprises opérant dans le secteur des services, 18 enseignes sont en course aux trophées. ■

**Mohamed Badrane**

## Morocco Awards

## ENTREPRISES

# Les médias et métiers de bouche en force

• 59 candidats en lice pour cette 2e édition

• 70% des entreprises ont renouvelé leur candidature

C'EST finalement le 17 décembre prochain qu'aura lieu à Casablanca la cérémonie de remise des trophées de la 2e édition du Morocco Awards. L'évènement coïncidera avec l'organisation d'un colloque international qui verra la présence d'importantes délégations étrangères. En marge de ce rendez-vous, «différentes conventions seront paraphées avec un certain nombre d'organismes européens. Elles porteront essentiellement sur le renforcement de la propriété industrielle et de l'expérience étrangère en la matière», annonce Adil El Maliki, directeur général de l'Ompic. Le jury sera présidé par Adil Douiri, président du fonds d'investissement Mutandis et cofondateur de CFG Group. Autre membre: Mounia Boucetta, secrétaire générale du ministère du Commerce,

de l'Industrie et des Nouvelles technologies, Sophia Jalal, directrice développement à Nestlé, Hakim Marmakchi, DG de Maghreb Industries, et Gerard Porcario, directeur marketing chez Renault Maroc.

Leur mission ne sera pas aisée, puisque la plupart des marques jouissent déjà d'une forte notoriété sur le marché national. La notation se fera sur la base d'un ensemble de critères. Ils portent essentiellement sur la politique d'innovation, la qualité du produit, la politique marketing, les indicateurs de l'entreprise ainsi que l'engagement citoyen de la marque. Cependant, les participants sollicitent un entretien direct avec le jury afin de défendre leurs candidatures, arguments et chiffres à l'appui. Une soixantaine d'entreprises sont déjà en lice, dont 70% ont renouvelé leur candidature. Elles sont répertoriées de manière égale dans 3 catégories (commerce et distribution, fabrique et service).

La particularité de cette édition réside dans la participation de nombreux médias (Chada FM, 2M, Hit Radio...) et des métiers de bouche (Citruma, Copag, Dari Couspate...). «La sauvegarde et la sur-

vie d'une grande partie du tissu industriel passent par la construction de marque. Le temps est venu pour les entreprises maro-

caines de commencer à construire des relations directes avec leurs clients et avec le consommateur final», affirme Douiri. Un critère que doit prendre en compte l'industrie textile pour ne pas rester prisonnière des seuls donneurs d'ordre internationaux.

Les 5 prix du Morocco Awards récompenseront les meilleures marques de fabrique, de service et de commerce. Un prix spécial «Public» sera également décerné au candidat qui est retenu suite à un sondage d'opinion sur la marque préférée des Marocains (près de 1.200 personnes sondées). Le 5e prix récompensera les marques qui apportent une réelle valeur ajoutée à l'entreprise. Les primés auront l'occasion de passer une journée à Procter & Gamble (P&G) et échanger avec l'équipe marketing.

Pour rappel, la 1re édition a vu la participation de 67 marques. Le trophée de la marque commerce et distribution a été décroché par Marwa (prêt-à-porter et accessoires pour femmes). BMCE s'est vu décerner le trophée de la marque de service, Aïcha celui de la marque de fabrique et Méditel celui du public. □



«La sauvegarde et la survie d'une grande partie du tissu industriel passent par la construction de la marques», estime Adil Douiri, président du jury Morocco Awards (Ph. Mork)

Mohamed AZMANI

### Business

8

#### Ces marques qui se démarquent

● Morocco Awards. 59 marques marocaines sont en compétition pour l'édition 2010 ● Le jury, présidé par Adil Douiri, décernera les trophées le 17 décembre prochain



La nouveauté cette année, c'est la participation d'entreprises de presse.

PHOTO: SMI

PAR ABOUBACAR Y. BARMA

Sur les 60 marques qui ont postulé cette année dans les différentes catégories de la compétition «Morocco Awards», qui primera les meilleures marques marocaines, l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC) en a sélectionné 59 candidatures dont 30% de finalistes malheureux de la précédente édition. C'est parmi ces derniers que seront sacrées cinq marques, en fonction des différentes catégories, qui décrocheront les trophées de la deuxième édition de l'événement. Le jury, présidé cette année par l'ancien ministre du Tourisme et de l'artisanat et actuel directeur général du fonds d'investissement Mutandis, Adil Douiri,

distinguera les marques leaders selon des critères d'évaluation préalablement définis dans les catégories fabrique où concourent 21 marques, commerce et distribution avec 20 prétendants et les marques de services avec 18 candidatures. Le prix de l'innovation et celui du public seront également décernés lors de l'épreuve finale qui se tiendra le 17 décembre prochain à Casablanca. Cette année, la nouveauté est la forte présence des médias dans la catégorie services. Profitant de la cérémonie de présentation des marques candidates, Adil Douiri a tenu à justifier la pertinence d'un tel événement car, a-t-il souligné, «il est grand temps pour nos entreprises marocaines de s'adresser directement à leurs clients qui sont les consommateurs des produits et services.

Pour le professionnel qu'il est, il a également ajouté que la sauvegarde du tissu industriel marocain passe en grande partie par la construction et le développement de nos marques, d'où la nécessité pour les entreprises nationales de développer des relations directes avec les clients. A ce titre, il s'est servi du contre-exemple que fournit le secteur des textiles, qui manque jusque-là de repères comme le confirme d'ailleurs, à juste titre, l'absence de marque représentative du secteur dans cette compétition malgré son importance dans le tissu industriel marocain. La secrétaire générale du ministère de l'Industrie, du commerce et des nouvelles technologies, Mounia Boucetta, qui présidait la cérémonie, a pour sa part indiqué que la marque, plus qu'un attribut de marketing, est un signe vivant puisqu'elle motive le choix des consommateurs. C'est pourquoi l'objectif fixé aux «Morocco Awards» est de promouvoir l'émergence de marques leaders marocaines, mais aussi d'encourager l'innovation et la créativité au sein des entreprises marocaines pour les aider à mieux se positionner au niveau international. Le directeur général de l'Ompic, Adil El Malki, a indiqué à ce niveau que plusieurs conventions seront d'ailleurs signées en marge de l'événement, avec des organismes européens afin d'intégrer le système marocain de propriété industrielle au système européen conformément aux dispositions du statut avancé signé entre le Maroc et l'Union européenne.

# Revue de presse

Les Echos

26 Novembre 2010



## **THE RIGHT MAN...**

La présidence des Morocco Awards confiée à Adil Douiri est un signal fort. L'homme est réputé pour son flair en matière de «bonnes affaires».

## Grande fête pour les marques marocaines

**COMPÉTITION** 59 marques marocaines concourent pour remporter les précieux trophées de Morocco Awards 2010. Les championnes seront connues le 17 décembre prochain.

Mohamed Zainabi

Cette année, les cinq trophées de Morocco Awards (dont le Groupe Maroc Soir est partenaire presse via Écoplus et Le Matin) sont convoités par 20 marques de commerce et de distribution, 21 marques de fabrique et 18 autres entreprises opérant dans les services. 29 parmi ces 59 marques étaient déjà de la partie l'année dernière. En se mettant dans la course encore cette année, elles confirment leur intérêt pour cette manifestation. Pour sélec-

### Nouveautés

Pour sa deuxième édition, Morocco Awards 2010 a ajouté aux quatre trophées décernés l'année dernière (trophées prévus pour les championnes des 3 catégories en lice et le prix du public), le « Prix de la Marque Innovante ». Les organisateurs veulent à travers cette nouvelle distinction récompenser « la marque qui apporte une réelle valeur ajoutée à l'entreprise - quelle que soit la taille de celle-ci - et donc visant en particulier à récompenser les marques émergentes ». Cerise sur le gâteau, Procter & Gamble qui peine à accepter son éviction de la course, étant une marque internationale, a promis d'inviter les gagnants à passer une journée avec son service Marketing. La société compte aussi accorder une récompense particulière à l'un des vainqueurs.

tionner les marques championnes, le jury de Morocco Awards 2010 aura fort à faire. Son président, Adil Douiri sait sa tâche difficile. Ceci ne l'empêche pas de déclarer le plaisir qu'il ressent à participer à « cet effort national d'encouragement des marques nationales ». Pour bien accomplir sa mission, l'ex-ministre du Tourisme pourra compter sur l'aide de quatre jurés : Mounia Boucetta, secrétaire générale du ministère du Commerce, de l'industrie et des nouvelles technologies ; Hakim Marrakchi, administrateur-directeur général de «Maghreb Industries» et vice-président de la CGEM en charge du pôle compétitivité et croissance ; Gérard Porcario, directeur marketing, depuis le 1er juillet dernier, de Renault Maroc et Sophia Jalal qui est madame développement de Nestlé nutrition Maghreb. Le résultat du travail de cette équipe ne sera dévoilé que, le vendredi 17 décembre, lors de la cérémonie vespérale de remise des trophées qui sera organisée à l'hôtel Golden Tulip Farah à Casablanca. Auparavant, le même jour, un colloque international est prévu à l'occasion. Il réunira, pour la 1ère fois au Maroc, des pays arabes et africains afin de débattre sur le droit des marques, annonce le directeur général de l'Office de la propriété industrielle et commerciale (Ompic). Cet établissement est co-organisateur de l'événement avec le ministère du Commerce, de l'industrie et des nouvelles technologies. D'ailleurs, en marge de la deuxième édition de Morocco Awards, il est prévu que le ministre Ahmed Réda Chamî signe des conventions qui entrent dans le cadre du statut avancé accordé par l'UE au Maroc. Le côté festif n'a pas été oublié. Au contraire, une soirée de gala qui promet d'être bien animée devra clore l'événement. Au grand plaisir des 350 convives attendus. ⬆



Les marques en compétition.



### Morocco Awards

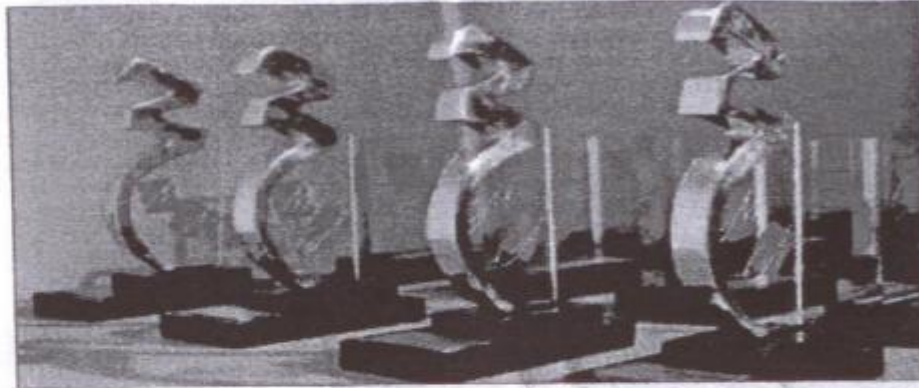
## 59 entreprises dans la course

La deuxième édition de remise des trophées «Morocco Awards 2010» se tiendra le 17 décembre à Casablanca. Le président du jury de cette année sera Adil Douiri, ancien ministre du Tourisme. Comme pour la première édition, les critères de sélections seront la politique d'innovation de la marque, le produit et sa qualité, la politique marketing de la marque, ainsi que les indicateurs de l'entreprise et son développement à l'export, en plus de son engagement citoyen et de son dossier de présentation de candidature. Environ 50% des participants de l'an dernier se représentent cette année. Ils sont au nombre de 59 dans les trois catégories que sont le commerce et la distribution, la fabrique et le service. Parmi ces candidats, figurent des enseignes telles que Dolidol, Siera ou encore Ingelec.

## Les lauréats des Morocco Awards bientôt connus

La soixante marques en lice seront départagées lors d'une cérémonie vendredi prochain.

Plus que deux jours avant de connaître les lauréats des Morocco Awards 2010. Les organisateurs annoncent en effet que la cérémonie de remise des trophées aura lieu vendredi prochain à Casablanca. Le suspense atteindra certainement son paroxysme durant les prochaines 48 heures car aucune information n'a filtré sur les vainqueurs de cette année. Au total, 59 marques marocaines sont en lice dans le cadre de cette deuxième édition. Et c'est un jury présidé par l'ancien ministre Adil Douiri qui a pour mission de départager les candidats. Les trophées de Morocco Awards ont aujourd'hui une forte valeur symbolique puisqu'ils permettent de connaître les marques marocaines les plus performantes sur la base de critères bien définis. La politique d'innovation de la marque, la politique marketing, les indicateurs de l'entreprise et son développement à l'export ainsi que son engagement citoyen seront notamment pris en considération. Les enseignes retenues sont regroupées en trois



grandes catégories. Quelque 20 marques sont en lice dans la catégorie Commerce et Distribution alors que la catégorie Fabrique compte 21 marques. Enfin, la troisième catégorie réservée aux entreprises opérant dans le secteur des services comprend pour sa part 18 enseignes. L'édition de cette année sera marquée par la création d'un nouveau prix pour primer la marque la plus innovante sur le marché national. Les organisateurs veulent ainsi récompenser la marque qui aura apporté une réelle valeur ajoutée à l'entreprise quelle que soit la taille de celle-ci dans le but de primer notamment les marques émergentes. Pour leur part, les consommateurs pourront également voter pour leur marque

préférée. Le choix se fera sur la base d'un sondage d'opinion. Dans les autres catégories, c'est le jury qui aura le dernier mot. Pour rappel, trois marques s'étaient distinguées lors de l'édition précédente qui avait eu lieu à Tanger. Le Prix du public a été décerné à l'opérateur télécom «Méditel» après avoir accumulé le plus grand nombre de points dans un sondage. La marque «Marwa», spécialisée dans le prêt-à-porter et les accessoires féminins, a obtenu le Prix de la catégorie commerce et distribution alors que le trophée de la catégorie Industrie a été décerné à la marque «Aicha». BMCE Bank s'est pour sa part distinguée dans la catégorie Services. ■

Mohamed Badrane

## **Morocco Awards 2010 : Les marques marocaines en fête le 17 décembre**

Cette année, c'est Adil Douiri qui présidera le jury de la deuxième édition du Morocco Awards.

Près de 60 entreprises en lice dans trois catégories : services, commerce et distribution, et fabrique.

Un nouveau prix de la «Marque innovante» sera également décerné à la marque qui apporte une réelle valeur ajoutée, ainsi qu'un «Trophée du public».

La cérémonie de remise des Trophées de la 2ème édition des Morocco Awards aura lieu le 17 décembre à Casablanca. L'annonce a été faite au cours d'une conférence de presse par les organisateurs : le ministère de l'Industrie du Commerce et des Nouvelles Technologies et l'Ompic. Cette année, c'est Adil Douiri, ancien ministre du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Economie Sociale et actuel président du Fonds d'investissement Mutandis, qui présidera cette année. Douiri succède dans cette fonction à Nourredine Ayouch qui avait présidé l'an dernier à Tanger la première édition des Moroccos Awards.

D'autres personnalités issues du monde économique l'accompagneront afin de départager les meilleurs dossiers et désigner les lauréats 2010. Cette année 59 entreprises sont en lice, toutes catégories confondues.

Le nom du vainqueur de chaque catégorie (fabrique, commerce et services) sera révélé au cours d'un dîner de gala en présence de nombreux invités ainsi que d'importantes délégations étrangères.

Pour cette 2ème édition, le Jury décernera également le «Prix de la Marque Innovante». Un nouveau Prix qui récompense la marque qui apporte une réelle valeur ajoutée à l'entreprise quelle que soit la taille de celle-ci - et donc visant en particulier à récompenser les marques émergentes.

Au cours de cette même soirée, sera enfin décerné le «Trophée du Public» destiné à récompenser la marque la plus appréciée par les consommateurs. Le choix se fera suite à un sondage d'opinion à partir de la liste des marques ayant déposé leur candidature.

La notation des marques candidates par le Jury se fera sur la base d'un ensemble de critères. Notamment, la politique d'innovation de la marque, le produit et sa qualité, la politique marketing, les indicateurs de l'entreprise et son développement à l'export, l'engagement citoyen de la marque et le dossier de présentation de la candidature.

يوم 17 دجنبر 2010 بالدار البيضاء

### تنظيم الدورة الثانية لـ "موروكو أواردينز"



سيتم الإعلان عن الفائزين في النسخة الثانية لمسابقة "موروكو أواردينز" يوم 17 دجنبر 2010 بمدينة دار البيضاء، وفي هذا الإطار قررت الجهة المنظمة للتظاهرة المتمثلة في وزارة الصناعة والتجارة والتكنولوجيا الحديثة بمعهد المكنب المغربي للملكية الصناعية والتجارية تنصيب عادل الدويري وزير السياحة السابق والرئيس الحالي لصندوق الاستثمار Mustardis على رأس لجنة تحكيم المسابقة في دورتها الثانية خلفا لـ نور الدين عيوش الذي ترأس اللجنة أثناء الدورة الأولى التي أقيمت السنة الماضية بمدينة طنجة.

ومن المنتظر أن ينضم إلى لجنة التحكيم العديد من الشخصيات البارزة من عالم المال والأعمال

والاقتصاد، سترافق عادل الدويري لاختيار الفائزين من ملفات الترشيحات للخدمة.

العلامات الفائزة في صنف (الصناعة، التجارة والخدمات) سيتم الإعلان عنها خلال حفل عشاء سيحضره العديد من الضيوف والشخصيات المغربية بالإضافة إلى مجموعة من الوفود الأجنبية، كما ستتميز دورة هذه السنة بتخصيص جائزة جديدة، إذ ارتأت اللجنة المنظمة للتظاهرة في دورتها الثانية هذه السنة، تخصيص "جائزة العلامة التجارية المبتكرة" ستمنح للعلامة الأحسن ابتكارا لتكافؤ العلامة لتجارية التي تحقق قيمة حقيقية مضافة للشركة وذلك تشجيعا لشركات الصغرى والمتوسطة.

وسيتم في نفس الحقل، الإعلان عن "جائزة الجمهور" التي سيعينها الجمهور المغربي بعد استطلاع للرأي يتم إنجازها إلى العلامة الأحسن والأجود في نظره.

يشار إلى أن 60 علامة دخلت سباق مسابقة "موروكو أواردينز" هذه السنة في دورتها الثانية.

## **P&G NWA sponsorise les Morocco Awards**

Parce qu'elle commercialise au Maroc 17 grandes marques mondialement connues et confirmées, PetG NWA croit en l'importance de la stratégie marque et son apport à l'entreprise. C'est pourquoi la filiale Afrique du Nord du Géant mondial P&G se lie au Morocco Awards et sponsorise sa 2ème édition qui se tiendra le 17 décembre 2010.

L'importance que donne PetG à chacune de ses marques en les traitant comme des entreprises à part entière a prouvé au fil du temps et partout dans le monde qu'une entreprise ne peut se développer qu'à travers le déploiement de ses marques.

“Tide, Ariel, Ace, Mr Propre, Pantene, Prêt plus, Head&Shoulders, Pampers, Always, Gillette... sont toutes des marques de P&G. Chacune de ses marques a développé sa notoriété, son capital sympathie et son positionnement sur le marché marocain comme dans plus de 300 marchés à travers le monde. A P&G, nous croyons que les marques marocaines peuvent en faire autant.”

Nawal Elaidaoui, Directeur Relations Extérieurs de P&G NWA.

À propos de la 2ème édition des Morocco Awards

La 2ème édition des Morocco Awards se tiendra à Casablanca le 17 décembre 2010. Le jury de cette édition sera présidé par Adil Douiri ancien ministre du Tourisme et actuel président du fonds d'investissement Mutandis. Il décernera 4 catégories de prix: marque de fabrication, marque de service, marque de commerce et distribution et le prix de la marque innovante. Un cinquième prix sera décerné par le public à la marque que choisira ce dernier suite à un sondage.

## FEMINA

**P&G sponsorise  
le Morocco Awards**

**P&G**

La filiale Afrique du Nord du Géant mondial P&G s'est liée au « Morocco Awards » en sponsorisant sa 2ème édition qui s'est tenue le 17 décembre dernier. Cet événement décerne plusieurs

prix aux grandes entreprises et à leurs marques. Cette alliance étant donc toute naturelle, dans la mesure où P&G commercialise au Maroc 17 grandes marques mondialement connues et confirmées, comme Tide, Pampers ou encore Always. Qu'elles soient marques de fabrique, de service ou de commerce et distribution, P&G croit fermement dans le potentiel des marques marocaines. Et pour faire profiter les marques gagnantes de son expertise, P&G leur offre en plus une journée séminaire autour de la stratégie marque au sein de son siège à Casablanca.

# Morocco Awards prend ses marques

**DISTINCTIONS** Et de deux pour le fait marquant de l'année pour les marques marocaines. A chaque édition ses surprises...

Mohamed Zainabi

Quelles sont les cinq marques marocaines qui vont remporter les trophées des Morocco Awards 2010 ? Réponse ce 17 décembre à Casablanca lors d'une grande cérémonie. D'ici là, le jury a fort à faire pour départager les 59 marques en lice. « Toutes se valent », déclarent à l'unisson les jurés qui n'ont pas droit à l'erreur. Dans la course, il y a 20 marques de commerce et de distribution, 21 marques de fabrique et 18 autres entreprises opérant dans les services. Parmi toutes ces marques, 29 ont déjà vécu l'ambiance grisante des Morocco Awards 2009. Elles persistent et signent encore cette année en espérant figurer parmi les championnes.

Flash-back

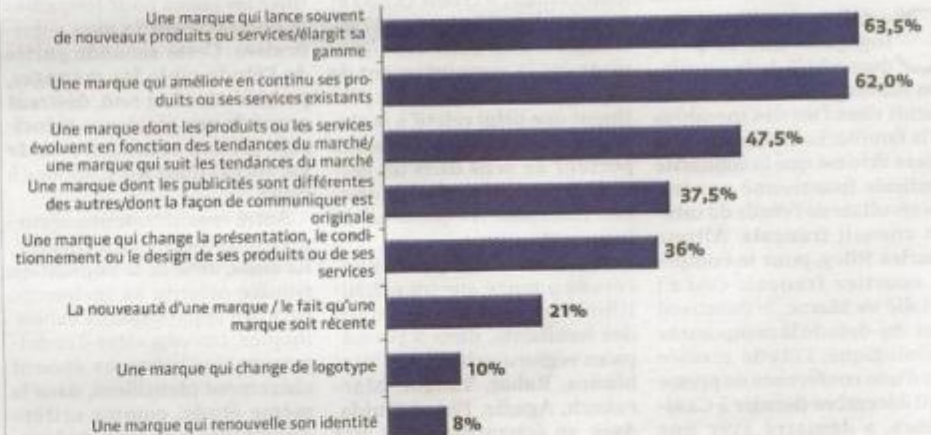
général en France de l'Institut national de la propriété industrielle ; Binying Wang, vice-directrice générale de l'Organisation mondiale de la propriété industrielle (OMPI) et Gerhard Bauer, président de l'International trademark association (INTA), et chef des marques de Daimler AG. Cerise sur le gâteau, il est prévu également la signature d'importants accords entre hauts responsables marocains et européens.

## Les premières championnes

Dans la soirée, le jury présidé alors par Nourredine Ayouch a mis fin au suspense. Dans la catégorie. « Commerce et distribution », il a décerné le trophée à Marwa. Le spécialiste marocain du prêt-à porter et des accessoires pour femmes n'a pas volé sa distinction. A

## L'innovation aux yeux du grand public

Dans le cadre de Morocco Awards 2010, DS Marketing, institut spécialisé en études de marché, a mené une enquête sur la perception de « l'innovation » par le grand public. 1.203 personnes (âgées de 18 ans et plus, vivant en milieu urbain et péri-urbain) ont été interrogées, entre le 22 novembre et le 7 décembre. Voici les principaux résultats obtenus.



# Revue de presse

**ÉCOPLUS**  
100% économie et encore +

DU 17 au 23 Décembre 2010

## Flash-back

Lieu : Tanger. Date : vendredi 24 décembre 2009. Une grande cérémonie réunissait 200 invités du monde économique. Tous sont venus célébrer la 1ère édition des Morocco Awards. Le ministre du Commerce, de l'industrie et des nouvelles technologies, Ahmed Reda Chami, était de la fête. Son département est, avec l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC), initiateur de l'événement. Les patrons et représentants des 67 entreprises candidates avaient les yeux rivés sur les 4 trophées qui allaient être décernés aux meilleures marques marocaines. Autres convives de marque présents : des experts étrangers venus de différents pays (France, Espagne, Portugal, Tunisie, Pays du Golfe...) pour participer à la 2e rencontre euro-méditerranéenne des Comités nationaux de lutte contre la contrefaçon. Un événement dans l'événement Morocco Awards qui devient une tradition. Cette année aussi, une conférence d'envergure internationale est prévue pour décortiquer ce thème : « La propriété industrielle au service du développement socio-économique ». Y sont attendus : Benoît Battistelli, président de l'Office européen des brevets et ancien directeur

des accessoires pour femmes n'a pas volé sa distinction. A ses côtés, étaient nominés Au Derby, Benson Shoes, Bigdil et Loyalits. Toutes ont reçu un prix. Dans la catégorie « Service », c'est BMCE Bank qui est montée sur la plus haute marche du podium. Elle a surclassé.

Au Fait, Hit Radio, Rekrute et Wafasalaf. Par ailleurs, le trophée de « la marque de Fabrique » a été attribué à Aïcha. Nominées dans cette catégorie, Bimo, Colorado, Koutoubia et Sultan ont été également primées. Pour ce qui est du trophée du Public, celui-ci a été décerné à Meditel.

L'opérateur télécom marocain a obtenu le score le plus élevé lors du sondage réalisé par le Cabinet DS Marketing auprès d'un échantillon de 1.200 personnes. Ont suivi Jaouda dans la catégorie Fabrique et Mobilia dans le Commerce et distribution.

« Tous les lauréats ont dû satisfaire à de nombreux critères de sélection, à commencer par le degré d'innovation, la politique marketing de la marque, l'évolution, la performance et la qualité du produit », ont aussitôt expliqué les organisateurs. Ces derniers ont aussi souligné que la dimension citoyenne des entreprises a également été prise en compte dans la sélection des marques championnes. Ce sont ces mêmes principes qui restent de mise pour Morocco Awards 2010. +





Décembre 2010

## Morocco Awards 2010 Une présence agroalimentaire en masse !

La cérémonie de Remise des Trophées de la 2<sup>ème</sup> édition des Morocco Awards aura lieu le 17 décembre à Casablanca, organisée par le Ministère de l'Industrie du Commerce et des Nouvelles Technologies et l'OMPIC. Le jury de cette édition sera présidé par Adil Douiri, ancien Ministre du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Economie Sociale et actuel Président du Fonds d'investissement Mutandis. La notation des marques candidates par le jury se fera sur la base d'un ensemble de critères : politique d'innovation de la marque, qualité du produit, politique marketing, indicateurs de l'entreprise et développement à l'export, engagement citoyen... Plusieurs entreprises agro-ali-



mentaires ont déposé leurs dossiers : Pâtisserie Amoud, Orientines, Citruma, Copag, Complexe Alimentaire D'anfa, Dari Couspate, Les Conserveries Marocaines Doha, Les Grandes Semouleries Du Maroc, Maghrouna, Margafrique, Mido Food Compagny, Omnium Marocain De Peche, Prolait, Sapak, Stock Pralim, Tajini, etc.

### **Morocco Awards : Le jury présidé par Adil Douiri**

La 2eme édition des Morocco Awards se tiendra aujourd'hui à Casablanca. Le jury de cette édition est présidé par Adil Douiri ancien ministre du Tourisme et actuel président du fonds d'investissement Mutandis. 4 catégories de prix seront décernées : marque de fabrique, marque de service, marque de commerce et distribution et marque innovante. Un 5eme prix sera décerné par le public à la marque qu'il aura choisit suite à un sondage.

### **Inwi : 3,5 millions de clients en 10 mois d'existence**

L'année 2010 s'achève de la meilleure des manières pour Inwi. Ainsi, le 3ème opérateur global de télécommunications au Maroc, après seulement 10 mois d'existence, a pu non seulement gagner la confiance de 3,5 millions de clients mais aussi remporter le Trophée Morocco Awards pour la meilleure Marque de Services.

17 Décembre 2010

### «Morocco Awards 2010» القناة الثانية تفوز بجائزة

تميز حفل توزيع الجوائز الذي تم تنظيمه مساء يوم الجمعة 17 دجنبر الجاري بأحد فنادق مدينة الدار البيضاء، عقب اختتام أطوار المنافسة الوطنية للعلامات «2010Morocco Awards» التي تتم تحت إشراف وزارة الصناعة والتجارة والمكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية (OMPIC)، بحصول شركة صورياد (القناة الثانية M2) على جائزة الجمهور بفضل العدد الهام من الأصوات التي حظيت بها باعتبارها. ومن بين 60 مقابلة تأكدت مشاركتها في دورة هذه السنة ضمن قطاعات مختلفة (إنتاجية وتجارية وخدمائية.. إلخ)، تم تتويج 5 علامات من بينها (القناة الثانية M2)، وذلك بحضور ما يزيد عن 350 مدعوا من مختلف الآفاق الاقتصادية، فضلا عن بعثة أجنبية من الخبراء والمهنيين الذين حضروا للمشاركة أيضا في الندوة التي انعقدت على هامش هذا الحفل حول موضوع «العلامات والتنمية الاقتصادية».

وللإشارة فإن عملية اختيار العلامات المرشحة من قبل لجنة التحكيم برئاسة الوزير السابق السيد عادل الدويري، كانت تتم بناء على قاعدة من المعايير، أهمها سياسة الإبداع والتجديد، المنجزات المحققة، جودة المنتج، استراتيجية التسويق، ومدى الانخراط في الرقي بالخدمات المقدمة للمواطن.

وتتجلى أهم الأهداف من تنظيم هذه التظاهرة السنوية في تحفيز المقاولات المغربية على توخي التميز والتجديد، ومكافأة العلامات المشهود لها بالدينامية والنجاح في كسب ثقة المواطنين مع الحرص بالتالي على مضاعفة أنشطتها انخراطا منها في النهوض بالتنمية السوسيو اقتصادية للبلاد.

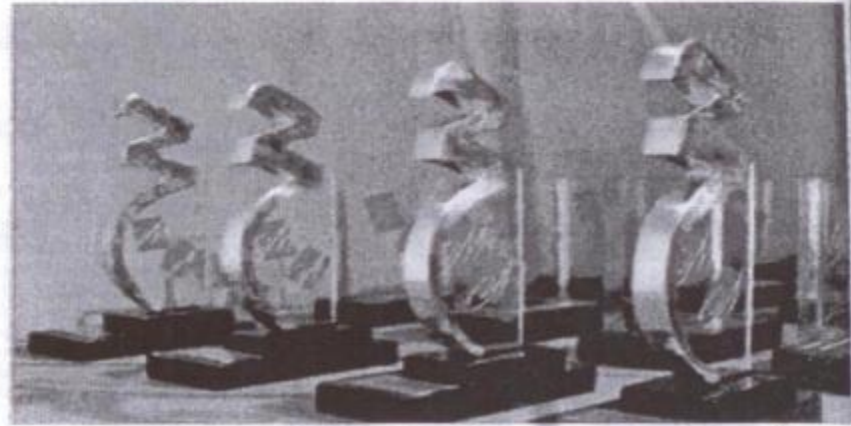
17 Décembre 2010

### MOROCCO AWARDS

## Cinq entreprises primées aux premières loges

**La cérémonie de remise des trophées sera précédée par la signature de conventions de coopération et de partenariat.**

Casablanca succède à Tanger et accueille aujourd'hui la cérémonie de remise des trophées Morocco Awards 2010. Organisée par le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies en collaboration avec l'Office Marocain de Propriété Industrielle et Commerciale (OMPIC), la manifestation consacre les entreprises marocaines les plus performantes au cours de cette année. Au total, cinq organismes marocains opérant dans différents secteurs d'activités économiques devraient être primés. La cérémonie qui aura lieu dans la soirée sera précédée par l'organisation d'une conférence internationale sur le thème «La propriété industrielle au service du développement socio-économique». La rencontre sera animée par des personnalités très connues dans le domaine de la propriété industrielle au niveau mondial notamment Benoît Battistelli, Président de l'Office européen des brevets, ancien directeur général en France de l'Institut national de la propriété industrielle. La Vice-directrice générale de



l'Organisation Mondiale de la Propriété industrielle (OMPI), Binying Wang ainsi que Gerhard Bauer, Président de l'International Trade mark Association (INTA), et Chef des marques de Daimler AG, devraient également prendre part à l'événement. La conférence sera suivie par la signature de conventions de coopération en matière de propriété industrielle entre partenaires marocains et européens. La signature se déroulera en présence notamment du ministre de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies, Ahmed Reda Chamí qui assistera également à la remise des trophées Morocco awards. Une soixantaine d'entreprises marocaines sont en course dans cette deuxième édition qui sera

de nouveau une occasion de récompenser les marques marocaines jugées comme les plus dynamiques par les professionnels ainsi que les enseignes plébiscitées par les consommateurs. Les organisateurs affirment que «leur objectif est de créer l'émulation pour que les entreprises marocaines intègrent davantage la culture des marques, de la relation directe avec le consommateur dans leur stratégie de développement». A noter enfin que la cérémonie de remise des prix sera retransmise en direct sur internet à partir de 20h. Partenaire média de l'opération, une radio de la place s'est engagée à retransmettre l'annonce et la remise des 5 Trophées sur son site web «[aswat.ma](http://aswat.ma)». ■

**Mohamed Badrane**

## LE MATIN



MOROCCO AWARDS 2010



La deuxième édition du Morocco Awards est le Prix décerné à la catégorie élans

### Cinq marques marocaines primées

**Cette compétition est une opportunité de distinguer les entreprises dynamiques et de leur motiver dans leur stratégie d'innovation.**

NADIA BENYOUREF

Dans la soirée de vendredi dernier, dans un palace de Casablanca, près de 400 personnes ont pris part à la cérémonie de remise des trophées de la 2ème édition des «Morocco Awards». Le jury présidé par Adil Douiri, ancien ministre du Tourisme de l'Artsanat et de l'Economie sociale et président de Mutaradis, avait la lourde tâche de départager les 60 candidats en compétition pour décrocher un des cinq prix récompensant les marques marocaines jugées comme les plus

dynamiques ainsi que celles plébiscitées par les consommateurs. «Les discussions ont été animées et relativement approfondies. Après 16 heures de délibération réparties sur trois jours, les conclusions se sont imposées naturellement », a indiqué Adil Douiri. Dans la catégorie marque de Services, Inwi, sur cinq entreprises nommées (Atlas Voyage, CTM, Hlt Radio, Inwi et Wafasalal) a remporté le trophée Morocco Awards 2010. A cette occasion, son directeur général, Prédéric Debord en recevant cette récompense, a insisté sur l'importance pour une marque de tenir ses promesses vis-à-vis de ses clients. Le trophée «Morocco Awards 2010 » de la marque de Fabricque, a été, lui, décerné à la société Jaouda. Cette société agroalimentaire basée à Taroudant a obtenu la faveur du jury devant quatre autres sociétés nommées dans

la même catégorie. Il s'agit de l'occurrence de Darf, Ingelec, Koutoubia et La Prairie. Quant à la catégorie de Commerce et de distribution, elle a enregistré la compétition de cinq sociétés nommées, à savoir, Au derby, Diamantine, Mobilla Yatou et Kitea. Le trophée a été remis à cette dernière marque qui s'exporte. Spécialisée dans la distribution de mobilier et accessoires, cette entreprise réalise, aujourd'hui, un chiffre d'affaires de près de 474 millions de dirhams et emploie 1500 personnes.

Le quatrième trophée, nouveauté de cette 2ème édition et qui n'est autre que celui de la marque Innovation, a été remporté par Amoud. Dans sa catégorie, il était en compétition avec quatre autres entreprises : Au fait, Decota, Lamacom et Rekrue.com. A noter que ce prix récompense la marque qui a le mieux contribué au déve-

loppement, à la notoriété et à la réputation de l'entreprise. Aujourd'hui, quand on prononce Amoud, on pense gâteau et pains, et ce, grâce au développement d'une stratégie de marque efficace qui a permis à cette société créée en 1988 d'atteindre aujourd'hui un chiffre d'affaires de 30 millions de dirhams. Enfin pour boucler cette cérémonie, un prix spécial «Prix public» a été octroyé à la chaîne de télévision généraliste et radio nationale 2M. Mobilia et Koutoubia étaient les deux candidats en lice sur ce prix. Un sondage effectué par DMS Marketing auprès de 1200 personnes interrogées sur les 60 marques a permis de sélectionner les trois marques. L'étude d'opinion permet également de mesurer les comportements des consommateurs vis-à-vis de certains aspects relatifs aux produits et aux marques. En somme, l'effort



wards a célébré cinq marques marocaines. Cette année, la nouveauté novations.



national d'encouragement des marques marocaines que concrétise cette compétition représente une opportunité de distinguer les marques dynamiques. D'ailleurs, pour une entreprise, cet effort n'est pas sans se répercuter sur la rentabilité des investissements. En effet, une marque labellisée est un gage de réalisation de nouveaux produits et de rentabilité plus rapide des investissements. En outre, disposer d'une marque forte encourage les entreprises à s'ouvrir sur d'autres secteurs. Ainsi la croissance durable se transforme en



### Les marques primées

Catégorie Services  
INWI



Catégorie Fabricque  
JAWDA



Catégorie Commerce et Distribution  
KITEA



Catégorie Innovation  
AMOD



Prix Spécial Public  
2M



### Dis-moi quelle es ta marque...

- L'édition 2010 des Morocco Awards a distingué cinq marques championnes
- Une occasion pour promouvoir la protection de la propriété industrielle

PAR ABOUBACAR Y. BARMA

Elles sont cinq et toutes sont des marques nationales. Elles, ce sont les lauréates de la 2<sup>e</sup> édition des Morocco Awards, dont la cérémonie de remise des trophées s'est tenue vendredi dernier à Casablanca. Cinq marques pour autant de catégories en vue de récompenser ces symboles de la conquête internationale des entreprises marocaines, qui lentement mais sûrement, prend forme d'année en année. Initiée par le ministère du Commerce, de l'Industrie et des nouvelles technologies, en collaboration avec l'Office marocain de la propriété intellectuelle et commerciale (OMPIC), les Morocco Awards visent à soutenir l'émergence de marques nationales à travers la promotion de l'innovation et la créativité au sein du tissu économique marocain, mais également de récompenser les efforts déployés par les entreprises marocaines, surtout les «Champions nationaux», qui représentent le royaume à l'international. La manifestation, dont la première édition s'est tenue l'année passée à Tanger, a ainsi consacré les entreprises marocaines les plus performantes au cours de cette année, qui ont su faire preuve de dynamisme, mais également ont pu conquérir, à l'échelon national, les consommateurs. Cette année, le



Ont été sacrées championnes, Inwi, Jaouda, Kitea, Amoud et 2M.

(PHOTO: K. MOULEZOU)

jury de la compétition, présidé par l'ancien ministre Adil Douiri, a eu à se prononcer sur 59 dossiers, ce qui témoigne de l'intérêt que suscite la manifestation au sein des entreprises marocaines et surtout la place qu'occupe la marque d'une société dans sa politique de développement commercial et de relations avec les clients. Cela donne un cachet particulier à la manifestation qui, dira le président du jury, permettra à nos «entreprises d'être plus ambitieuses et de développer leur expertise en gestion de marques».

#### Quelle valeur ajoutée ?

Comme pour la précédente édition, quatre marques ont d'abord été sacrées par le jury en fonction des différentes catégories : services, fabrique, commerce et distribution et enfin innovation. Le choix des lauréats s'est basé sur des critères préalablement définis et qui tiennent compte, entre autres, de la valeur ajoutée de la marque sur le positionnement de l'entreprise, de sa politique commerciale ou de développement, ainsi que de la valorisation de l'identité nationale prônée par la marque. Ainsi ont

été successivement sacrées championnes, Inwi pour la catégorie service, Jaouda pour les marques de fabrique, Kitea pour la catégorie commerce et distribution et dans la catégorie innovation, c'est l'enseigne Amoud qui s'est adjugée le trophée de la marque la plus innovante. Parallèlement à ces distinctions, a été décerné au cours de la cérémonie présidée par le ministre, Ahmed Réda Chamî, le prix du public. Il s'agit de l'entreprise qui a été plébiscitée par le public, suite à un sondage réalisé auprès d'un échantillon de 1.200 per-

sonnes et qui met en compétition toutes les entreprises en lice pour les trophées.

Cette année, le coup du cœur du public est allé à 2M, qui devient la première entreprise publique à se positionner au rang de marque championne nationale. C'est un honneur également pour l'ensemble du corps des professionnels de la communication, dont l'impact dans la visibilité des marques n'est plus à démontrer. Avec le succès enregistré par les deux éditions des Morocco Awards, il est fort à parier que les prochains rendez-vous seront attendus de pied ferme par les entreprises marocaines, vu l'impact qu'apporte

**«Il est grand temps pour nos entreprises de passer du savoir-produire au savoir-vendre».**

L'évènement sur la notoriété de l'entreprise comme en témoigne la participation croissante des partenaires. Cela constitue une étape cruciale pour le positionnement à l'international car, précise Adil Douiri, «il est grand temps pour nos entreprises de passer du savoir-produire au savoir-vendre». Il faut noter qu'en marge de cet événement s'est tenue une conférence internationale sur le rôle de la propriété industrielle dans le développement socio-économique. Cette rencontre a enregistré la participation des responsables de la protection de la propriété intellectuelle, car la promotion des marques, composante essentielle du développement industriel, en reste largement tributaire.



ciel. Il concerne, pour la moitié des postes prévus, une liste de pays dont le Maroc. Les premiers flux commenceront en février 2011.

- **Morocco Awards:**

- **And the winners are ....**

- La cérémonie des Morocco Awards a eu lieu vendredi dernier à Casablanca. Cette deuxième édition a connu la participation de pas moins de 59 marques, départagées par un jury présidé par Adil Douiri, ancien ministre du Tourisme.

- Les Morocco Awards 2010 ont sacré

Inwi comme meilleure marque de service et Jaouda, meilleure marque de fabrique. Le prix de la meilleure marque de commerce et distribution va à Kitea et celui de la marque innovante (nouveau de cette 2e édition) revient à Amoud. Enfin, le prix du public revient à 2M qui a su retenir le plus de faveurs sur un échantillon de 1.200 personnes interrogées à travers le Royaume.

- **Le parc Sindibad au stade de dérogation**

- Le grand projet du parc Sindibad à Casablanca arrive au stade de déroga-



“ La finalité est que les entreprises disposent d'un système de protection de la propriété industrielle pour que leurs brevets soient efficaces.”

“ Nous avons passé un accord qui ouvre la voie à la formation des ingénieurs brevets et l'accès de l'OMPIC à nos outils électroniques.”

“ A l'Office européen des brevets, nous recevons 200.000 demandes par an. Nous regardons si l'invention est brevetable et à la fin de ce processus, nous délivrons un brevet.”

ENTRETIEN AVEC BENOÎT BATTISTELLI, PRÉSIDENT DE L'OFFICE EUROPÉEN DES BREVETS (OEB)

## «Il faut modifier le code de la propriété intellectuelle marocain»

Les conventions signées en matière de propriété indus-

qu'il va reconnaître comme valable un brevet reconnu également au niveau européen. D'ailleurs, le coût est extrême-

L'appui est donc essentiellement technique ?  
Oui, absolument. L'Office européen des brevets est une

Pour que cet accord soit mis en œuvre, il faut que le Parlement marocain adopte une loi qui est, à ma connaissance, en





**signées en matière de propriété industrielle auront un double effet. Cela encouragera l'investissement européen tout en permettant aux entreprises marocaines de se différencier par rapport à la concurrence.**

PROPOS RECUEILLIS PAR  
NADIA RENYOGREFF

**LE MATIN : Comment s'est concrétisée la signature de ces conventions ?**

**BENOÎT BATTISTELLI :** La coopération entre l'Office européen des brevets et le Maroc remonte déjà à une dizaine d'années. C'est un processus assez long, seulement, les dernières discussions qui ont abouti à ces accords ont été faciles du moment que nous partageons les mêmes objectifs. Je tiens à préciser que la finalité est que les entreprises disposent d'un système de protection de la propriété industrielle pour que leurs brevets, leurs marques, leurs dessins et modèles soient efficaces. C'est à partir de là qu'elles n'hésiteront pas à investir dans la recherche et développement et à investir sur le plan commercial et dans leurs marques de manière à gagner des parts de marché.

**Quel est l'intérêt pour le Maroc et les pays membres de l'OEB ?**

L'intérêt pour le Maroc c'est

valable un brevet reconnu également au niveau européen. D'ailleurs, le coût est extrêmement faible. Il n'y a pas de formalités puisqu'il s'agit d'une décision de reconnaître comme valable le brevet européen. Ceci étant, l'entreprise européenne se sent sécurisée. Si elle a à choisir entre un investissement au Maroc ou ailleurs, elle sera plutôt incitée à investir au Maroc, car elle se sentira dans une situation juridique sécurisée à laquelle elle est habituée en Europe. Mais nous ne voulons pas simplement faciliter le développement des entreprises étrangères au Maroc, je pense qu'il faut aussi faciliter le développement des entreprises marocaines, c'est pourquoi, nous avons passé un accord qui ouvre la voie à la formation des ingénieurs brevets et l'accès de l'OMPIC (Office marocain de la Propriété industrielle et Commerciale) à nos outils électroniques, notamment un moteur de recherche spécialisée pour les brevets qui s'appelle «Epoque» et qui est un des meilleurs au monde. Plus de 40 pays l'utilisent. On peut dire qu'avec cet ensemble de mesures, le Maroc va être capable de faciliter des brevets d'origine marocaine qui seront de qualité internationale. Il s'agit ainsi d'un accord équilibré qui, d'une part, rassure et incitera les entreprises étrangères à se développer au Maroc et donc à créer des emplois, et d'autre part à permettre aux entreprises marocaines de gagner en compétitivité au niveau international.

**lement technique ?**

Oui absolument. L'Office européen des brevets est une organisation internationale technique dont la mission est de délivrer des brevets. Nous recevons 200.000 demandes par an.

Nous les étudions, nous regardons si l'invention est brevetable et à la fin de ce processus, nous délivrons un brevet, s'il y a lieu de le faire. Annuellement, près de 60000 brevets sont délivrés. Nous sommes donc une organisation technique, mais nous sommes au service du développement économique.

**Dans combien de temps cet accord sera-t-il mis en œuvre ?**

Vendredi 17 décembre 2010, ont été signées trois conventions en matière de propriété industrielle entre partenaires marocains et européens.

Le premier accord relatif à la validation des brevets européens a été signé entre le gouvernement marocain en la personne de Ahmed Reda Chami, ministre de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles technologies et l'Organisation européenne des brevets (OEB) représentée par son président Benoît Battistelli. Les signataires du deuxième accord sur l'accès par l'OMPIC au service «Epoque Net» de l'OEB sont l'OMPIC (Office marocain de la propriété industrielle et

en œuvre, il faut que le Parlement marocain adopte une loi qui est, à ma connaissance, en cours de discussion. Il faut modifier le code de la propriété intellectuelle marocain et le mettre à jour. Un brevet met en moyenne à peu près trois ans pour être délivré, donc il n'y aura pas de temps de plus. Car une fois délivré, il peut s'appliquer dans l'ensemble des pays membres de l'Office européen des brevets. Et ce, sans formalités ni délais supplémentaires.

**Quel coût cela représente-t-il pour l'entreprise ?**

Pour quelques formalités, l'entreprise aura à payer quelques dizaines d'euros. C'est un coût dérisoire par rapport à l'avantage que cela lui procure.



C'est un accord gagnant-gagnant, sans formalités administratives supplémentaires. Il permet tout simplement l'ouverture de l'économie marocaine sur la compétition internationale. ■

### LES CLÉS

#### Office européen des brevets

- L'OEB reçoit annuellement plus de 200.000 demandes et accorde près de 60000 brevets.
- «Epoque Net» est un moteur de recherche spécialisée pour les brevets utilisé par plus de 40 pays dans le monde.

## Avantage compétitif

commerciale) en la personne de son directeur général Adil El Maliki et l'OEB. Quant à la troisième convention, elle est relative au projet de jumelage institutionnel en faveur de l'OMPIC. Les deux autres signataires de cet accord sont les instituts de la propriété industrielle de la France et du Portugal. Pour Ahmed Reda Chami, ces conventions, notamment les deux premières, n'auront pas d'impact économique sur le court terme, mais sur le moyen et le long terme. Outre la confiance que cela procure pour les investisseurs étrangers souhaitant s'installer au Maroc, ce dispositif permet également aux

entreprises marocaines notamment exportatrices de protéger leurs marques, leurs dessins industriels... «Il y a des cas d'écoles où des entreprises locales sont allées dans certains pays et se sont retrouvées en concurrence avec d'autres entreprises qui faisaient pratiquement un produit copié. Seulement, en recourant aux tribunaux de ces pays, elles ont même perdu la bataille, car on n'avait pas une vraie protection industrielle», nous a-t-il signalé. Pour dire que sur le long terme, cette protection industrielle constitue un réel avantage compétitif pour les entreprises marocaines.

REPORTAGE PHOTOS  
A. MECHOUARY

## Morocco Awards 2010 Les primées : Inwi, Kitea, Jaouda, Amoud et 2M

► **59 entreprises** ont concouru pour ces trophées des meilleures marques marocaines.

► **Critères de sélection** : degré d'innovation, politique marketing de la marque, évolution, performance et qualité du produit.

MOHAMED MOUJID

Les Morocco Awards, qui récompensent désormais les meilleures marques marocaines de l'année, sont revenus pour cette deuxième édition aux entreprises Inwi, Kitea, Jaouda, Amoud et 2M. Les 5 sociétés ont été primées parmi 59 candidates en lice pour décrocher ces trophées de l'excellence de l'entrepreneuriat national. La remise des

prix a eu lieu vendredi dernier à Casablanca, en présence de Ahmed Réda Chami, ministre de l'Industrie, du commerce et des nouvelles technologies. En détail, Inwi, l'opérateur de télécoms, a été distingué meilleure marque dans la catégorie Service, Kitea dans le Commerce et la distribution, Jaouda dans la Fabrique et Amoud en tant que meilleure marque innovante. Ces quatre prix ont été décernés par un jury constitué de professionnels du monde de l'entreprise et de la communication. Quant à 2M, deuxième chaîne de télévision nationale, elle s'est vue attribuer le trophée du public.

Le ministre de l'Industrie, du commerce et des nouvelles technologies s'est félicité au cours de la cérémonie de remise des prix du grand succès que connaît désormais cette compétition nationale. Ahmed Réda Chami a promis de redoubler d'efforts pour voir émerger une nouvelle génération d'entreprises innovantes et compétitives à même de renforcer l'image de marque du « Made in Morocco ».

Par ailleurs, il faut savoir que le domaine de définition du concept même de marque reste vague. Pour bon nombre d'opérateurs, qui dit marque, dit qualité. De l'avis du président de l'Office européen des brevets, Benoît Battistelli, la marque est une combinaison de deux



variables que sont l'identité et l'engagement. Pour dire simple, l'identité renvoie à la culture et l'engagement à l'esprit de créativité. Une culture, faut-il le rappeler, encore embryonnaire au Maroc. En atteste le nombre de dépôt de marques d'origine marocaine qui s'est élevé en 2010 à quelque 6.400.

Les 59 lauréats en lice pour les trophées des Morocco Awards 2010 « ont dû satisfaire à de

nombreux critères de sélection, à commencer par le degré d'innovation, la politique marketing de la marque, l'évolution, la performance et la qualité du produit », selon les organisateurs. A rappeler enfin que ce sont les quatre entreprises Alcha, BMCE Bank, Marwa et Méditel qui avaient décroché l'année dernière à Tanger (première édition) les prix des meilleures marques marocaines.

21 Décembre 2010

## أخبارنا "دوزيم" تفوز بجائزة الجمهور "ماروك أووردس"



سليم الشيخ (خاص)

فازت «دوزيم» بجائزة الجمهور لجوائز «ماروك أووردس»، بعدما حصلت على أعلى نسبة تصويت في استفتاء رأي حول المقولة التي يفضلها المغاربة.

وتم تتويج «دوزيم» في حفل توزيع جوائز الدورة الثانية من مسابقة «ماروك أووردس»، التي تنظمها وزارة الصناعة والمكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية، وتكرم خمس مقاولات رائدة في مجالات الخدمات

والتجارة والتوزيع والصناعة، بالإضافة إلى جائزة خاصة بالإبداع وأخرى تمنح اعتمادا على نتائج استفتاء جماهيري.

# Les échos du j

2



## Édito

Mohamed Douyeb

## Copyright

**Dans une autre vie, je voulais lancer une marque. Le premier investisseur potentiel et ami au passage que j'ai sollicité n'a pas pris trop de temps pour avouer le fond de sa pensée.** À chaud, il m'a balancé en pleine figure : *«Tu sais... ton concept m'a l'air sympa, mais je crois beaucoup plus à la marque Douyeb»*. Je m'attendais à tout, sauf à ça. Entre nous, cela a flatté, l'espace de quelques secondes, mon ego. Moi, une marque! Avec du recul, j'ai saisi toute la profondeur des propos de mon ami marketeur. Qu'on le veuille ou pas, nous sommes, par la force des choses, des marques «déposées». Dans le monde de l'entreprise notamment, notre code vestimentaire, nos paroles, nos écrits, nos attitudes, nos comportements... sont tout un mix de choses qui font que la marque dépasse le cadre d'un nom commer-

cial. Un ministre comme Ahmed Réda Chami ou un patron à l'image de Frédéric Debord par exemple, reflètent cet état de fait. Tout est calculé au détail près pour renvoyer l'image qu'il faut aux interlocuteurs en face et surtout en fonction du contexte. Lorsque le ministre du Commerce avoue l'échec de certains de ses projets, c'est une marque qui prend sa responsabilité vis-à-vis de son environnement. Quant au PDG d'Inwi et sa cravate sobre aux couleurs de l'opérateur télécom, cela en dit long sur son fort attachement à l'entreprise. Un petit détail certes, mais qui a toute son importance pour les troupes et les partenaires. Bref, tout ça pour dire... que les marques marocaines ont beaucoup de choses à apprendre. Derrière de grandes marques, il y a bel et bien de grands Hommes.

### MOROCCO AWARDS 2010

# Kitea, Jaouda, Amoud, Inwi et 2M

## primés

- Quelque 60 entreprises étaient en lice pour cette deuxième édition des Morocco Awards.
- Le jury, présidé par Adil Douiri a distingué 4 candidats tandis que le Trophée du Public a été attribué à 2M.
- L'objectif de ce rendez-vous annuel est d'encourager les entreprises marocaines à être ambitieuses.

**O**uoi de mieux pour finir l'année en beauté pour nos marques nationales? En effet, la deuxième édition des Morocco



Le ministre Ahmed Reda Chami, entouré des lauréats des Morocco Awards 2010.

qui sont dans nos esprits et dans nos

Parmi ces 60 candidats, quatre ont été distingués par un jury constitué

du monde de l'entreprise et de la communication.

Awards a célébré la marque marocaine, et ce le 17 décembre à Casablanca. Pas moins de 350 invités du monde économique étaient réunis autour du Ministre Ahmed Reda Chami pour assister à la cérémonie de remise des Trophées des «Morocco Awards 2010». Ce dernier a tenu à souligner que cette manifestation, désormais annuelle, est destinée à récompenser «les marques les plus innovantes, celles

Initiée par le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies et l'Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale, la cérémonie s'est déroulée en présence des 60 entreprises candidates et d'une importante délégation étrangère qui avait participé à un colloque le jour même sur le thème des «Marques et du Développement Economique.»

de professionnels du monde de l'entreprise et de la communication, et présidé par Adil Douiri, ancien ministre et président de Mutandis. Inwi, l'opérateur de télécoms, a été distingué meilleure marque dans la catégorie Services, Kitea dans le Commerce et la distribution, Jaouda dans la Fabrique et Amoud en tant que meilleure marque innovante. Ces quatre prix ont été décernés par un jury constitué de professionnels

de communication.

Quant au Trophée du Public, il est revenu à 2M.

C'est la marque qui a obtenu le score le plus élevé lors du sondage réalisé par le cabinet DS Marketing auprès d'un échantillon de 1.200 personnes représentatives de la population nationale (urbain et périurbain). 2M est suivi, selon ce même sondage, par Mobilia dans la catégorie Commerce & Distribution et par Koutoubia, dans la catégorie Fabrique. Recevant le trophée des mains du ministre de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles technologies, Salim Cheikh, Directeur général de 2M, s'est dit particulièrement honoré de recevoir ce prix attribué par le public, et s'adressant au parterre de chefs d'entreprise présent, a partagé ce Trophée avec l'ensemble des marques marocaines, constatant que «2M était une marque au service des autres marques». Les lauréats ont dû satisfaire à de nombreux critères de sélection, à commencer par le degré d'innovation, la politique marketing de la marque, l'évolution, la performance et la qualité du produit. Comme l'a souligné le président du jury, Adil Diouiri, l'objectif de ce rendez-vous annuel est «d'encourager les entreprises marocaines à être ambitieuses, à croître et à développer leur expertise en gestion de marque». ■

I. B.

### 5<sup>èmes</sup> MICRO-ENTREPRENEURSHIP AWARDS

#### 12 trophées décernés

Pour récompenser les meilleurs micro-entrepreneurs de l'année 2010, Citi et PlaNet Finance ont organisé, avec le soutien de la Fondation Citi, la cérémonie de remise des prix des 5<sup>èmes</sup> Micro-entrepreneurship Awards.

Dans la catégorie Meilleur Micro-entrepreneur de moins de 25 ans, le 1<sup>er</sup> prix a été attribué à Salha El Bouchtaoui, styliste et modéliste, de Khénifra, soutenue par AMOS. Le 2<sup>ème</sup> Prix est revenu à Brahim Ait Aalla, artisan, commerçant de babouches berbères, à Biugra, région d'Agadir, soutenu par Al Amana. Le 1<sup>er</sup> prix du Meilleur Projet Innovant a été attribué à Driss Nahli, tailleur de pierres, à Erfoud, soutenu par la Fondation Banque Populaire pour le micro-crédit. Youssef Meskira, menuisier et graveur sur bois, à Kénitra, soutenu par la Fondation Banque Populaire pour le micro-crédit, a reçu le 2<sup>ème</sup> Prix. Le prix de la Meilleure Performance été attribué à Driss El Maimouny, gérant d'un snack-restaurant, à Martil, soutenu par Fondep. Le 2<sup>ème</sup> prix a été attribué à Mohamed Marssou, tailleur - couturier, à Tanger, soutenu par la Fondation Banque Populaire pour le micro-crédit. Dans la

catégorie Meilleur Projet Développement Durable et Protection de l'Environnement, le 1<sup>er</sup> prix a été attribué à El Houceine Bouktil, gérant d'un gîte rural, à Ouarzazate, soutenu par Al Amana et le 2<sup>ème</sup> prix est revenu à Aicha Chiki, commerçante, produits à base de dattes et de plantes médicinales. Pour ce qui est du Meilleur Projet Ettahadi (Défi), le 1<sup>er</sup> prix a été remis à Mohamed Ait Bahammou, fabricant de briques à Ouarzazate, soutenu par Al Amana. Le 2<sup>ème</sup> prix a été attribué à Hassania Errouihi, artisane spécialisée dans le zellige et le carrelage de décoration à Fes, soutenue par la Fondation Banque Populaire pour le micro-crédit. L'édition 2010 a été marquée par l'introduction du prix de la Meilleure Micro-entrepreneur de l'année. Il a été décerné à Saïda Jridi, styliste - modéliste, à Fés, soutenue par AMSSF / MC. Le deuxième a été attribué à Latifa Jawhar, styliste - modéliste, à Agadir, soutenue par Al Amana. Les douze finalistes se sont vus remettre un chèque d'environ 20.000 dirhams pour les premiers prix et 15.000 dirhams pour les seconds prix. ■

# Revue de presse



23 Décembre 2010

Casablanca - Les entreprises marocaines se doivent de faire, sans cesse, preuve d'innovation et de créativité pour se différencier, a affirmé M. Réda Chami, ministre de l'Industrie, du commerce et des nouvelles technologies.

"Dans le contexte actuel d'une économie ouverte où les produits et les services sont soumis à une concurrence de plus en plus forte, les entreprises marocaines se doivent de faire, sans cesse, preuve d'innovation et de créativité pour se différencier, conquérir de nouvelles parts de marché et conserver leur clientèle, aussi bien au Maroc qu'à l'étranger", a-t-il souligné dans une déclaration à la MAP, lors de la cérémonie de remise, vendredi soir, des trophées de la 2ème édition de "Morocco Awards 2010".

"Les entreprises doivent également faire un bon usage de système des marques pour renforcer le lien qui les relie à leurs clients et préserver les efforts considérables consentis à cet effet", a-t-il expliqué.

C'est dans ce sens que le ministère de l'Industrie et l'Office marocain de propriété industrielle et commerciale (OMPIC) ont organisé ce "Morocco Awards", pour mettre sous le feu des projecteurs, les entreprises marocaines qui ont su tisser une relation de confiance avec le consommateur, tout en faisant accroître leur activité et participer ainsi au développement socioéconomique du pays, a relevé M.Chami.

Ce concours récompense les entreprises les plus performantes au cours de cette année. Au total, cinq entreprises opérant dans différents secteurs d'activité économique sur les soixante nominées ont été primées.

Ainsi, dans la catégorie "service", le 1er prix a été décerné à l'opérateur de télécommunication "Inwi", qui a enregistré un chiffre de 1,6 milliard de dirhams.

Le trophée de la catégorie "fabrique" a été attribué à "Jawda" spécialisée, notamment dans les produits laitiers et dérivés, jus et nectar de fruits et agrumes tant pour l'export que pour le marché local. L'entreprise a réalisé un chiffre d'affaire de 2,3 milliards de dh.

Dans la catégorie "Commerce et distribution", le 1er prix a été octroyé à "Kitea", distributeur de mobilier et accessoires, qui a réalisé un chiffre d'affaires de 474 millions de dh.

Le "prix du Public", décerné à l'un des candidats suite aux résultats d'un sondage d'opinion sur la marque préférée des marocains, a été attribué à "2M", chaîne de télévision généraliste et radio, alors que celui de la "Marque innovante" est revenu à "Amoud", pâtisserie et boulangerie.



## Morocco Awards, Inwi consacrée meilleure « Marque de Services » au Maroc

**Avec 3,5 millions de clients, Inwi consacrée meilleure « Marque de Services » au Maroc en 2010**

Une consécration pour Inwi, troisième opérateur global de télécommunications au Maroc. Après seulement 10 mois d'existence au cours desquels il a gagné la confiance de 3,5 millions de clients, Inwi a remporté le Trophée « Morocco Awards » pour la « meilleure Marque de Services ». C'était au titre de la seconde édition de cet événement qui rend hommage aux marques marocaines les plus dynamiques de leur secteur d'activité.

Casablanca, le 19 décembre 2010—« C'est un honneur pour Inwi, une marque marocaine, jeune et résolument innovante ainsi qu'une reconnaissance du respect de nos engagements à l'égard du consommateur marocain ». C'est en ces termes que Frédéric Debord, Directeur Général de Inwi, a qualifié la distinction reçue par l'opérateur de télécommunications.

Sous les chaleureux applaudissements de l'assistance, Frédéric Debord a reçu le Trophée des mains de M. Ahmed Reda Chami, Ministre de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies lors de la cérémonie organisée à cette occasion, vendredi 17 décembre à Casablanca.

Cette consécration vient récompenser Inwi pour la qualité de ses services et produits, la pertinence de ses choix en matière d'innovation pour tous ainsi que pour sa stratégie de Marque et la qualité de sa communication. Une distinction qui conforte l'opérateur dans sa volonté de démocratiser les usages des télécommunications, à travers ses innovations et un service de qualité rendu à ses clients.

Déjà en février 2010, Inwi avait affiché sa ferme volonté d'œuvrer pour changer le marché des télécommunications en rendant les services accessibles à tous les marocains. Depuis, cet engagement s'est traduit par une série d'initiatives novatrices et audacieuses à travers des offres simples et transparentes.

### **Des engagements respectés**

Des choix qui ont définitivement changé le marché des télécommunications, à commencer par la facturation à la seconde, dès la première seconde et vers tous les opérateurs, qui permet au client Inwi de ne pas payer ce qu'il n'a pas consommé. S'y ajoute la possibilité qu'offre Inwi de téléphoner aux mêmes tarifs vers tous les opérateurs nationaux, à tout moment de la journée et 7 jours sur 7. Et avec la même carte SIM, le client Inwi peut accéder au BlackBerry en prépayé, surfer en illimité sur Internet ou chatter sur MSN,...

C'est ainsi que pour la première fois au Maroc, un opérateur GSM offre à tous ses clients des services à valeur ajoutée accessibles en prépayé avec une simple recharge.

Fidèle à ses engagements, Inwi a également lancé en octobre dernier sa **nouvelle gamme d'abonnement GSM** avec une offre inédite sur le marché : **les appels illimités gratuits, dès le début du forfait, pour tous les appels vers les numéros Inwi**. Cette offre permet aussi aux clients de tous les types de forfaits postpayés de **naviguer gratuitement et en illimité sur Internet** à partir de leurs téléphones mobiles.

Les entreprises ne sont pas en reste, puisque Inwi a conçu en leur faveur une offre exclusive de « Solutions », **proposant l'intra-flotte gratuit et illimité, sans condition et sans supplément aussi bien pour le fixe que pour le mobile**. Ces solutions, qui s'adressent aussi bien aux Grandes Entreprises qu'aux PME offrent l'avantage de simplifier la gestion du parc téléphonique tout en améliorant la productivité et en permettant à nos entreprises de gagner en compétitivité.

Ce sont là des expressions concrètes, parmi tant d'autres, des engagements pris par Inwi pour des services et des offres à la hauteur des attentes du consommateur marocain et dont le respect vient d'être récompensé par ce Trophée des « Morocco Awards 2010 ».

Inwi tient à ce propos à remercier vivement le Jury ainsi que les organisateurs de cet événement, le Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies et l'Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale (OMPIC).

Inwi dédie ce Trophée à ses 3,5 millions de clients et saisit cette occasion pour leur réaffirmer sa volonté de continuer à simplifier et enrichir leur quotidien.<sup>32</sup>



### Diamantine primée lors de l'édition 2010 des Morocco Awards

Le 17 décembre 2010 se sont tenus "Les Morocco Awards : Les marques à l'Honneur" : une manifestation organisée par le Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies en collaboration avec l'Office Marocain de Propriété Industrielle et Commerciale (OMPIC) pour encourager l'innovation et la créativité au sein du tissu économique marocain, récompenser les efforts déployés par les entreprises marocaines et faire la promotion des marques marocaines.

A cette occasion, Diamantine, 1ère enseigne de prêt-à-porter traditionnel modernisé, s'est vue décerner un des 5 trophées attribués, parmi 16 candidats au total dans la catégorie « Commerce & Distribution ».

Diamantine présente ses félicitations aux primés et nominés de cette importante manifestation.

#### **A propos de Diamantine**

Filiale de SOFTGROUP, parmi les premiers groupes de textile au Maroc créée en 1918, Diamantine fête sa 10ème année de création avec succès. Jouissant d'une renommée nationale avec 16 magasins à travers le royaume et une présence à l'international, notamment en Algérie et à Dubaï, Diamantine se fait la fière représentante de la mode marocaine tendance et haut de gamme, en privilégiant des valeurs fondées sur la qualité, le raffinement, l'originalité et bien sûr, en entretenant une relation unique avec les femmes.

# Revue de presse

24 Décembre 2010



## Morocco Awards Podium de la 2e édition

Vendredi, 24 Décembre 2010 16:50 Bouchra Alaoui Ismaili

Parmi 59 entreprises retenues dans la compétition, cinq ont été consacrées meilleures marques marocaines de l'année. Des trophées ont été décernés aux heureux gagnants lors d'une cérémonie festive tenue à Casablanca le vendredi 17 décembre 2010, en présence de plus de 400 personnes. Dans la catégorie marque de Services, c'est l'opérateur télécom Inwi qui a remporté le prix de l'excellence. Dans cette même catégorie, outre le gagnant, quatre entreprises ont été nommées. Il s'agit d'Atlas Voyage, CTM, Hit Radio, Inwi et Wafasalaf. «C'est un honneur pour Inwi, une marque marocaine, jeune et résolument innovante, ainsi qu'une reconnaissance du respect de nos engagements à l'égard du consommateur marocain», a affirmé Frédéric Debord, Directeur général d'Inwi. Dans la catégorie fabrique, Jaouda, Dari, Ingelec, Koutoubia et La Prairie ont été les entreprises retenues. Mais le jury a jeté son dévolu sur Jaouda. Petite coopérative au départ, Jaouda (Copag) emploie aujourd'hui plus de 4500 personnes en direct et quelque 20.000 indirectement. Cette société d'agroalimentaire basée à Taroudant est un exemple de volonté et de persévérance. Quant aux nominés de la catégorie de Commerce et de distribution, il s'agit d'Au Derby, Diamantine, Mobilia, Yatou et Kitea. Le prix est revenu à cette dernière dont les produits sont déjà présents dans 5 autres pays. Spécialisée dans la distribution de mobilier et accessoires, cette entité réalise, aujourd'hui, un chiffre d'affaires de près de 474 millions de DH et emploie 1500 personnes. Quant au quatrième trophée, nouveauté de cette 2e édition, il a distingué le boulanger-pâtissier Amoud comme entreprise innovante de l'année. Dans sa catégorie, Amoud était en compétition avec Au fait, Decora, Lamacom et Rekrute.com. M'hamed Akdime, de Amoud, dira de ce prix, qui récompense la marque qui a le mieux contribué au développement, à la notoriété et à la réputation de l'entreprise : «ce trophée ne m'appartient pas, c'est une reconnaissance des efforts de toute l'équipe d'Amoud, qui ne cesse d'innover et de perfectionner son savoir-faire afin de proposer des produits de très bonne qualité». Créé en 1982, Amoud compte aujourd'hui sept points de vente, emploie près de 400 personnes et réalise un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 30 millions de DH. Le choix des entreprises gagnantes n'était pas une tâche facile pour le jury qui devait élire 4 marques parmi soixante candidates, «les discussions ont été animées et relativement approfondies. Après 16 heures de délibérations réparties sur trois jours, les conclusions se sont imposées naturellement», a indiqué le président du jury, Adil Douiri, ancien ministre du Tourisme et de l'Artisanat et de l'Economie sociale. Quant au 5e trophée de la soirée «Prix public», il a été octroyé à la chaîne de télévision généraliste et radio nationale 2M. Mobilia et Koutoubia étaient les deux autres candidats en lice sur ce prix. Un sondage effectué par DMS Marketing auprès de 1200 personnes interrogées sur les 60 marques a permis de sélectionner les trois marques, mais c'est la chaîne de Ain Sbaa qui a remporté le plus de voix.

«Dans le contexte actuel d'une économie ouverte où les produits et les services sont soumis à une concurrence de plus en plus forte, les entreprises marocaines se doivent de faire, sans cesse, preuve d'innovation et de créativité pour se différencier, conquérir de nouvelles parts de marché et conserver leur clientèle, aussi bien au Maroc qu'à l'étranger» a déclaré Ahmed Réda Chami, ministre de l'Industrie, du commerce et des nouvelles technologies.

### ■ **Morocco Awards : cinq marques récompensées**

Inwi dans la catégorie «Marque de service», Kitea dans la catégorie «Marque de commerce et de distribution», Jaouda pour la catégorie «Marque de fabrique», Amoud dans la catégorie «Marque émergente» et 2M pour le trophée du public sont les entreprises distinguées. Pour rappel, 59 entreprises s'étaient portées candidates au concours qui en était à sa 2<sup>e</sup> édition.

## Inwi, Kitea, Jaouda, Amoud et 2M, nouvelles championnes

**MOROCCO AWARDS** Le rideau est tombé sur le grand concours dédié aux marques marocaines. L'émulation promet de s'intensifier pour la prochaine édition.

Mohamed Zainabi

**L**e ministre de l'Industrie, du commerce et des nouvelles technologies, Ahmed Reda Chami, a raison de se réjouir du « franc succès » de la 2<sup>e</sup> édition des Morocco Awards. C'est que, cette année aussi, son département, principal organisateur de l'événement aux côtés de l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC), a réussi son pari. Celui de mettre sous les feux de la rampe les marques marocaines en mettant sur un piédestal les « meilleures » d'entre elles. Les nouvelles championnes sont Inwi, Kitea, Jaouda, Amoud et 2M. Les responsables de ces entreprises ont reçu le trophée Morocco Awards 2010 au cours d'une grande cérémonie organisée le vendredi 17 décembre à Casablanca. Dans une ambiance festive, l'opérateur télécoms Inwi a été déclaré vainqueur dans la catégorie « Service », Kitea dans le « Commerce



Les gagnants des Morocco Awards 2010 portant leur trophée.

TIWI a été déclarée vainqueur dans la catégorie « Service », Kitea dans le « Commerce et distribution », Jaouda comme meilleure « Marque de fabrique » et Amoud a été reconnue comme la marque la plus innovante. Cette dernière catégorie est la nouveauté de 2010. Par ailleurs, 2M a été plébiscitée par le public. Les marques gagnantes succèdent à BMCE Bank, Marwa, Aïcha et Meditel primés en 2009.

Pour cette édition, le jury a été présidé par Adil Douiri. L'ex ministre du Tourisme a été assisté dans sa délicate tâche par Mounia Boucetta, secrétaire générale du ministère du Commerce, de l'industrie et des nouvelles technologies ; Hakim Marrakchi, administrateur-directeur général de Maghreb Industries et vice-président de la CGEM en charge du pôle compétitivité et croissance ; Gerald Porcario, directeur marketing de Renault Maroc et Sophia Jalal qui s'occupe du développement au sein de Nestlé nutrition Maghreb. Ces jurés devaient départager les 59 marques qui étaient en lice : 20 marques de commerce et de distribution, 21 marques de fabrique et 18 autres de service. Parmi ces marques, 29 ont participé à la première édition de Morocco Awards.

### Les gagnants des Morocco Awards 2010 portant leur trophée.

C'est sûr que de nombreuses candidates de cette année retenteront aussi leur chance l'année prochaine. Leurs représentants étaient nombreux à l'affirmer. Ce qui promet une concurrence encore plus rude pour les Morocco Awards 2011.

### Haro sur la contrefaçon !

Morocco Awards, ce n'est pas seulement une soirée festive au cours de laquelle on décerne des trophées. C'est au préalable un travail laborieux de réflexion sur les marques et leur devenir. Une bonne partie de la journée du 17 décembre a été consacrée à l'analyse, sous différents angles, du thème de « la propriété industrielle (mise) au service du développement socio-économique ». Ont pris part au débat lancé sur ce sujet des responsables et des experts étrangers dont Benoît Battistelli, président de l'Office européen des brevets et ancien directeur général en France de l'Institut national de la propriété industrielle; Binying Wang, vice-directrice générale de l'Organisation mondiale de la propriété industrielle

(OMPI) et Gerhard Bauer, président de l'International trademark association (INTA), et chef des marques de Daimler AG. Tous ont plaidé en faveur de la protection des marques et appelé à l'internationalisation de cette protection. Joignant le geste à la parole, partenaires marocains et européens ont signé différentes conventions en matière de la protection de la propriété industrielle. La plus importante concerne la validation des brevets européens au Maroc et inversement. Elle a été signée par Ahmed Reda Chami et Benoît Battistelli, président de l'Organisation européenne des brevets (OEB). Cet Organisation s'engage à assurer la formation d'ingénieurs marocains chargés de l'examen des brevets. Adil El Maliki, DG de l'OMPIC a aussi signé une convention avec l'OEB qui permet à l'Office d'accéder au service «EPO-QUENet». Il s'agit d'un moteur de recherche spécialisée pour les brevets utilisé par plus de 40 pays dans le monde.

Maliki a également signé une convention de jumelage institutionnel en faveur de l'OMPIC avec les instituts de

la propriété industrielle de la France et du Portugal. Pour A.R. Chami, il ne s'agit pas là de simples accords formels. « On en attend des retombées économiques sur le moyen et le long terme », insiste-t-il. Le ministre est persuadé que la protection des marques européennes dans le Royaume encouragera les investisseurs à venir y investir. Chami rappelle aussi que

le même dispositif permet aux entreprises marocaines, notamment exportatrices, de protéger leurs marques, leurs dessins industriels... « C'est un accord gagnant-gagnant, sans formalités administratives supplémentaires. Il permet tout simplement l'ouverture de l'économie marocaine sur la compétition internationale », résume le président de l'OEB. +

PHOTO MECHBUARY

## LE POIDS DES MARQUES GAGNANTES

- Wana Corporate a déposé la marque Inwi le 21 décembre 2009. Le chiffre d'affaires de cet opérateur global de télécommunications est de 1,6 milliard de dirhams. Inwi emploie 1.169 collaborateurs.
- Kitea a déposé sa marque le 7 septembre 1994. La société opère dans la distribution de mobilier et accessoires. Elle a un chiffre d'affaires de 474 millions de dirhams et emploie 1.500 personnes.
- Jaouda appartient à la coopérative agricole COPAG. Cette marque a été déposée le 13 avril 2000. Son chiffre d'affaires

est de 2,3 milliards de dirhams, avec un effectif de 4.200.

- Amoud est une marque qui a été déposée le 1er décembre 1988. Elle opère dans la pâtisserie-boulangerie. Son chiffre d'affaires est de 30 millions de dirhams. La société emploie 300 personnes.
- 2M a été déposée par la Société d'études et de réalisations audiovisuelles S.A, « SOREAD-2M », le 20 décembre 1988. Son chiffre d'affaires est de 542 millions de dirhams. La deuxième chaîne nationale, avec sa radio, emploie 759 personnes.

# Revue de presse

Du 24 au 30 Décembre 2010

## «إينوي» و«جودة» و«أمود» و«كيتيا» و«دوزيم» أحسن علامات السنة

شركة "جودة"، أما شركة "أمود"، المتخصصة في صناعة الحلويات والخبز، ففازت بجائزة أحسن تجديد وتطوير للمنتوج، أما جائزة الجمهور، فكانت من نصيب القناة الثانية المغربية الثانية المغربية "دوزيم". حفل توزيع الجوائز، حضره أحمد رضا الشامي، وزير الصناعة والتجارة والتكنولوجيات الحديثة، إضافة إلى عدد كبير من رجال الأعمال المغربية. ■



ضمن 59 متنافسا، فازت خمس شركات بجائزة أحسن علامة تجارية مغربية للسنة، في خمسة أصناف مختلفة. ففي صنف شركات الاتصالات، فازت شركة "إينوي" بجائزة أحسن علامة تجارية للسنة، وفي صنف التجارة والتوزيع، فازت "كيتيا" المتخصصة في بيع وصنع الأثاث المنزلي، وفي صنف الصناعة الغذائية، كانت الجائزة من نصيب

25 Décembre 2010



## CARNET



Salim cheikh

### **Prix public**

La deuxième chaîne de télévision publique 2M a reçu lors de la cérémonie Morocco Awards (casablanca le 17 décembre) le prix spécial «Prix public», la consacrant comme la marque préférée des Marocains.

## Actu du GAM

### : MOROCCO AWARDS 2010

#### QUATRE MARQUES RÉCOMPENSÉES

La cérémonie des "Morocco Awards 2010", organisée par l'OMPIC en partenariat avec le G.A.M., a distingué ce

17 décembre 4 lauréats sur les 60 entreprises candidates. Sous la présidence de l'ancien Ministre Adil DOURI, un jury de professionnels a récompensé INWI (catégorie Service), KITEA (Commerce

et Distribution), JAOUDA (Fabrique) et AMOUD (catégorie Marque Emergente). Le Trophée du public, obtenu grâce à un sondage auprès de 1 200 personnes, a été décerné à 2M

---

Mercredi 29 Décembre 2010





## La Tribune du G.A.M.



### Editorial

Un constat extrêmement simple peut être dressé sur la manière dont fonctionne aujourd'hui le Web : les sites Internet "classiques" et les moteurs de recherche sont désormais surpassés par les médias "sociaux", Facebook en tête, et plus globalement par tout ce qui fonde aujourd'hui le Web 2.0. Qu'entend-on par là ? Bien plus qu'un changement sémantique.

Car le Web 2.0 offre aux utilisateurs d'Internet un pouvoir qu'ils n'avaient pas auparavant : celui, en plus de pouvoir communiquer entre eux à l'intérieur d'un site, d'agir directement sur son contenu. En ce sens, le Web 2.0 doit aujourd'hui être considéré comme un média à part entière, producteur de contenu, et dont le discours serait celui d'une communauté informée composée de l'ensemble des personnes souhaitant donner leur avis

Si le phénomène est encore relativement circonscrit au Maroc, les entreprises doivent dès maintenant entrevoir les changements qu'implique ce nouveau mode de fonctionnement du Web. Aujourd'hui, une action de communication peut être intégralement neutralisée par une communauté plus ou moins organisée d'internautes indépendants. D'où l'impérieuse nécessité pour les entreprises de réussir à prendre ce virage. D'autant qu'une stratégie marketing 2.0 offre de grands avantages : améliorer sa visibilité sur Internet, démontrer sa crédibilité et son expertise, repérer ...de nouveaux contacts, mieux comprendre les avis des consommateurs

À l'heure du changement, il est donc fondamental que les entreprises s'approprient le fonctionnement du Web 2.0, et fassent d'une potentielle menace une réelle opportunité

**.Nabil Abouzaid, membre du Bureau du G.A.M**

### Entretien



**Francois Laurent**  
*Directeur Général de Consumer Insight*

Quelles sont les principales différences entre le Web 2.0 et le web "classique", et quels sont ses avantages pour l'entreprise ?

Aux débuts du Web, seul un petit nombre d'élus pouvaient s'y exprimer car étaient requis des moyens techniques et financiers hors de la portée de l'internaute moyen. Il existait déjà quelques forums de discussion, mais il ne s'agissait pas encore de réels espaces de liberté

**? Quelles sont les conditions de réussite d'un site 2.0**

Les mêmes que toute communication ou une marque entre en dialogue avec des consommateurs. Que ce soit sur un site créé par la marque, une plateforme de blogs ou un réseau social, l'entreprise doit absolument accepter de se mettre au niveau de ses interlocuteurs et perdre de sa superbe traditionnelle. Par ailleurs, outre la nécessité que l'action de communication soit spontanée, il faut que l'objet du site que l'on propose aux internautes leur soit utile ; sinon, tout sera vécu comme un coup de pub et rejeté, ou purement ignoré. Enfin, il faut savoir s'effacer, résister à la tentation de monopoliser la parole



Avec l'apparition des blogs, chacun a pu devenir acteur de la Toile en parlant sur son propre site, en dialoguant et en échangeant avec des amis. D'un système de communication purement vertical, très "classique" pour les médias de masse, nous sommes donc passés à un système horizontal au sein duquel les marques et les éditeurs traditionnels n'étaient ni attendus, ni même les bienvenus. Avant d'être une opportunité, le Web 2.0 est donc une réalité à laquelle il faut s'adapter, avec pour corollaire incontournable des conversations qui concernent directement les entreprises sans qu'elles puissent agir dessus.

Mais il faut aussi comprendre que le Web 2.0 présente l'opportunité d'instaurer un réel dialogue avec ses clients. Pas seulement en termes de communication, mais aussi en termes d'innovation. A titre d'exemple, Lego commercialise ses produits que ses clients élaborent sur son site en ligne.

**Quels sont les risques liés à l'utilisation d'un site 2.0 et des réseaux sociaux ?**

Si le dénigrement de la marque est le premier risque, il faut le relativiser : il y a désormais suffisamment d'espaces d'expression sur la Toile pour que ceux qui critiquent puissent le faire sans que l'entreprise ne développe de sites 2.0 spécifiques.

L'utilisation du Web 2.0 oblige par ailleurs à se montrer à la fois honnête et transparent : on n'intervient pas masqué (on est très vite découvert et dénoncé) et on ne crée pas de faux blogs. L'Oréal en a souffert il y a quelques années en inventant une fausse blogueuse pour promouvoir un produit de soin corporel.

Photo: Agence

## Actu du G.A.M.

### SÉMINAIRE DU G.A.M

Le prochain séminaire du GAM se tiendra le mardi 25 janvier prochain et portera sur le thème "Construire une opération de promotion des ventes pertinente". Organisé en partenariat avec

la RAM, ce séminaire sera animé par Philippe Ingold, fondateur de Promo-Research, cabinet de conseil en stratégie promotionnelle, et animateur du site référence de la promotion des ventes "Les clés de la promotion". Le séminaire per-

mettra de mieux comprendre les modes d'action des promotions dans le cadre de la stratégie marketing, de définir les techniques à utiliser en fonction d'objectifs opérationnels, et de savoir exploiter les moyens de communication adéquats

**Le G.A.M. souhaite la bienvenue à deux nouveaux adhérents : Amoud et Nespresso**

### : MOROCCO AWARDS 2010

#### QUATRE MARQUES RÉCOMPENSÉES

La cérémonie des "Morocco Awards 2010", organisée par l'OMPIC en partenariat avec le G.A.M., a distingué ce

17 décembre 4 lauréats sur les 60 entreprises candidates. Sous la présidence de l'ancien Ministre Adil DOUIRI, un jury de professionnels a récompensé INWI (catégorie Service), KITEA (Commerce

et Distribution), JAOUDA (Fabrique) et AMOUD (catégorie Marque Emergente). Le Trophée du public, obtenu grâce à un sondage auprès de 1200 personnes, a été décerné à 2M

#### Nous contacter

23, rue Jean Jaurès - Quartier Gauthier - 20000 Casablanca  
Tél.: 05 22 26 98 39 / 05 22 27 78 22  
Fax : 05 22 20 34 41

### ANALYSE

● Construire une marque forte s'impose, en raison du déploiement de la grande distribution et de l'importance grandissante que le consommateur marocain accorde aux griffes de renom ● Le développement d'Internet bouleverse le rapport à l'investissement pour leur essor

# Je «brande», donc je suis

PAR OTHMANE ZAKARIA, SOPHIA AKHMISSE & RÉDA HARMAK

Que peut apporter au juste une marque forte? Comment installer une griffe qui suscite la sympathie du consommateur? Combien faut-il investir pour y arriver? Ces questions, les entreprises marocaines ont de plus en plus intérêt à se les poser. Sur l'utilité de créer et de consolider une marque, la littérature marketing est prolifique : convertir la dépense marketing en investissement, rassurer le client, formuler une promesse, générer la fidélité... Quelques spécificités du marché marocain rendent néanmoins cette démarche particulièrement déterminante pour les entreprises locales, selon les spécialistes. En substance, construire une marque forte s'impose aujourd'hui au Maroc, en raison du décollage de la grande distribution. Ce canal rassemble plusieurs produits et renforce la nécessité pour les entreprises de se faire identifier parmi la concurrence. Cependant, plus que tout cela, la grande distribution rallonge le circuit de diffusion des produits, éloignant davantage le producteur du consommateur final. Partant, «installer une marque permet de raccourcir le circuit de distribution et raffermir le lien entre le producteur et le consommateur».



Il apparaît qu'imposer sa marque n'est pas qu'une question de moyens.

PHOTO: DRG

rendent néanmoins cette démarche particulièrement déterminante pour les entreprises locales, selon les spécialistes. En substance, construire une marque forte s'impose aujourd'hui au Maroc, en raison du décollage de la grande distribution. Ce canal rassemble plusieurs produits et renforce la nécessité pour les entreprises de se faire identifier parmi la concurrence. Cependant, plus que tout cela, la grande distribution rallonge le circuit de diffusion des produits, éloignant davantage le producteur du consommateur final. Partant, « installer une marque permet de raccourcir le circuit de distribution et raffermir le lien entre le producteur et le consommateur », explique Amine Bennis, vice-président de Rapp Maroc.

### Tout un langage

En outre, les marques deviennent déterminantes sur le marché local en raison de l'importance grandissante que leur accorde le consommateur. Certes, « la réceptivité au langage des marques est d'abord fonction de la classe sociale du consommateur », comme le rappelle l'ex-ministre de la Communication et auteur de « La publicité au Maroc », Driss Alaoui Mdaghri. Dès lors, on serait tenté de croire qu'un pays dont la plus grande partie de la population ne dispose que d'un faible pouvoir d'achat, n'accorde pas une grande importance aux marques. Il n'en est rien, assure Amine Bennis. « Paradoxalement, même si l'on ne dispose que de



Il apparaît qu'imposer sa marque n'est pas qu'une question de moyens.

(PHOTO: ORJ)

moyens réduits, on ne se résigne pas à renoncer aux marques », explique l'expert. Du reste, « cette attitude se justifie par le fait qu'au Maroc, au même titre que dans d'autres pays émergents, l'acte de consommation positionne son auteur sur le plan social », décrypte Bennis. Sachant tout cela, il n'est pas étonnant que de plus en plus d'entreprises essaient de s'engouffrer dans la brèche pour installer leur marque. En effet, selon les statistiques de l'Ompic, la création de nouvelles marques est aujourd'hui engagée sur un trend nettement po-

stif. Au terme de juillet 2010, les demandes de dépôt de marque ont enregistré une hausse de 11,4 % par rapport à la même période de l'année précédente. Cependant, dans le lot, les marques étrangères progressent plus rapidement. Sur la même période, les origines étrangères augmentent de 13,2 % contre un supplément de 8,3 % seulement pour les marques locales. Ces jeunes pousses peuvent s'inspirer de plusieurs succès stories marocaines éprouvées, à l'image de celles récompensées lors des derniers Morocco Awards 2010 (voir encadrés page 5). Difficile de formuler une recette universelle sur la base de leurs expériences respectives pour réussir à créer une marque forte. Néanmoins, le cas de ces entreprises permet de tordre le cou à certaines idées reçues ayant trait notamment à l'effort d'investissement à concéder pour installer une marque.

Entre la centaine de milliers de dirhams débloqués annuellement (Amoud) et les millions de dirhams injectés en un trimestre (Inwi), pour aboutir au même succès, il apparaît qu'imposer sa marque n'est pas qu'une question de moyens. « Cela est d'autant plus vrai que l'avis des consommateurs décide de plus en plus du succès d'une marque et qu'Internet a bouleversé le rapport à l'investissement dans la marque », assure Bennis. Une chose est sûre, les marques nationales aussi performantes soient-elles n'ont pas encore accédé au Top of mind (les marques que le consommateur cite en premier) du consommateur marocain. C'est dire tout le chemin qui reste à parcourir pour rivaliser avec les Coca Cola, Danone ou autres Sony, qui viennent 44 tête de liste.

## Driss Alaoui Mdaghri,

Ancien ministre de la Communication et auteur de « La Publicité au Maroc ».

### Point de vue



La marque est d'abord une question de classe. Il est difficile de caractériser le rapport des Marocains dans leur ensemble aux marques. La réceptivité aux signes distinctifs est selon moi d'abord fonction de la classe sociale du consommateur. Les couches les plus aisées ont une préférence affirmée pour les griffes surtout étrangères et tentent d'y accéder

par tous les moyens, quitte même à recourir aux imitations. Dans la classe moyenne, on est plus attentif à l'optimisation du rapport qualité/prix lors de l'acte d'achat, ce qui n'exclut pas un attachement aux marques. Pour les classes plus défavorisées, enfin, la marque apparaît comme élément vraiment secondaire. Tout cela étant, bénéficier d'une marque

forte revêt aujourd'hui pour les entreprises marocaines une importance capitale, en raison du fait de la profusion de produits qui caractérise actuellement le marché marocain et du fait que les consommateurs sont mieux éduqués. Dans ce contexte, la marque s'affirme de plus en plus comme un gage de qualité, voire de sécurité.

LUNDI 3 JANVIER 2011 - LES ÉCHOS QUOTIDIEN

# Grand Angle

15

## ANALYSE



### Repères

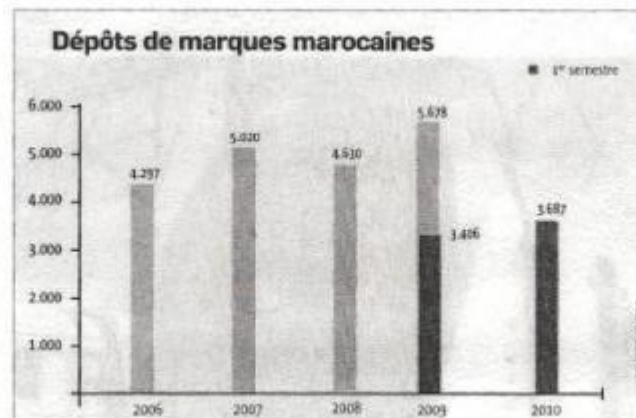
2M, Amoud, Inwi, Jaouda et Kitea sont les cinq marques distinguées lors des Morocco Awards 2010 qui récompensent les marques marocaines les plus renommées.

Amoud prépare une nouvelle stratégie marketing 2011-2012. Le budget alloué actuellement par le spécialiste au développement de la marque est de 1% du chiffre d'affaires.

Inwi a investi 60 millions de dirhams durant le premier trimestre de lancement de sa marque.

### «Kit» et double

Le développement de Kitea et celui de sa marque vont de pair. «Nos efforts pour améliorer la qualité du service, innover et anticiper servent directement l'image du groupe», assure Mina Lahlou, directrice marketing et communication de l'enseigne de meubles en kit. Cette approche s'est avérée payante avec le trophée raflé par la marque, lors des Morocco Awards 2010. Consécration qui, du reste, est perçue en interne plus comme une confirmation. «Nos études font encore ressortir une notoriété et une image largement positives», indique la directrice marketing. Néanmoins, en dépit de cette longueur d'avance prise a fortiori dans un secteur qui n'est pas encore très concurrentiel, Kitea redouble d'efforts pour propulser sa marque. La qualité du service renforce la signature maison ? Qu'à cela ne tienne, Kitea met le paquet sur la satisfaction client jusqu'à introduire, en 2009, un service clientèle



l'occurrence) pour se hisser au top cinq des griffes les mieux retenues par les Marocains, le tout en une dizaine de mois... la performance mérite que l'on s'y attarde. Quelles sont les recettes pour réussir un tel tour de force ? «L'aventure commence bien avant le lancement d'une marque», assure Frédéric Debord, PDG d'Inwi. Comprendre par là qu'il faut «remonter jusqu'aux frustrations du marché pour construire une marque capable d'incarner un réel changement». Dans la phase pré-lancement toujours, l'accent est également à mettre sur la mobilisation des employés, car «une marque qui n'est pas portée par l'interne ne peut pas s'imposer durablement en externe», soutient Debord. Arrivée au lancement, la publicité ne doit être sollicitée que comme un canal parmi d'autres. En effet, une autre bataille se joue sur une synchronisation du comportement des conseillers clients, des points de vente, du site web jusqu'aux documents avec la promesse et l'esprit de la marque. Pour parvenir à tout cela, il faut naturellement y met

géré par un call center. Quant à l'innovation et l'anticipation, elles sont érigées en valeurs cardinales d'un bout à l'autre de la chaîne. «La centrale d'achat du groupe cherche toujours à rester à l'affût des dernières tendances et investit souvent dans des techniques nouvelles», illustre la directrice marketing, ce qui contribue au passage à renouveler un catalogue bien fourni comptant quelque 15.000 références. Pour rester dans l'air du temps, le leader du meuble en kit s'assure bien de coller aux nouvelles tendances. En lien, une composante développement durable a été introduite dans la stratégie du groupe dès 2009. Un modèle qui a fait ses preuves, ça s'exporte. Aussi, «l'expansion du réseau par la conquête de nouveaux marchés, en Afrique essentiellement, est à l'ordre du jour», dévoile le management.

### 2M «marque» le public

«2M, élue marque préférée des Marocains aux Morocco Awards 2010». Une première ! Au Maroc tout du moins. C'est en effet la première fois qu'un média est véritablement considéré comme une «marque». Mieux encore, qu'il est désigné comme étant la marque favorite du public. C'est un fait, l'introduction de 2M dans ce type de compétitions ouvre une nouvelle porte aux médias nationaux (privés ou publics), qui tendent de plus en plus à se marketer auprès de leurs téléspectateurs, auditeurs ou même lecteurs. Toutefois, ce ne sont pas les responsables de 2M qui vous présenteront un plan de développement marque, comme on peut l'imaginer pour d'autres «produits» ou «entreprises». Ainsi donc, comment la chaîne de Aïn Sebaâ a-t-elle réussi à décrocher ce prix ? À en croire les résultats des sondages fournis par les organisateurs, celle qui «marque» au quotidien l'esprit des Marocains, à tour de séries internationales doublées en d'araja, d'émissions de débats et de compétitions de télé-réalité, a su tirer son épingle du jeu grâce à son «sens de l'innovation». Ce qui lui aura, d'ailleurs, valu de se distinguer parmi 59 autres marques nationales. Qu'est-ce qu'une marque innovante pour les Marocains dans ce cas ? Sur une population de 1.200 personnes représentative des Marocains, l'institut spécialisé en études de marché DS Marketing a administré un questionnaire qui a relevé les trois critères suivants : une marque innovante est

une marque qui «lance souvent de nouveaux produits ou services et élargit sa gamme, améliore en continu ses produits ou services existants. Et enfin, une marque dont les produits et services évoluent en fonction des tendances du marché». La leçon à en tirer : même un média peut être innovant !

### L'appétit d'Amoud n'a pas de limites

Parmi les lauréats de Morocco Awards 2010, la griffe de la chaîne de boulangerie et pâtisserie, Amoud, a été élue meilleure marque innovante de l'année. «Une consécration inattendue», selon le management de l'entreprise, «mais qui tombe à point nommé pour la fonte de la stratégie marketing du groupe en 2011 et 2012». Il n'empêche, jusque-là, le marketing et la communication bénéficiaient d'une enveloppe budgétaire non négligeable chez l'enseigne marocaine, mais qui reste somme toute modeste comparée aux marques «publicivores» : 1% du chiffre d'affaires. Avec un volume de ventes qui s'est élevé à 30 millions de dirhams en 2010, c'est donc un budget de 300.000 dirhams qui a été consacré à la communication et à la publicité. Un montant qui en majorité a été investi dans l'affichage sur les panneaux 4x3, et quelques rares insertions publicitaires sur des supports écrits. Le reste des canaux publicitaires utilisés fait appel aux effets de synergies internes : affichage sur site, habillage de la flotte de véhicules et des devantures de magasins. Aussi, Amoud compte-t-elle bien aller plus loin dans son effort marketing. Ainsi, la chaîne apporte la dernière main à sa stratégie marketing 2011-2012. «Plusieurs critères vont changer, nous sommes en train de tout réorganiser», indique Hassan Boulaïd, directeur financier chez Amoud. Dans la foulée, le boulanger pâtissier annonce déjà vouloir changer son agence de conseil en communication. L'enjeu affiché par le management est de trouver l'équilibre optimal entre conquête des clients potentiels et fidélisation des habitués.

### Un parcours «Inwi»

Partir d'une situation qui a tout du flop en termes de développement de marque (l'expérience Wana en

tre les moyens. Ainsi, cela a coûté à Inwi pas moins de 60 millions de dirhams tout juste sur les 3 premiers mois du lancement (média et hors média) pour lancer sa marque, ce qui est certain, c'est que le jeu en vaut la chandelle. «Dans un secteur aussi compétitif et manquant de clarté que celui des télécoms, installer une marque dans laquelle le client croit est décisif», insiste le PDG d'Inwi. En témoignent les 3,5 millions de clients recrutés par l'opérateur depuis son lancement.

### Jaouda, petite coopérative devenue grande

Dans la catégorie fabrique des Morocco Awards 2010, c'est la marque Jaouda qui a été primée par le jury. Jaouda est la marque de référence de Copag, l'une des coopératives marocaines les plus emblématiques en termes de réussite économique. Petite coopérative créée en 1987, initiée par 4 personnes appartenant à la même famille, celle de l'actuel président Ahmed Loutiti, l'idée était de fédérer de petites coopératives et des indépendants. Et le moins que l'on puisse dire, c'est que l'idée a marché. Jaouda (Copag) compte aujourd'hui plus de 4.500 employés directs, et a permis la création de plus de 20.000 postes d'emploi indirects. Basée à Taroudant, l'activité de Jaouda consiste en la production, le conditionnement et la commercialisation d'agrumes, primeurs et lait. Aussi, la coopérative concurrence-t-elle directement Centrale Laitière, entreprise du groupe ONA. Elle est parvenue à se faire un nom et une réputation reconnues par le consommateur marocain.

Une image de marque que Jaouda a pu développer en diversifiant sa gamme de produits, et en réagissant aux nouvelles tendances en matière d'alimentation, notamment l'engouement pour les produits allégés. Mais également en proposant des prix concurrentiels et des packagings évolutifs. Autre élément déterminant dans la réussite de la marque, et qui n'était d'ailleurs pas acquis d'avance, celui de disposer d'un réseau de distribution performant. En effet, après avoir eu du mal à s'imposer sur les rayons des grandes surfaces, les produits de Jaouda sont aujourd'hui présents un peu partout : dans les épiceries de quartier, dans les supérettes et même sur les étagères des grandes enseignes.

**Au terme de juillet 2010, les demandes de dépôt de marque ont enregistré une hausse de 11,4% par rapport à la même période de l'année précédente.**



## **And the winners are...**

Inwi et 2M ont été les vedettes des Morocco Awards. L'une a réussi son envol, l'autre se pose des questions sur son avenir.

Le magazine des solutions managériales

# essor

(news**maroc**)

## MOROCCO AWARDS

# récompense ses meilleures élèves

L'édition 2010 du Morocco Awards s'est déroulée le 17 décembre dernier. Elle a réuni un grand nombre d'opérateurs économiques nationaux et étrangers. Cette manifestation organisée conjointement par le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies et l'Office Marocain de la Propriété Intellectuelle et Commerciale –OMPIC–, a pour vocation de récompenser les efforts d'innovation des entreprises marocaines qui réussissent à marquer le public. L'édition 2010 a mis en compétition soixante entreprises de divers

secteurs d'activités. Ces entreprises ont été passées au crible selon de nombreux critères de sélection, tels le degré d'innovation, la politique marketing de la marque, l'évolution, la performance ou la qualité du produit. L'ancien ministre du tourisme et président du jury Adil Douiri n'a pas manqué de souligner l'objectif de cet événement qui est «*d'encourager les entreprises marocaines à être ambitieuses, à croître et à développer leur expertise en gestion de marque*».

Réalisé auprès d'un échantillon de 1.200 personnes représentatif de la population nationale, quatre entreprises ont été primées en plus du Trophée du public décerné à 2M: Inwi pour le Trophée de la marque de *services*, Kitéa pour celui de la marque de *commerce et distribution*, Jaouda pour le Trophée de la marque de *fabrique* et Amoud pour le Trophée de la marque *émergente*. Le directeur général de 2M s'est, quant à lui, dit honoré de ce prix, en déclarant que «*2M est une marque au service des autres marques*».





## BRAND UP

**OMD** The World's and Middle East's Most Awarded Media Agency  
www.omb.com

### >> Morocco Awards

## le public aime 2M...

La deuxième édition des Morocco Awards a permis de distinguer quatre marques marocaines parmi les 60 candidates en lice cette année.

**R**endez-vous très attendu des marques marocaines, les Morocco Awards, permettent chaque année de récompenser les entreprises les plus innovantes de quatre secteurs d'activité. Pour sa deuxième édition du 17 décembre dernier, 60 marques candidates étaient en lice, évaluées par un jury constitué de professionnels du monde de l'entreprise et de la communication. Ce sont ainsi Mounia Boucetta, Secrétaire Général du ministère de l'Industrie, Hakim Marrakchi, Vice-Président de la CGEM, Gérald Porcario, Directeur Marketing de Renault Maroc et Sophia Jalal, Présidente du GAM, qui ont passé au crible les performances des marques candidates en matière d'innovation, de marketing et de qualité. Les Morocco Awards 2010 ont ainsi distingué Inwi (Service), Kitea (Commerce et Distribution), Jaouda (Fabrique) et Amoud (marque émergente). Grâce à un sondage d'opinion, les Morocco Awards ont également permis de remettre le Trophée du Public à 2M. Selon ce même sondage, 2M était suivie par les marques Mobililia et Koutoubia, visiblement appréciées par les consommateurs marocains. ● C.F



Les 4 trophées des awards.

## FEMINA

Janvier 2011



## FEMINA

### Diamantine primée aux Morocco Awards



Le 17 décembre 2010 se sont tenus "Les Morocco Awards Les marques à l'Honneur": une manifestation organisée par le Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies en collaboration avec l'Office Marocain de Propriété Industrielle et Commerciale (OMPIC) pour encourager l'innovation et la créativité au sein du tissu économique marocain, récompenser les efforts déployés par les entreprises marocaines et faire la promotion des marques marocaines.

À cette occasion, Diamantine, l'ère enseigne de prêt-à-porter traditionnel modernisé, s'est vue décerner un des 5 trophées attribués, parmi 16 candidats au total dans la catégorie « Commerce & Distribution ».



## ÉVÈNEMENT

### Morocco Awards

# L'agroalimentaire une nouvelle fois à l'honneur !

Pour sa deuxième édition, l'événement « Morocco Awards » a récompensé 5 marques marocaines, dont deux marques alimentaires. Jaouda succède en effet à Aïcha, lauréate 2009, pour le Trophée de la Marque de Fabrique, et Amoud décroche le Trophée de la Marque Innovante. Retour sur la cérémonie du 17 décembre dernier.

Florence CLAIR

**O**rganisée par le Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies (MCINET) et l'Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale (OMPIC), la soirée de gala s'est déroulée en présence du Ministre Ahmed Rida Chami et s'est ouverte par une rétrospective vidéo, dans laquelle les lauréats de la première édition ont témoigné sur l'importance et le rôle de la marque. Mardochée Devion, PDG des Conserves de Meknès - Aïcha, Trophée de la Marque de Fabrique en 2009, a ainsi évoqué « l'importance de jouer sur la marocanité et de montrer que nous sommes capables de faire aussi bien que des marques importées. » Rappelons que les Morocco Awards ont pour objectif de récompenser les marques marocaines les plus innovantes et dynamiques. Pour cette seconde édition, 60 marques s'étaient portées candidates. Le jury était présidé par Adil Douiri, ancien Ministre du Tourisme et actuel Président de Mutamad, fonds d'investissement. Dans son allocution à l'assemblée, ce dernier a expliqué que « le développement des marques fait vraiment à cœur », et qu'il était important de passer de « savoir produire » au « savoir vendre ». Composée également de Mounia Boucetta, Secrétaire Générale du MCINET, Hakim Marrakchi, Vice-Président de la CGIEM et Directeur Général de Maghreb Industries, Sophia Jalal, Présidente du Groupement des Annonceurs Marocains et Directeur Nestlé Nutrition Maghreb, et enfin Océrald Porcario, Directeur Marketing Renault Maroc, le jury a décerné quatre trophées, dont deux à des marques alimentaires :

- Marque de Fabrique : Jaouda,
- Marque de Service : Irwi,
- Marque de Commerce : Kitea,
- Marque Innovante : Amoud.

Enfin, un Trophée du Public a été décerné à 2M, arrivé en première position d'un sondage réalisé auprès de quelques 1.200 personnes par le cabinet DS Marketing.

#### Les marques alimentaires en forme

Amoud a donc remporté le nouveau trophée mis en place cette année pour récompenser la marque ayant le mieux contribué au développement, à la notoriété et à la réputation de l'entreprise. M'ammed Aklime, son fondateur, estime que ce trophée récompense « 30 années de travail d'une bonne équipe. Si nous faisons de bonnes choses c'est grâce à eux, ils aiment leur métier et je suis très fier d'eux. » Ce prix vient également insister sur le caractère innovant de cette marque, qui a pour politique de toujours surprendre le client. « Ce trophée signifie aussi que l'on peut être bon au Maroc. Les franchises sont les bienvenues, elles



\* Mounia Boucetta, Secrétaire Générale du MCINET ; Hakim Marrakchi, Vice-Président de la CGIEM et Directeur Général de Maghreb Industries ; Sophia Jalal, Présidente du Groupement des Annonceurs Marocains et Directeur Nestlé Nutrition Maghreb ; Océrald Porcario, Directeur Marketing Renault Maroc ; Adil Douiri, ancien Ministre du Tourisme et actuel Président de Mutamad, fonds d'investissement.

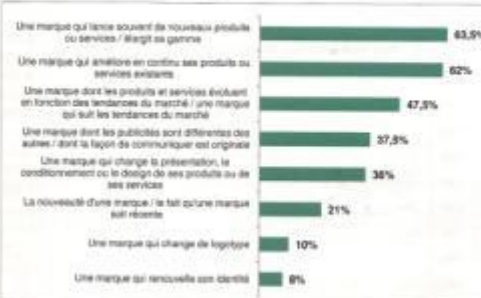
© 2011 FOOD MAGAZINE - N° 33 - Du 15 Juin au 15 Nov. 2011 - 34



### Enquête sur la perception d'une marque innovante

A l'occasion du sondage réalisé pour le Trophée du Public, DS Marketing a mené une étude quantitative sur la perception d'une marque innovante auprès de 1.203 personnes représentatives de la population marocaine et vivant en milieu urbain et péri-urbain. Pour la majorité des sondés, une marque innovante est une marque qui lance souvent de nouveaux produits ou services, ou améliore en continu ses produits existants. Par contre, changer son logo, son identité visuelle ou le simple fait d'être récente ne constituent pas ou peu des critères d'innovation pour les personnes interrogées.

### Pour les interviewés une marque qui innove est... (choix de 3 aspects parmi les 6 proposés)



Source : DS Marketing

peuvent relever le niveau, mais nous n'avons peur de personne. Nous sommes là depuis 30 ans et pour encore longtemps », conclut M. Akhine. Preuve du dynamisme du secteur agro-alimentaire, soulignons que quatre des cinq finalistes du Trophée de la marque de Fabrique étaient des marques alimentaires : Dari, Kostobia, Margafrique, et bien sûr le lauréat Jaouda. « Nous sommes très contents d'avoir obtenu cette récompense. C'est le résultat de tout un travail d'équipe. Nous avons la chance d'avoir un président qui est un grand visionnaire et je pense que c'est grâce à lui que la marque Jaouda en est arrivée là aujourd'hui », témoigne le soir même Taoufik Kadi Hassani, Directeur des Développements chez Copag.



« Mohamed Akhine, président de Anasol, recevant le Trophée de la Marque Innovante des mains du designer Richard Leblond »

Quant aux nominés, à défaut de victoire, ils restent très fiers de faire partie de la short-list et d'avoir reçu un prix. Ainsi, chez Dari, « ce prix récompense l'effort de toutes les équipes de Dari et nous souhaitons qu'il nous encourage davantage à relever de nouveaux défis. Le titre Morocco Awards est une marque en soi et nous allons communiquer sur ce prix, aussi bien au Maroc qu'à l'étranger », explique Hassan Khalil, Directeur Géné-

ral Adjoint. « Cette distinction récompense aussi beaucoup d'efforts d'innovation et d'adaptation de notre offre de produits à certains marchés », précise de son côté Amine Khalil, Directeur du développement. Enfin, pour Abdelmoumin El Eulj, Directeur Général de Margafrique, « cela nous encourage à mixer argumenter nos savoir-faire pour être primé la prochaine fois. » Rendez-vous donc l'année prochaine !

### Propriété industrielle : séminaire et conventions

Précédant la soirée de gala des Morocco Awards, un séminaire international sur « la propriété industrielle au service du développement socio-économique » avait été organisé par le MCINET et l'OMPIC, avec des interventions d'experts internationaux en la matière, notamment Mme Wang Bingting, Vice-Directrice Générale de l'OMPI (Organisation Mondiale de la Propriété Industrielle). Ce séminaire a été clôturé par Ahmed Réda Chami, qui a rappelé « l'ambition d'engager le Maroc dans une culture d'innovation » et procédé à la signature d'un accord entre le Royaume et l'OEB (Organisation Européenne des Brevets), relatif à la validation des brevets européens. L'OMPIC, représenté par son Directeur Général Adil El Maliki, a également signé deux accords avec l'OEB et une convention



« Le Ministre Ahmed Réda Chami et M. Battistelli, Président de l'OEB »

de jumelage avec les Instituts Nationaux de la Propriété Industrielle français et portugais. Le Président de l'OEB, Benoît Battistelli, a souligné que cette signature avec un pays hors UE était une première pour son organisation et rappelé que « la propriété industrielle n'est pas réservée aux pays développés, mais sert à avoir un avantage comparatif par rapport aux concurrents. »

25 Janvier 2011

**Site Internet « Aujourd'hui Le Maroc » le 25 janvier 2011**

**Télex : Inwi fête le «Morocco Awards» avec 3,5 millions de clients**



**Après seulement 10 mois d'existence au cours desquels il a gagné la confiance de 3,5 millions de clients, Inwi a remporté le Trophée «Morocco Awards» pour la «meilleure Marque de Services», selon un communiqué de presse.**

«C'est un honneur pour Inwi, une marque marocaine, jeune et résolument innovante ainsi qu'une reconnaissance du respect de nos engagements à l'égard du consommateur marocain». C'est en ces termes que Frédéric Debord, directeur général de Inwi, a qualifié la distinction reçue par l'opérateur de télécommunications. Sous les chaleureux applaudissements de l'assistance, Frédéric Debord a reçu le Trophée des mains de Ahmed Réda Chami, ministre de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles technologies lors de la cérémonie organisée à cette occasion, vendredi 17 décembre à Casablanca.



## La Tribune du G.A.M.



### Editorial

Innovation, politique marketing, performance, qualité... La crédibilité d'une marque est la combinaison de toutes ces stratégies qui la rendront unique. C'est avec énergie et détermination que le G.A.M. s'est engagé dans cette 2<sup>ème</sup> édition des "Morocco Awards" le 17 décembre dernier, qui mettait en compétition plusieurs de nos adhérents. Parmi 60 entreprises marocaines candidates, le jury constitué de professionnels a distingué cinq marques : inwi, Jaouda, Amoud, KITEA et 2M. Grâce à une plus large couverture médiatique, les marques primées

par les "Morocco Awards" ont pu bénéficier d'une image forte et positive auprès des professionnels et du public, juste récompense des efforts qu'ils ont déployés durant toute l'année pour accroître et développer la notoriété de leur marque. Un succès qui met en avant les performances et les ambitions de nos entreprises marocaines, qu'il convient de pérenniser.

Sophia Jalal, Présidente du G.A.M.



## Morocco Awards : la parole aux vainqueurs

Quelles sont les raisons qui vous ont incités à participer à cette édition des Morocco Awards ?

**Inwi :** Un tel événement représente un intérêt indéniable pour une marque marocaine, jeune et résolument innovante comme inwi. Après seulement 10 mois d'existence, c'est la reconnaissance solennelle des efforts de nos équipes en termes d'innovation, de stratégie et de politique de communication.

**Jaouda :** Actuellement, nous bénéficions d'un niveau de notoriété honorable grâce à la diversification de l'offre et à la qualité des produits. Grâce à nos consommateurs, nous sommes leader sur les nectars frais et

Quels sont pour vous les retombées et bénéfices du prix que vous avez remporté ?

**Inwi :** Cette distinction témoigne du respect de nos engagements à l'égard de nos clients. Elle ne manquera pas de renforcer la confiance et de favoriser la préférence à l'égard de la marque. Nous dédions ce prix à tous nos clients.

**Jaouda :** Ce trophée a été un facteur de motivation pour nos équipes. De plus, notre marque gagne en notoriété, ce qui nous permet de conquérir la confiance de nouveaux consommateurs.

**Amoud :** Être le 1<sup>er</sup> gagnant de la nouveauté de cette édition, à savoir le



sur les produits laitiers frais, nous voulions soumettre notre marque à un jury de professionnels.

**Amoud :** La crédibilité apportée par l'événement, organisé par le Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies et l'OMPIC, a été notre principale motivation. De plus, concourir aux côtés de 59 entreprises était l'opportunité de nous distinguer en tant que marque émergente.

**2M :** Cette compétition est une excellente opportunité pour évaluer notre image et notre marque par le prestigieux jury des Morocco Awards. Il est important pour nous d'être à l'écoute du public et des professionnels.

**KITEA :** L'évaluation d'un jury permet de confirmer ou d'adapter sa stratégie grâce à des critères définis. C'est un jugement réel, établi par des professionnels qualifiés. En tant que marque pionnière sur son secteur, c'est tout naturellement que KITEA a proposé sa candidature.

Le trophée de l'innovation, est une reconnaissance des efforts de la marque AMOUD, qui ne cesse d'innover et de perfectionner son savoir-faire, mais surtout c'est une image positive qui est relayée par les médias qui ont suivi l'événement. Un abonnement annuel gratuit nous a été attribué au sein du G.A.M. et la radio ASWAT nous a offert un espace publicitaire à hauteur de 150 000 DH.

**2M :** Cette distinction est le couronnement du travail de l'ensemble du personnel. En interne, cela suscite la fierté et la motivation pour progresser. Ce prix est aussi un message rassurant pour nos partenaires annonceurs.

**KITEA :** Ce prix récompense les efforts déployés par KITEA depuis sa création. C'est une fierté pour tous nos collaborateurs. KITEA a en outre reçu le "Trophée de la Logistique 2010" décerné par LOGIMA, le prix "Superbrands" en 2005 et le Trophée de la Franchise Méditerranéenne, au salon BNF 2005 à Barcelone.

Freemagazine

## La parole aux organisateurs

**AHMED REDA CHAMI, MINISTRE DE L'INDUSTRIE, DU COMMERCE ET DES NOUVELLES TECHNOLOGIES :**

"L'édition 2010 des Morocco Awards a été un franc succès et a tenu toutes ses promesses. Il y a lieu de se féliciter à ce titre du nombre de marques candidates, qui confirme l'intérêt porté par les entreprises marocaines pour prendre part à cet événement et ce, dans différents secteurs. Il convient également de saluer le jury de haut niveau, composé de personnalités de renom issues du monde de l'entreprise et de la commu-

nication, et qui a eu un rôle déterminant pour asseoir des bases crédibles et objectives de sélection. Enfin, cette année a été marquée par le lancement du prix de la marque innovante, qui vise à primer des concepts émergents ou en développement."

**M. ADIL EL MALIKI, D.G DE L'OMPIC :**

"Le bilan qu'on peut tirer des Morocco Awards est très positif. Ce succès reflète clairement une prise de conscience des entreprises marocaines de l'importance de la protection de la propriété industrielle en général et celle des marques en particulier, et ce dans tous les secteurs d'activités. Pour plus d'informations, je vous invite à consulter le site web : [www.morocco-awards.com](http://www.morocco-awards.com)."

**Annonceurs, cette page est la vôtre !**

Vous souhaitez suggérer un sujet utile à notre secteur ?  
Contactez le G.A.M.

Email : [gamexadam@gmail.com](mailto:gamexadam@gmail.com)

**Nous contacter**

23, rue Jean Jaurès - Quartier Gauthier - 20 000 Casablanca  
Tél. : 05 22 26 98 39 / 05 22 27 78 22  
Fax : 05 22 20 34 41



# Revue de presse

## Annonce Presse Lauréats Morocco Awards 2010

 إشعاع العلامات  
**MOROCCO AWARDS**  
LES MARQUES À L'HONNEUR

Royaume du Maroc  
Ministère de l'Industrie,  
du Commerce et des  
Nouvelles Technologies 

**LES ORGANISATEURS ET  
LES EAUX MINÉRALES D'OULMES, PARTENAIRE OFFICIEL,  
FÉLICITENT LES LAURÉATS DE LA 2<sup>ÈME</sup> ÉDITION  
DES MOROCCO AWARDS**

	TROPHÉE DE LA MARQUE DE SERVICE
	TROPHÉE DE LA MARQUE DE FABRIQUE
	TROPHÉE DE LA MARQUE DE COMMERCE ET DE DISTRIBUTION
	TROPHÉE DE LA MARQUE INNOVANTE
	TROPHÉE DU PUBLIC

**RENDEZ-VOUS EN 2011 POUR LA 3<sup>ÈME</sup> ÉDITION !**

PARTENAIRE OFFICIEL DES MOROCCO AWARDS 

SPONSOR GOLD   

SPONSOR SILVER 

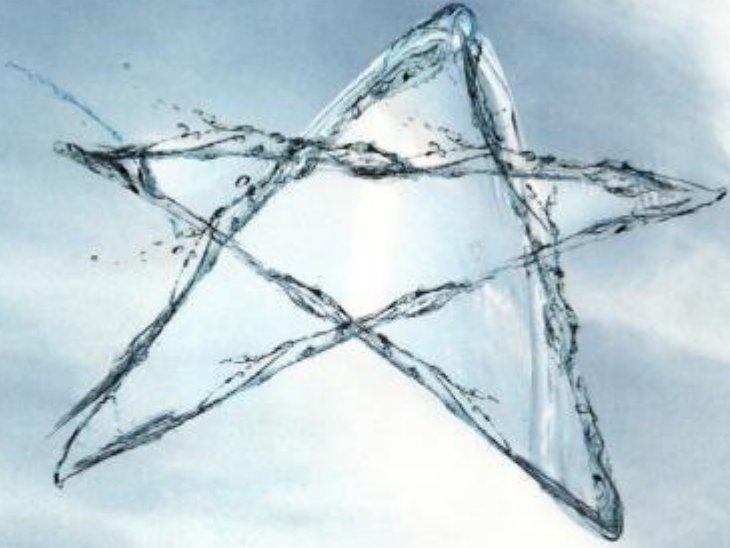
AVEC LE CONTRAITE DE  

PARTENAIRE MEDIA  


# Revue de presse


Annonce presse des  
EAUX MINÉRALES  
D'OULMES  
Partenaire officiel  
des Morocco Awards

Une grande marque marocaine  
pour un événement marquant.



Cette année encore, Sidi Ali marque son goût pour l'excellence en réitérant son engagement en tant que partenaire officiel des Morocco Awards.  
Sidi Ali, en participant à ce grand événement et par son statut de LOVE BRAND encourage et récompense ainsi toutes les initiatives en faveur de marques marocaines dynamiques, performantes et innovantes.  
Sidi Ali, la marque de l'excellence.



 إشباع العلامات  
MOROCCO AWARDS  
LES MARQUES À L'HONNEUR

Partenaire officiel des Morocco Awards.

# Revue de presse

## Annonce presse 2M



ISALITA  
COMPTON

**2M, élue marque préférée**  
des Marocains aux Morocco Awards 2010

www.2m.ma

Si 2M a remporté le prix du public aux Morocco Awards, c'est d'abord grâce à vous. Votre attachement à notre marque est une motivation supplémentaire pour les équipes de 2M, pour continuer à vous offrir des programmes de qualité et faire honneur à cette distinction.

**2M**   
Nous rassemble

The image is a press announcement for the 2M television channel. It features a woman smiling and leaning forward, with her hands clasped. Below her is a group of diverse people, including children and adults, smiling and huddled together. The background is a gradient of purple and blue. The text is in French and Arabic, celebrating the channel's win at the Morocco Awards 2010. The 2M logo and slogan 'Nous rassemble' are at the bottom.

# Revue de presse

## Annonce presse INWI



et le gagnant est...

# VOUS



Grâce à la confiance de ses 3,5 millions de clients, **inwi** remporte le trophée Morocco Awards 2010 de la marque de services

En nommant **inwi** meilleure marque de services de l'année 2010, le jury des Morocco Awards récompense le premier opérateur à vous offrir, sans abonnement, de l'internet et Windows Live™ Messenger sur mobile sans abonnement et du BlackBerry™ sans abonnement. Une distinction qui consacre les efforts de tous ceux qui, chaque jour et depuis la naissance **inwi**, sont à votre écoute pour vous offrir des produits et services innovants qui répondent à vos besoins afin que le gagnant, ce soit vous.

**inwi**<sup>TM</sup>  
والآن... مُمكن

[www.inwi.ma](http://www.inwi.ma)

# Revue de presse

## Annonce presse KITEA



**SACRÉE MARQUE DE L'ANNÉE**



**KITEA consacrée marque de l'année par les Morocco Awards 2010 dans la catégorie Commerce et Distribution.**

Une reconnaissance qui vient récompenser la stratégie ambitieuse et les efforts continus déployés par la marque depuis sa création en 1992.

4 concepts de magasins, 50 points de vente, 50.000 m<sup>2</sup> d'exposition répartis dans 17 villes du Royaume... KITEA affirme au quotidien sa mission de démocratisation du meuble et son ambition d'être au coeur de la vie des marocains.

**De tout coeur, merci à tous ceux qui nous font confiance !**

[www.kitea.ma](http://www.kitea.ma)

Organisé par le Ministère de l'Industrie, du Commerce et des nouvelles Technologies en association avec l'Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale (OMPIC)

# Revue de presse

## Annonce presse KITEA

**Le groupe :**



**Vous souhaitez une bonne année**



**KITEA** consacrée marque de l'année par les Morocco Awards 2010  
*Catégorie Commerce et Distribution*



## Annonce Presse AMOUD

### **Amoud : Remporte le 1<sup>er</sup> Trophée de la Marque Innovante aux Morocco Awards 2010.**

En remportant le 1<sup>er</sup> trophée de la marque innovante aux Morocco Awards 2010, Amoud s'illustre encore une fois et se positionne en fer de lance des métiers de bouche au Maroc.

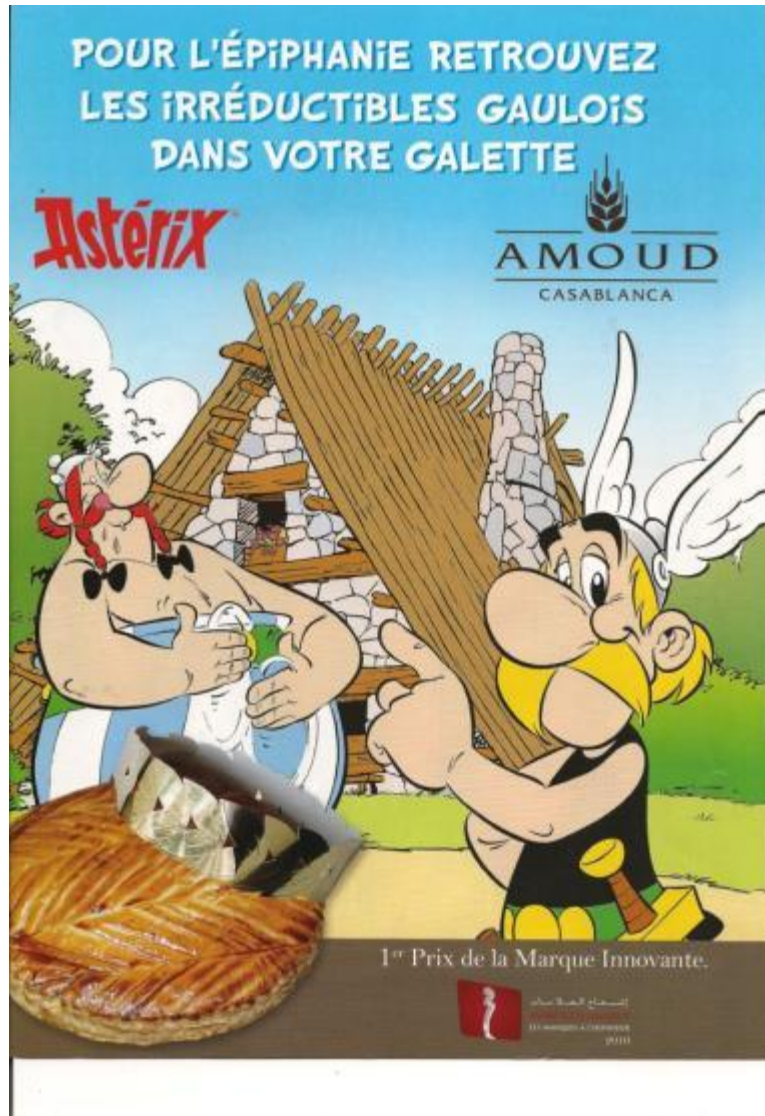
Créé en 1982, Amoud n'a eu de cesse d'être le garant de la tradition marocaine tout en faisant de l'innovation de ses produits et de ses services une priorité.

Le trophée de la marque «Innovante», décerné en présence de M. Ahmed Réda Chami, ministre de l'Industrie, du commerce et des nouvelles technologies, vient saluer et récompenser ces 28 années de «success story» au service de ses clients.

C'est tout naturellement qu'Amoud leur dédie ce trophée; Car sans eux, rien n'aurait été possible !



# Revue de presse



Annonce Presse AMOUD



# Revue de presse



التلفزيون المغربية

Diffusion d'un reportage dans le grand journal en langue française et arabe

Diffusion d'un reportage dans les news de 20H45



Passages dans les flashes info sur :





إشعاع العلامات  
MOROCCO AWARDS  
LES MARQUES À L'HONNEUR

Revue de presse  
Conférence 23 Novembre 2010 – Casablanca  
*« Annonce des candidats et du Président du Jury »*

## Morocco Awards

# Les médias et métiers de bouche en force

• 59 candidats en lice pour cette 2e édition

• 70% des entreprises ont renouvelé leur candidature

**C'**EST finalement le 17 décembre prochain qu'aura lieu à Casablanca la cérémonie de remise des trophées de la 2e édition du Morocco Awards. L'évènement coïncidera avec l'organisation d'un colloque international qui verra la présence d'importantes délégations étrangères. En marge de ce rendez-vous, «différentes conventions seront paraphées avec un certain nombre d'organismes européens. Elles porteront essentiellement sur le renforcement de la propriété industrielle et de l'expérience étrangère en la matière», annonce Adil El Maliki, directeur général de l'Ompic. Le jury sera présidé par Adil Douiri, président du fonds d'investissement Mutandis et cofondateur de CFG Group. Autre membre: Mounia Boucetta, secrétaire générale du ministère du Commerce,

de l'Industrie et des Nouvelles technologies, Sophia Jalal, directrice développement à Nestlé, Hakim Marrakchi, DG de Maghreb Industries, et Gerard Porcario, directeur marketing chez Renault Maroc.

Leur mission ne sera pas aisée, puisque la plupart des marques jouissent déjà d'une forte notoriété sur le marché national. La notation se fera sur la base d'un ensemble de critères. Ils portent essentiellement sur la politique d'innovation, la qualité du produit, la politique marketing, les indicateurs de l'entreprise ainsi que l'engagement citoyen de la marque. Cependant, les participants sollicitent un entretien direct avec le jury afin de défendre leurs candidatures, arguments et chiffres à l'appui. Une soixantaine d'entreprises sont déjà en lice, dont 70% ont renouvelé leur candidature. Elles sont répertoriées de manière égale dans 3 catégories (commerce et distribution, fabrique et service).

La particularité de cette édition réside dans la participation de nombreux médias (Chada FM, 2M, Hit Radio...) et des métiers de bouche (Citruma, Copag, Dari Couspate...). «La sauvegarde et la sur-

vie d'une grande partie du tissu industriel passent par la construction de marque. Le temps est venu pour les entreprises maro-

caines de commencer à construire des relations directes avec leurs clients et avec le consommateur final», affirme Douiri. Un critère que doit prendre en compte l'industrie textile pour ne pas rester prisonnière des seuls donneurs d'ordre internationaux.

Les 5 prix du Morocco Awards récompenseront les meilleures marques de fabrique, de service et de commerce. Un prix spécial «Public» sera également décerné au candidat qui est retenu suite à un sondage d'opinion sur la marque préférée des Marocains (près de 1.200 personnes sondées). Le 5e prix récompensera les marques qui apportent une réelle valeur ajoutée à l'entreprise. Les primés auront l'occasion de passer une journée à Procter & Gamble (P&G) et échanger avec l'équipe marketing.

Pour rappel, la 1re édition a vu la participation de 67 marques. Le trophée de la marque commerce et distribution a été décroché par Marwa (prêt-à porter et accessoires pour femmes). BMCE s'est vu décerner le trophée de la marque de service, Aïcha celui de la marque de fabrique et Méditel celui du public. □



«La sauvegarde et la survie d'une grande partie du tissu industriel passent par la construction de la marques», estime Adil Douiri, président du jury Morocco Awards (P. Moutil)

Mohamed AZMANI

25 Nov. 2010

### Ces marques qui se démarquent

● **Morocco Awards.** 59 marques marocaines sont en compétition pour l'édition 2010 ● Le jury, présidé par Adil Douiri, décernera les trophées le 17 décembre prochain



La nouveauté cette année, c'est la participation d'entreprises de presse.

PHOTO: OMI

PAR **ABOUBACAR Y. BARMA**

Sur les 60 marques qui ont postulé cette année dans les différentes catégories de la compétition «Morocco Awards», qui primera les meilleures marques marocaines, l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC) en a sélectionné 59 candidatures dont 30% de finalistes malheureux de la précédente édition. C'est parmi ces derniers que seront sacrées cinq marques, en fonction des différentes catégories, qui décrocheront les trophées de la deuxième édition de l'évènement. Le jury, présidé cette année par l'ancien ministre du Tourisme et de l'artisanat et actuel directeur général du fonds d'investissement Mutandis, Adil Douiri,

distinguera les marques leaders selon des critères d'évaluation préalablement définis dans les catégories fabrique où concourent 21 marques, commerce et distribution avec 20 prétendants et les marques de services avec 18 candidatures. Le prix de l'innovation et celui du public seront également décernés lors de l'épreuve finale qui se tiendra le 17 décembre prochain à Casablanca. Cette année, la nouveauté est la forte présence des médias dans la catégorie services. Profitant de la cérémonie de présentation des marques candidates, Adil Douiri a tenu à justifier la pertinence d'un tel évènement car, a-t-il souligné, «il est grand temps pour nos entreprises marocaines de s'adresser directement à leurs clients qui sont les consommateurs des produits et services».

Pour le professionnel qu'il est, il a également ajouté que la sauvegarde du tissu industriel marocain passe en grande partie par la construction et le développement de nos marques, d'où la nécessité pour les entreprises nationales de développer des relations directes avec les clients. À ce titre, il s'est servi du contre-exemple que fournit le secteur des textiles, qui manque jusque-là de repères comme le confirme d'ailleurs, à juste titre, l'absence de marque représentative du secteur dans cette compétition malgré son importance dans le tissu industriel marocain. La secrétaire générale du ministère de l'Industrie, du commerce et des nouvelles technologies, Mounia Boucetta, qui présidait la cérémonie, a pour sa part indiqué que la marque, plus qu'un attribut de marketing, est un signe vivant puisqu'elle motive le choix des consommateurs. C'est pourquoi l'objectif fixé aux «Morocco Awards» est de promouvoir l'émergence de marques leaders marocaines, mais aussi d'encourager l'innovation et la créativité au sein des entreprises marocaines pour les aider à mieux se positionner au niveau international. Le directeur général de l'Ompic, Adil El Maliki, a indiqué à ce niveau que plusieurs conventions seront d'ailleurs signées en marge de l'évènement, avec des organismes européens afin d'intégrer le système marocain de propriété industrielle au système européen conformément aux dispositions du statut avancé signé entre le Maroc et l'Union européenne.

# Revue de presse

Les Echos

26 Nov. 2010



## **THE RIGHT MAN ...**

La présidence des Morcco Awards confiée à Adil Douiri est un signal fort. L'Homme est réputé pour son flair de « bonnes affaires »

# Revue de presse



25 Nov. 2010

Marques marocaines

## Adil Douiri préside le jury du Morocco Awards

Le compte à rebours du Morocco Awards est bel et bien déclenché. Un jury d'éminentes personnalités du monde économique désignera les lauréats de cette 2ème édition parmi 60 entreprises candidates.

Kawtar Tali  
ktali@aujourd'hui.ma

**A**dil Douiri, ancien ministre du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Economie sociale et actuel président du Fonds d'investissement Mutandis, a été choisi pour présider le jury de la deuxième édition du Morocco Awards. La consécration des marques marocaines sera célébrée cette année, vendredi 17 décembre 2010, à Casablanca, sous la supervision d'une commission de jury constituée, entre autres, de Mounia Boucetta, directrice du commerce intérieur, Hakim Marrakchi, vice-président de la CGEM et directeur général de Maghreb Industrie, Sophia Jalal, présidente du GAM, et Gérard Procaro, directeur marketing de Renault Maroc. *«J'ai une profonde conviction que l'accès à la marque fait passer l'entreprise d'un stade primaire à un stade plus évolué. Le temps est venu pour les entreprises nationales de construire des relations directes avec leurs clientèles basées*

développement à l'export, l'engagement citoyen de la marque ainsi que le dossier de présentation de la candidature. Rappelons que les premiers lauréats des Morocco Awards sont Aicha, Marwa, BMCE Bank et Méditel. Ces entreprises ont remporté respectivement les trophées de la marque de fabrique, la marque de commerce et de distribution, la marque de service et le trophée du public. ■



Adil Douiri.



www.centralelaitiere.com

### Direct News

E-Letter de Centrale Laitière N°18 Nov. 2010

#### EDITO

L'engagement historique de Centrale Laitière envers l'enfance s'incarne, au quotidien, dans la production de produits laitiers savoureux et enrichis en bons nutriments, alliés essentiels d'une bonne

#### ACTUALITES

##### CENTRALE LAITIÈRE CÉLÈBRE LA JOURNÉE DE L'ENFANCE

A l'occasion de la journée internationale des droits de l'enfant, célébrée le 20 Novembre, Centre Laitière réitère son engagement envers l'enfance en marquant le rendez-vous auprès de ses jeunes consommateurs.

« De tes aliments tu feras la médecine », Hippocrate

# Revue de presse



pour les entreprises marocaines de consolider des relations directes avec leurs clientèles basées sur l'innovation et la créativité», a souligné Adil Douiri, lors d'une conférence de presse tenue à cet égard, mardi 23 novembre 2010, à Casablanca. Et de poursuivre que «la promotion de la marque marocaine est un effort national que nous devons tous mener». Initiée par le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nou-

**La soirée du 17 décembre connaîtra également la remise du «trophée du public» destiné à primer la marque la plus appréciée par les consommateurs.**

velles technologies et l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC), cette compétition vise essentiellement à promouvoir la propriété industrielle sur le plan national. Elles sont au total 60 entités à mener la course à travers trois catégories, à savoir commerce et distribution, fabrique et services. Pour cette deuxième édition, la nouveauté a son mot à dire. Le comité de jury décernera pour la première fois le «prix de la marque innovante». «Ce prix a une forte valeur ajoutée dans la mesure où il récompense les marques émergentes», a déclaré Adil El Malki, directeur général de l'OMPIC. De même, la soirée du 17 décembre connaîtra également la remise du «trophée du public» destiné à primer la marque la plus appréciée par les consommateurs. Ce prix est attribué suite à un sondage d'opinion à partir de la liste des marques candidates. S'agissant de l'évaluation, la notation des candidatures se fait autour de la politique d'innovation de la marque, le produit et sa qualité, la politique marketing, les indicateurs de l'entreprise et son

essentiels d'une bonne croissance.

L'implication de l'entreprise en faveur d'une bonne nutrition chez les petits se traduit également dans la vulgarisation de bons principes nutritifs auprès du plus grand nombre. L'opération *Shati Fi Taghdiyati* est, à cet égard, le meilleur exemple de cet engagement visant à diffuser les bons principes nutritionnels à tous les jeunes écoliers du Royaume.

A l'occasion de la Journée Internationale des Droits de l'Enfant, Centrale Laitière célèbre le droit essentiel pour les enfants d'accéder à une alimentation équilibrée, et son nécessaire corollaire, le droit des enfants à concilier le fait de bien grandir et de se divertir!

Contact:  
Meriem ALAOUI  
Corporate Communication &  
Public Relation Manager  
Tel : 05 29 08 98 96

Dans un contexte national marqué par de lourdes carences nutritionnelles, Centrale Laitière, mobilisée par ce sujet de santé publique, met sur le marché des produits nutritifs et enrichis en vitamines afin de mettre à la disposition de générations d'enfants qu'elle accompagne les produits qui, consommés sur une base régulière et dans le cadre d'une alimentation équilibrée, favorisent un bon développement.

Les carences alimentaires, état des lieux:

	Carence	Conséquences
Vitamine A	Plus de 40% des enfants de moins de 5 ans	Troubles oculaires et retard de croissance
Fer	35% de la population	Faible capacité immunitaire et retard de croissance
Calcium	24% de la population	Altération du capital osseux et risque d'ostéoporose

Source: GANI - Statistique 2006

Par delà son engagement structurel envers l'enfance qui fait de Centrale Laitière le premier acteur sur le marché en terme de qualité, de prix et d'accessibilité de ses produits, l'entreprise a tenu à accompagner la journée internationale des droits de l'enfant avec une prise de parole dédiée.

Une journée qui célèbre le droit de l'enfance marque, d'une part, le droit essentiel à accéder à une bonne alimentation mais aussi le droit, tout aussi indispensable, et qui y est lié, de grandir tout en s'amusant. Dans ce cadre, Centrale Laitière a célébré la journée auprès des enfants de ses collaborateurs en mettant en place des ateliers (trè)créatifs de recyclage de packaging produit et partage, par le biais d'une campagne de communication presse démarant le 22 Novembre, les meilleures réalisations, issues de la créativité des enfants.

Vive l'enfance!



### RECONNAISSANCE

## Soixante marques en lice lors des «Morocco Awards»

**Un «Prix de la Marque Innovante» récompensera la marque ayant apporté une réelle valeur ajoutée à l'entreprise pour primer les labels émergents.**

Le compte à rebours commence déjà pour les prétendants aux trophées «Morocco Awards 2010». Pas moins de soixante marques marocaines sont en lice cette année dans la course aux trophées qui récompensent les marques les plus performantes à l'échelle nationale en matière de diversification de l'offre, d'innovation et de qualité des services et des produits. Les détails de cette deuxième édition viennent d'être dévoilés au cours d'une conférence de presse des organisateurs notamment le ministère de l'Industrie du Commerce et des Nouvelles Technologies, et l'Ompic. On sait désormais que les heureux élus seront connus le 17 décembre prochain lors de la cérémonie de remise des Trophées programmée à Casablanca. La métropole accueille ainsi l'événement qui a eu lieu l'année dernière à Tanger pour la première édition.

Les organisateurs annoncent cette année une nouveauté. Le Jury décernera au cours de cette 2e édition le «Prix de la Marque Innovante». Un nouveau Prix qui récompense l'enseigne qui aura apporté une réelle valeur ajoutée à l'entreprise quelle que soit la taille de celle-ci dans le but de primer notamment les marques émergentes. Par ailleurs, les consommateurs pourront également élire leur candidat. Le «Trophée du Public» récompensera la marque la plus appréciée par les consommateurs au cours de la soirée de gala. Le choix se fera suite à un sondage d'opinions à partir de la liste des marques ayant déposé leur candidature.

Dans les autres catégories, c'est le jury qui va trancher en étudiant le parcours des différentes marques retenues. Ce dernier sera composé de plusieurs personnalités issues de la sphère économique qui auront pour principale mission de choisir les meilleurs dossiers et désigner ainsi les lauréats 2010. Les organisateurs ont fait appel à l'occasion de cette deuxième édition à un nom connu dans le milieu de l'industrie et des finances pour présider le jury. Il s'agit de M. Adil Douiri, l'actuel président du Fonds d'investissement Mutandis. Lauréat des Ponts &

Chaussées en 1985, cet ancien ministre du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Economie Sociale, fut également le co-fondateur de la banque d'affaires Casablanca Finance Group devenu aujourd'hui CFG Group. Douiri succèdera à Nourredine Ayouch qui avait présidé l'an dernier à Tanger la première édition des «Morocco Awards».

Les délibérations programmées par les organisateurs permettront de choisir le nom du vainqueur de chaque catégorie (fabrique, commerce et service) qui sera révélé au cours d'un dîner de gala en présence de nombreux invités ainsi que d'importantes délégations étrangères. La notation des marques candidates se fera sur la base de plusieurs critères notamment la politique d'innovation de la marque, la politique marketing, les indicateurs de l'entreprise et son développement à l'export ainsi que son engagement citoyen. Dans la catégorie Commerce et Distribution, 20 marques sont en lice. La catégorie fabrique compte pour sa part 21 marques alors que la troisième catégorie réservée aux entreprises opérant dans le secteur des services, 18 enseignes sont en course aux trophées. ■

**Mohamed Badrane**



## Grande fête pour les marques marocaines

Du 26 Nov. Au 2 Déc. 2010

**COMPÉTITION** 59 marques marocaines concourent pour remporter les précieux trophées de Morocco Awards 2010. Les championnes seront connues le 17 décembre prochain.

Mohamed Zainabi

Cette année, les cinq trophées de Morocco Awards (dont le Groupe Maroc Soir est partenaire presse via Écoplus et Le Matin) sont convoités par 20 marques de commerce et de distribution, 21 marques de fabrique et 18 autres entreprises opérant dans les services. 29 parmi ces 59 marques étaient déjà de la partie l'année dernière. En se mettant dans la course encore cette année, elles confirment leur intérêt pour cette manifestation. Pour sélec-

### Nouveautés

Pour sa deuxième édition, Morocco Awards 2010 a ajouté aux quatre trophées décernés l'année dernière (trophées prévus pour les championnes des 3 catégories en lice et le prix du public), le « Prix de la Marque Innovante ». Les organisateurs veulent à travers cette nouvelle distinction récompenser « la marque qui apporte une réelle valeur ajoutée à l'entreprise quelle que soit la taille de celle-ci - et donc visant en particulier à récompenser les marques émergentes ». Cerise sur le gâteau, Procter & Gamble qui peine à accepter son éviction de la course, étant une marque internationale, a promis d'inviter les gagnants à passer une journée avec son service Marketing. La société compte aussi accorder une récompense particulière à l'un des vainqueurs.

tionner les marques championnes, le jury de Morocco Awards 2010 aura fort à faire. Son président, Adil Douiri sait sa tâche difficile. Ceci ne l'empêche pas de déclarer le plaisir qu'il ressent à participer à « cet effort national d'encouragement des marques nationales ». Pour bien accomplir sa mission, l'ex-ministre du Tourisme pourra compter sur l'aide de quatre jurés : Mounia Boucetta, secrétaire générale du ministère du Commerce, de l'Industrie et des nouvelles technologies ; Hakim Marrakchi, administrateur-directeur général de «Maghreb Industries» et vice-président de la CGEM en charge du pôle compétitivité et croissance ; Gérald Porcario, directeur marketing, depuis le 1er juillet dernier, de Renault Maroc et Sophia Jalal qui est madame développement de Nestlé nutrition Maghreb. Le résultat du travail de cette équipe ne sera dévoilé que, le vendredi 17 décembre, lors de la cérémonie vespérale de remise des trophées qui sera organisée à l'hôtel Golden Tulip Farah à Casablanca. Auparavant, le même jour, un colloque international est prévu à l'occasion. Il réunira, pour la 1ère fois au Maroc, des pays arabes et africains afin de débattre sur le droit des marques, annonce le directeur général de l'Office de la propriété industrielle et commerciale (Ompic). Cet établissement est co-organisateur de l'événement avec le ministère du Commerce, de l'Industrie et des nouvelles technologies. D'ailleurs, en marge de la deuxième édition de Morocco Awards, il est prévu que le ministre Ahmed Réda Chamî signe des conventions qui entrent dans le cadre du statut avancé accordé par l'UE au Maroc. Le côté festif n'a pas été oublié. Au contraire, une soirée de gala qui promet d'être bien animée devra clore l'événement. Au grand plaisir des 350 convives attendus. ➤



Les marques en compétition.

**Challenge**  
L'HEBDOMADAIRE MAROCAIN DES DÉCIDEURS

Du 26 nov. au 3 déc. 2010

SCANNER | ECONOMIE • BUSIN

## Morocco Awards

### **59 entreprises dans la course**

La deuxième édition de remise des trophées «Morocco Awards 2010» se tiendra le 17 décembre à Casablanca. Le président du jury de cette année sera Adil Douiri, ancien ministre du Tourisme. Comme pour la première édition, les critères de sélections seront la politique d'innovation de la marque, le produit et sa qualité, la politique marketing de la marque, ainsi que les indicateurs de l'entreprise et son développement à l'export, en plus de son engagement citoyen et de son dossier de présentation de candidature. Environ 50% des participants de l'an dernier se représentent cette année. Ils sont au nombre de 59 dans les trois catégories que sont le commerce et la distribution, la fabrique et le service. Parmi ces candidats, figurent des enseignes telles que Dolidol, Siera ou encore Ingelec.

# Revue de presse

**Menara.ma**

INTERNET PAR MAROC TELECOM

**MAP, 24/11/2010 09h21**

## **Remise des trophées de la 2ème édition Morocco Awards 2010", le 17 décembre à Casablanca**

La remise des trophées de la 2ème édition du concours national sur les marques "Morocco Awards 2010" aura lieu le 17 décembre à Casablanca, ont annoncé mardi, les organisateurs.

M. Adil Douiri, président du Jury, a estimé, dans une déclaration à la MAP, que cette compétition annuelle est de nature à encourager les entreprises marocaines à l'excellence et à l'innovation et à récompenser les marques reconnues des plus dynamiques par les professionnels et des plus appréciées par les consommateurs, en vue de créer l'émulation pour que les entreprises marocaines intègrent davantage la culture de la propriété industrielle dans sa stratégie de développement.

Il a également souligné que le temps est venu pour ces entreprises de nouer des contacts directs avec le consommateur.

De sa part, Mme Mounia Boucetta, Secrétaire Générale au ministère de l'industrie, du commerce et des nouvelles technologies, a indiqué, lors d'une conférence de presse à Casablanca, que l'objectif de cette manifestation, initiée par le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles technologies et l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC), est de faire la promotion des marques marocaines, faisant remarquer qu'il s'agit également de mettre en exergue les efforts déployés par le Maroc en matière de propriété industrielle.

M. Adil El Maliki, directeur général de l'OMPIC, a, de son côté, souligné que la notation des marques candidates par le jury se fera sur la base d'un ensemble de critères, notamment la politique d'innovation de la marque, le produit et sa qualité, la politique marketing, les indicateurs de l'entreprise et son développement à l'export et l'engagement citoyen de la marque.

Les organisateurs ont souligné que 60 marques marocaines au total ont postulé cette année dans les diverses catégories (production, commerce et service).

Lors de la cérémonie de remise des trophées de cette 2ème édition, le prix "Trophée du Public" sera décerné pour récompenser la marque la plus appréciée par les consommateurs, ont-ils annoncé. Et d'ajouter que la cérémonie de remise des Trophées de "Morocco Awards 2010" sera précédée par un colloque international sur les marques, qui réunira des pays arabes et africains.

La 1ère édition de "Morocco Awards a été organisée en décembre dernier à Tanger, avec la participation de 200 invités du monde économique, 67 entreprises candidates et d'une importante délégation étrangère qui avait participé également à la 2ème rencontre euro-méditerranéenne des Comités de lutte contre la contrefaçon.

**MAPF**

# Revue de presse



24 Nov. 2010

## **Remise des trophées de la 2ème édition Morocco Awards 2010", le 17 décembre à Casablanca**

La remise des trophées de la 2ème édition du concours national sur les marques "Morocco Awards 2010" aura lieu le 17 décembre à Casablanca, ont annoncé mardi, les organisateurs. M. Adil Douiri, président du Jury, a estimé, dans une déclaration à la MAP, que cette compétition annuelle est de nature à encourager les entreprises marocaines à l'excellence et à l'innovation et à récompenser les marques reconnues des plus dynamiques par les professionnels et des plus appréciées par les consommateurs, en vue de créer l'émulation pour que les entreprises marocaines intègrent davantage la culture de la propriété industrielle dans sa stratégie de développement. Il a également souligné que le temps est venu pour ces entreprises de nouer des contacts directs avec le consommateur. De sa part, Mme Mounia Boucetta, Secrétaire Général au ministère, a indiqué, lors d'une conférence de presse à Casablanca, que l'objectif de cette manifestation, initiée par le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles technologies et l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC), est de faire la promotion des marques marocaines, faisant remarquer qu'il s'agit également de mettre en exergue les efforts déployés par le Maroc en matière de propriété industrielle. M. Adil El Maliki, directeur général de l'OMPIC, a, de son côté, souligné que la notation des marques candidates par le jury se fera sur la base d'un ensemble de critères, notamment la politique d'innovation de la marque, le produit et sa qualité, la politique marketing, les indicateurs de l'entreprise et son développement à l'export et l'engagement citoyen de la marque.

# Revue de presse



## 59 علامة تتنافس في مسابقة «موروكو أوردز»

### عادل الدويري يرأس لجنة التحكيم

مصطفى أزوكاح

المساء : 25 - 11 - 2010

يرتقب أن يعن عن الفائزين في مسابقة « موروكو أوردز » التي تحتفي بالعلامات المغربية، يوم السابع عشر من دجنبر القادم بالدار البيضاء.

وتتنافس تسعة وخمسون علامة مغربية للفوز بجوائز الطبعة الثانية من المسابقة، حيث تمثل 20 منها قطاع التجارة والتوزيع و21 قطاع الصناعة و18 قطاع الخدمات.

وقد أوضح منظمو المسابقة، خلال ندوة صحفية نظمت مساء أول أمس الثلاثاء بالدار البيضاء، أن حوالي 30 في المائة من العلامات المغربية التي شاركت في الدورة السابقة، مرشحة لخوض المسابقة النهائية في هاته الدورة.

و سوف يرأس لجنة التحكيم عادل الدويري، وزير السياحة السابق والرئيس الحالي لصندوق الاستثمار « ميثانديس»، خلفا لنورالدين عيوش الذي ترأس اللجنة في الدورة الأولى للمسابقة التي نظمت بمدينة طنجة. وتضم اللجنة بالإضافة إلى عادل الدويري، منية بوستة وحكيم المراكشي وجيرار بوركاريو وصافية جلال.

وستتميز دورة هاته السنة بتخصيص جائزة جديدة، تمنح للعلامة الأحسن ابتكارا لمكافأة العلامة التجارية التي تحقق قيمة مضافة للشركة، وذلك تشجيعا لشركات الصغرى والمتوسطة.

وبينما ستقول اللجنة كلمتها في العلامات التي ستفوز بجوائز المسابقة، يرتقب أن يعن خلال الحفل عن «جائزة الجمهور» التي سيمنحها الجمهور المغربي بعد استطلاع للرأي للعلامة الأحسن في نظره.

وقد أوضح منظمو المسابقة أن تنقيط العلامات المشاركة من قبل لجنة التحكيم، بعد تقييم سياسة التجديد لدى العلامة والنظر في المنتج وجودته وفحص سياسة التسويق وتحليل مؤشرات المقابولة وتطورها عند التصدير ويحث الالتزام المواطني للعلامة، ودراسة ملف تقديم الترشيح. وشدد عادل الدويري على أن اللجنة سوف تتوقف قبل إصدار رأيها على مدى تمكن العلامة من ربط صلات ثابتة مع الزبون ويحث نتائجها التي تشير إلى أدائها.

وستعقد على هامش حفل «موروكو أوردز» الذي تنظمه وزارة الصناعة والتجارة والتكنولوجيات الحديثة بمعبة المكتب المغربي للملكية الصناعية التجارية، ندوة يشارك فيها خبراء أجانب، في نفس الوقت الذي سيتم إبرام اتفاقيات ذات علاقة بالملكية الصناعية والتجارية.

يوم 17 دجنبر 2010 بالدار البيضاء

## تنظيم الدورة الثانية لـ "موروكو أوردز"



سيتم الإعلان عن الفائزين في النسخة الثانية لمسابقة "موروكو أوردز" يوم 17 دجنبر 2010 بمدينة دار البيضاء، وفي هذا الإطار قررت الجهة المنظمة للتظاهرة المشغلة في وزارة الصناعة والتجارة والتكنولوجيا الحديثة بمعية المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية نصيب عادل المويري وزير الصناعة السابق والرئيس الحالي لمجلس الاستشارة MIPAD على رأس لجنة تحكيم المسابقة في دورتها الثانية خلفا لور الدين عيوش الذي ترأس اللجنة أثناء الدورة الأولى التي أقيمت السنة الماضية بمدينة طنجة.

ومن المنتظر أن ينظم إلى لجنة التحكيم العديد من الشخصيات البارزة من عالم المال والأعمال

والاقتصاد، سترافق عادل المويري لاختيار الفائزين من ملفات الترشيحات للقمة.

العلامات الفائزة في صنف (الصناعة، التجارة والخدمات) سيتم الإعلان عنها خلال حفل عشاء سيحضره العديد من الضيوف والشخصيات المغربية بالإضافة إلى مجموعة من الوفود الأجنبية، كما ستتميز دورة هذه السنة بتخصيص جائزة جديدة، إذ ارتأت اللجنة المنظمة للتظاهرة في دورتها الثانية هذه السنة تخصيص "جائزة العلامة التجارية المبتكرة" ستمنح للعلامة الأحسن ابتكارا لكافة العلامات التجارية التي تحقق قيمة حقيقية مضافة للشركة وذلك تشجيعا لشركات الصغرى والمتوسطة.

وسيتم في نفس الحقل، الإعلان عن "جائزة الجمهور" التي سيمنحها الجمهور المغربي بعد استطلاع للرأي يتم إنجازها إلى العلامة الأحسن والأجود في نظره.

يشكر إلى أن 60 علامة دخلت سباق مسابقة "موروكو أوردز" هذه السنة في دورتها الثانية.

# Revue de presse

Annonce presse parue  
le 26 Nov. 2010 dans :



إشعاع العلامات  
MOROCCO AWARDS  
LES MARQUES À L'HONNEUR

Royaume du Maroc  
Ministère de l'Industrie,  
du Commerce et des  
Nouvelles Technologies

MOROCCO AWARDS 2<sup>ÈME</sup> ÉDITION

CANDIDATS, PRÊTS ?

AMOUZ	ALFA ROMEO	ALFA ROMEO	ALFA ROMEO	ALFA ROMEO	ALFA ROMEO	ALFA ROMEO	ALFA ROMEO	ALFA ROMEO	ALFA ROMEO	BISOU
Cash Express	CREMA	DARI	DARI	DARI	DARI	DARI	DARI	DARI	DARI	DARI
Ecomag	Gazal	HIT RADIO	hps	logotec	INWIT	WASHIT	Zinab	Kaaba		
KITEA	K	Le Point								MOBI CASH
MOBILIA	ORANGE	DW	Orientales							Styliss

...PARTEZ !

ARRIVÉE LE  
17 DÉCEMBRE !

PARTENAIRE OFFICIEL  
DES FINANCED AWARDS  
Sidi ali

SPONSOR GOLD: AKAL, P&G, ANPME

SPONSOR SILVER: ANPME

AVEC LE CONCOURS DE: ANPME

PARTENAIRES MEDIA: LE MATIN, ECOPLUS, ANPME

Vendredi 26 Novembre 2010

# Revue de presse

## Étaient présents également :



Diffusion d'un reportage dans le grand journal en langue française et arabe



Diffusion d'un reportage dans les news de 20H45

Passage dans les flashes info sur :







إشعاع العلامات  
MOROCCO AWARDS  
LES MARQUES À L'HONNEUR

# Revue de presse Conférence 14 Septembre 2010 – Casablanca

*« Candidats, à vos marques ! »*

MOROCCO AWARDS

## Les préparatifs vont bon train

Une semaine après la clôture des candidatures (le 15 octobre), la liste des marques candidates et les membres du jury de Morocco Awards seront dévoilés.

REDOUANE CHAKIR

Et de deux pour «Morocco Awards, les Marques à l'honneur», le rendez-vous qui fête les marques marocaines. Après l'annonce de l'événement, il y a trois mois, une 2e conférence de presse sera organisée le 14 septembre prochain, par le ministère de l'Industrie, du Commerce et des nouvelles Technologies en partenariat avec l'OMPIC et avec la collaboration de la CGEM. Objectif, annoncer cette fois-ci le lancement des candidatures pour les entreprises. La participation est ouverte comme l'an dernier à toutes les entreprises marocaines, titulaires d'une marque de fabrique, de commerce et distribution et de service. Les marques vainqueurs des Trophées 2009 sont exclues d'office de la compétition.

La clôture des candidatures est prévue pour le 15 octobre. Une semaine plus tard, la liste des marques candidates et les membres du jury de cette deuxième édition seront dévoilés (26 octobre). Comme l'an dernier, la cérémonie de remise des Trophées de Morocco Awards 2010 sera précédée d'un colloque international. Le colloque se tiendra cette année le 3 décembre prochain et réunira pour la 1<sup>re</sup> fois au Maroc, des pays arabes et africains afin de débattre

sur le droit des marques. Quelques nouveautés sont prévues pour cette nouvelle édition, en particulier la création d'un 5e Trophée « Prix de l'Innovation », afin d'encourager les petites et moyennes entreprises.

Cela étant, la première édition des «Morocco Awards, les marques à l'honneur» s'est tenue le 4 décembre 2009 à Tanger. Elle a connu la présence de 200 invités du monde économique. Le ministre du Commerce, de l'Industrie et des nouvelles Technologies, Ahmed Reda Chami, était également de la partie.

La cérémonie de remise des trophées s'est déroulée en présence des 67 entreprises candidates et d'une importante délégation étrangère qui avait participé à la 2e rencontre euro-méditerranéenne des comités nationaux de lutte contre la contrefaçon. Trois marques ont été distinguées par un jury constitué de professionnels du monde de l'entreprise et de la communication. Ses lauréats ont dû satisfaire à de nombreux critères : degré d'innovation, politique marketing de la marque, évolution, performance et qualité du produit.

La responsabilité sociale des entreprises a été aussi prise en compte dans la sélection des marques championnes. Dans les détails, le trophée de la marque Commerce & Distribution a été attribué à Marwa, spécialisée dans le prêt-à-porter et les accessoires pour femmes.

Un prix a également été remis aux quatre nommés distingués par le jury, à savoir, par ordre alphabétique, Au Derby, Benson Shoes, Bigdil et Loyalitis. Dans la catégorie Service, le trophée été remis à BMCE Bank, alors que les marques nommées sont Au Fuit, Hit Radio, Rekrute et Wifa-

### LES CLÉS

#### Nouveautés

La deuxième édition de Morocco Awards connaîtra la création d'un 5e trophée « Prix de l'Innovation », afin d'encourager les petites et moyennes entreprises. D'autres nouveautés sont également prévues.

#### Distinction

La première édition a connu la distinction des marques Marwa dans la catégorie Commerce & Distribution, BMCE Bank (Service), Aicha (marque de Fabrique). Quant au trophée du Public, il a été accordé à Meditel

#### Définition

La marque est un signe servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale. Toutefois, la dénomination sociale de l'entreprise peut être utilisée en tant que marque, à condition de procéder au dépôt.

salaf. Le trophée de la marque de Fabrique a été décerné à Aicha. Bimo, Colorado, Koutoubia et Sultan ont été également distingués par le jury.

Quant au trophée du Public, il a été accordé à Meditel. C'est la marque qui a obtenu le score le plus élevé lors du sondage réalisé par un cabinet spécialisé, auprès d'un échantillon de 1200 personnes représentatives de la population nationale. Meditel était suivie, selon ce même sondage, par Jaouda dans la catégorie Fabrique et Mobilia dans la Catégorie Commerce & Distribution. ■



Comme l'an dernier, la cérémonie de remise des Trophées de Morocco Awards 2010 sera précédée d'un colloque international.

## Dépôts de marque en 2010

La cérémonie de remise des trophées s'est déroulée en présence des 67 entreprises candidates et une importante délégation étrangère.

Les demandes de dépôts des marques de fabrique ou de commerce se sont élevées à 10 087 marques au terme du mois de juillet dernier contre 9 058 une année auparavant, soit une augmentation de 11.4%. L'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC) a enregistré 3 687 dépôts des marques marocaines (y compris les renouvellements) au cours de ces sept derniers mois contre 3 406 en 2009, soit une évolution de 8.3%. Ce qui a porté

la part nationale actuellement à 36.6%. Les dépôts d'origine étrangère ont affiché une hausse de 13.2% sur les sept premiers mois de 2010 : 6 400 marques contre 5 652 en 2009. D'autres indicateurs liés aux marques ont été révélés par l'Office. A titre d'exemple, la hausse de 18.5% des dépôts en ligne, suite à la réception par l'OMPIC de 467 demandes. Les demandes d'opposition ont elles aussi augmenté par rapport à 2009, en passant de 360 à 559.



## I Téléx

### Candidatures aux «Morocco Awards 2010»



Le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles technologies en partenariat avec l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale, annonce le lancement des candidatures à la 2<sup>e</sup> édition des «Morocco Awards 2010». Le règlement de participation ainsi que les pièces à constituer pour la composition du dossier de candidature seront dévoilés lors de la conférence de presse qui aura lieu le mardi 14 septembre à Casablanca. La conférence sera animée par Mounia Boucetta, secrétaire générale du ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles technologies et Adil El Maliki, directeur de l'OMPIC.

## FINANCES news hebdo

### Lancement des candidatures aux «Morocco Awards 2010»



**L**e ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies, en partenariat avec l'Office Marocain de la Propriété Industrielle et

Commerciale, annoncent le lancement des candidatures à la 2<sup>ème</sup> édition de «Morocco Awards 2010». À cet effet, une conférence de presse aura lieu le 14 septembre 2010 à Casablanca, animée par Mounia Boucetta, Secrétaire générale du ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies et Adil El Maliki, Directeur de l'OMPIC, pour dévoiler le règlement de participation, ainsi que les pièces à constituer pour le dossier de candidature. ■

16 Sept 2010

## Morocco Awards: Les inscriptions ouvertes

• Les organisateurs tablent sur une soixantaine de participants

• Le 20 octobre, dernier délai pour le dépôt des candidatures

UN prix de l'innovation pour les PME. C'est la nouveauté de la deuxième édition des Morocco Awards. Le concours vient d'être annoncé par le ministère de l'Industrie et du commerce et l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC). Les inscriptions ont été ouvertes hier 15 septembre et le délai de dépôt des candidatures a été fixé au 20 octobre. «L'objectif de ce concours est d'encourager les marques marocaines, les

stipule que les personnes morales et physiques ne peuvent concourir qu'avec une seule marque de leur portefeuille. Les gagnants de la première édition étant exclus d'office. Les organisateurs tablent sur près de 67 participants.

L'évaluation des candidatures prendra en considération la politique marketing et d'innovation de la marque, le produit et sa qualité. Autres critères qui seront retenus lors de la notation: les indicateurs

de l'entreprise et son développement à l'export ainsi que l'engagement citoyen de la marque. La remise des trophées est prévue le 3 décembre à Casablanca. Au nombre de cinq, les prix récompenseront les meilleures marques de fabrication, de service, de commerce et distribution. Un prix spécial «Public» sera également décerné au candidat qui est retenu suite à un sondage d'opinion sur la marque préférée des Marocains. Le cinquième prix

récompensera les marques qui apportent une réelle valeur ajoutée à l'entreprise.

La première édition a vu la participation de 67 marques. Le trophée de la marque commerce et distribution a été décroché par Marwa (prêt-à-porter et accessoires pour femmes). BMCE s'est vu décerner le trophée de la marque de service et Aïcha celui de la marque de fabrication et Méditel celui du public. □

J.B.

### Dépôts des marques

A fin juillet 2010, les demandes de dépôts de marques à l'OMPIC ont affiché une hausse de 11,4% par rapport à la même période de 2009 (Soit 10.087 marques contre 9.058 l'année précédente). Cette progression est la résultante de l'augmentation du nombre de dépôt de marques marocaines. L'OMPIC ayant enregistré 3.687 marques (renouvellements compris) au cours des sept premiers mois de cette année contre 3.406 en 2009 (soit une évolution de 8,3%). La part nationale s'établit actuellement à 36,6%. Les dépôts d'origine étrangère ont enregistré une croissance de 13,2% (à fin juillet), soit 6.400 marques contre 5.652 en 2009. Cette évolution s'explique par l'augmentation de 10% des demandes de marques provenant du système de Madrid, soit 81% du total des dépôts étrangers. Pour rappel, le système de Madrid porte sur l'enregistrement international des marques. Il permet la protection d'une marque dans plusieurs pays simultanément moyennant le dépôt d'une demande d'enregistrement unique. □

inciter à se développer et de recourir au système de protection», souligne Mounia Boucetta, secrétaire générale au ministère de l'Industrie et du commerce. Pour participer au Morocco Awards, les candidats doivent être titulaires d'une marque de fabrication, de commerce, de distribution ou de service.

A noter que seules les marques en vigueur dont le pays de priorité est le Maroc, même si elles sont exploitées à l'international, peuvent présenter leur candidature. Aucun droit de participation n'est exigé. A rappeler que le règlement du concours

## Morocco Awards

# Cinq trophées seront décernés lors de la deuxième édition

**D**estinée à récompenser les marques reconnues comme les plus dynamiques par les professionnels et les plus appréciées par les consommateurs, la compétition «Des Morocco Awards» est de retour pour sa 2ème édition. Cet évènement est organisé par le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles

technologies et l'OMPIC qui vient d'annoncer l'ouverture officielle des inscriptions à partir du 15 septembre. En effet, la participation est entièrement gratuite et exclusivement réservée aux marques en vigueur dont le pays de priorité est le Maroc et exploitées au niveau national et ou international. ■

Morocco Awards

## Cinq trophées à la deuxième édition



• Adil El Maliki et Mounia Boucetta

Le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles technologies et l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale annoncent l'ouverture des inscriptions pour la 2ème édition des Morocco Awards.

Siham Jdraoui  
sjdraoui@aujourd'hui.ma

**D**estinée à récompenser les marques reconnues comme les plus dynamiques par les professionnels et les plus appréciées par les consommateurs, la compétition «Des Morocco Awards» est de retour pour sa 2ème édition. Cet événement est organisé par le ministère de

l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies et l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (l'OMPIC) qui vient d'annoncer l'ouverture officielle des inscriptions à partir du 15 septembre. En effet, la participation est entièrement gratuite et exclusivement réservée aux marques en vigueur dont le pays de priorité est le Maroc et exploitées au niveau national et ou international. «La compétition est ouverte à toute entreprise, personne morale ou physique, titulaire d'une marque de fabrication, de commerce, de distribution ou de service», a annoncé Mounia Boucetta, secrétaire générale du ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles technologies lors de la conférence de presse, tenue lundi 14 septembre, à Casablanca. Selon les organisa-

teurs, l'objectif de cette manifestation est de sensibiliser sur l'importance du système de la propriété industrielle en général et sur celui des marques de fabrication, de commerce et de service en particulier, à encourager l'innovation et la créativité au sein du tissu économique marocain. «Chaque candidat ne peut déposer qu'un seul dossier de participation et ne peut concourir qu'avec une seule marque de son portefeuille. Le titulaire de la marque ne peut pas non plus, être à la fois candidat et sponsor», a indiqué Adil El Maliki, directeur de l'OMPIC. Quant aux lauréats de l'édition précédente des Morocco Awards 2009, ils ne peuvent pas se représenter comme candidat pour cette 2e édition. Les candidats auront l'occasion jusqu'au 20 octobre pour déposer leur dossier de candidature dûment rempli. La notation des marques

candidates par le jury se fera sur la base d'un ensemble de critères, notamment la politique d'innovation de la marque, le produit et sa qualité, la politique marketing, les indicateurs de l'entreprise et son développement à l'export, l'engagement citoyen de la marque et le dossier de présentation de la candidature. Comme l'édition précédente, le jury attribuera le trophée de la meilleure marque de fabrication, le Trophée de la meilleure marque de commerce et distribution et le Trophée de la meilleure marque de service.

Un prix spécial «Prix du Public» sera également décerné à un des candidats suite aux résultats d'un sondage d'opinion sur la marque préférée des Marocains. Pour cette 2e édition, les organisateurs prévoient également la création d'un 5e Trophée : le «Prix de la Marque Innovante». Ce prix destiné à récompenser les marques qui apportent une réelle valeur ajoutée à l'entreprise quelle que soit la taille de celle-ci - et donc visant en particulier à récompenser les petites et moyennes entreprises. Cinq Trophées «Morocco Awards 2010» seront donc remis aux meilleures marques marocaines le 3 décembre prochain lors d'un dîner de Gala à Casablanca. ■

*Pour cette 2e édition, les organisateurs prévoient également la création d'un 5e Trophée : le «Prix de la Marque Innovante».*

# À vos «marques» !

● C'est parti pour la 2<sup>e</sup> édition des Morocco Awards ● Les entreprises ont jusqu'au 20 octobre pour déposer leurs candidatures ● Les trophées seront décernés le 3 décembre à Casablanca

PAR ABOUBACAR Y. BARMA

Après le succès de la première édition, «Morocco Awards 2010» s'annonce, avec des innovations qui permettront désormais de classer la manifestation au rang des plus grands rendez-vous événementiels de l'année. C'est en tout cas la promesse faite par les organisateurs de l'événement lors de la conférence de presse annonçant l'ouverture des inscriptions qui s'est tenue mardi dernier à Casablanca. Le secrétaire général du ministère de l'Industrie, du commerce et des nouvelles technologies, Moustia Boucetta, et le directeur général de l'OMPIC, Adil El Maliki, ont présenté les grandes lignes de la manifestation. L'événement qui s'inscrit dans le cadre d'un partenariat public privé, bénéficie également de la collaboration de la CGEM.

En gros, le programme de l'année dernière a été reconduit. Ainsi, seront décernés aux meilleures marques, les trophées dans les catégories Fabrique, Commerce et distribution et Service. Le prix spécial «Prix du Public» sera, cette année aussi, attribué selon les résultats du sondage d'opinion sur la marque préférée des Marocains. L'innovation de l'année, sera le «Prix de la marque innovante» qui récompensera les marques qui apportent une réelle valeur ajoutée à l'entreprise quelque soit sa taille. Un coup de pouce donc



L'événement vise à promouvoir l'innovation marocaine et l'émergence de marques leaders nationales.

aux PME. Les entreprises désirant participer à l'événement sont tenues de déposer leur dossier avant le 20 octobre prochain. Un jury procédera à la notation des dossiers sur la base de certains critères préalablement définis. Il s'agit de la politique d'innovation de la marque, du produit et de sa qualité, de la politique marketing, des indicateurs de développement de l'entreprise, de l'engagement citoyen de la marque et de la qualité du dossier

de présentation. La compétition est ouverte à toute entreprise titulaire d'une marque dans les catégories citées. Toutefois, la participation, gratuite, est réservée aux marques en vigueur dont le pays de priorité est le Maroc, y compris celles exploitées au plan international. Seules restrictions, l'exclusion d'office des sponsors et des lauréats de la précédente édition. En outre, chaque entreprise ne peut concourir qu'avec une seule

marque. Dans un souci de simplifier la procédure, les entreprises candidates s'inscrivent en ligne sur le site dédié à l'événement avant le dépôt du dossier contenant l'ensemble des pièces requises.

### Stimuler l'émergence des marques leaders

Intervenant à l'occasion, Moustia Boucetta a mis l'accent sur les véritables enjeux de la manifestation qui

s'articulent autour de la valorisation de l'innovation marocaine, de la promotion de la culture entrepreneuriale et de la protection des marques au sein des entreprises nationales. Ce qui, a-t-elle ajouté, constituera une assurance qualité pour les marques auprès des consommateurs. D'où, la nécessité pour nos entreprises de communiquer et de renforcer l'aspect qualité de leurs produits. Pour sa part, Adil El Maliki, après avoir rappelé le caractère compétitif de l'événement, a indiqué qu'il s'inscrit dans une dynamique de promotion de la marque Maroc, déjà auréolée d'un important patrimoine national. Ce qui témoigne d'un potentiel certain de développement à l'international. Le directeur de l'OMPIC, qui a re-

### Les produits du terroir ne feront pas partie de la compétition.

gretté au passage, le fait que les produits du terroir ne fassent pas partie de la compétition, a annoncé la tenue, en marge de la cérémonie officielle des «Morocco Awards», d'un colloque international sur le Traité de Singapour, qui est le standard le plus élevé au plan mondial en matière de protection des marques.

En vue de marquer davantage la dimension internationale de l'événement, des pays arabes et africains seront invités, en plus des partenaires traditionnels européens. La 1<sup>re</sup> édition de «Morocco Awards» a été organisée, pour rappel, en décembre 2009 à Tanger avec la participation de 67 entreprises candidates et a vu la consécration des marques comme Marwa, BMCE Bank, Aïcha et Méditel.

# Revue de presse

## LE MATIN

16 Sept 2010

MOROCCO AWARDS 2010

### A vos marques, les candidatures sont ouvertes

Pour Morocco Awards 2010, les organisateurs prévoient la création d'un 5e Trophée : le « Prix de la Marque Innovante », destiné à récompenser les marques qui apportent une réelle valeur ajoutée à l'entreprise, quelle que soit sa taille, et non l'inverse.

REDOUANE CHAKIR

Vous êtes une personne morale ou même physique. Vous êtes titulaire d'une marque de Fabrication, de Commerce, de Distribution

ou de Service, et vous voulez qu'elle ait une place de choix dans le paysage des marques marocaines. Pas uniquement auprès du large public, mais auprès des experts. C'est l'occasion ou jamais. La porte de candidature à la deuxième édition de Morocco Awards a été ouverte ce mercredi 15 septembre. C'était avant-hier que l'annonce a été faite lors d'une conférence de presse, présidée par Mounia Boucetta, secrétaire générale du Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies, et Adil El Maliki, directeur général de l'OMPFC. Pour prendre part à cette compétition, plus d'une condition doit être remplie. Entièrement gratuite, la participation est

exclusivement réservée aux marques en vigueur dont le pays de priorité est le Maroc ; abstraction faite de la zone de leur exploitation (national et/ou international). Chaque candidat ne peut déposer qu'un seul dossier et ne peut concourir qu'avec une seule marque de son portefeuille. Le titulaire de la marque ne peut pas non plus, déontologie oblige, être à la fois candidat et sponsor. Quant aux lauréats de l'édition précédente des Morocco Awards 2009, ils ne peuvent se présenter comme candidat pour cette 2e édition. question de donner de la chance à d'autres marques de la place. La notation se fera par un Jury composé de cinq membres, « issues des organismes parte-

naires, reconnues pour leur compétence, leur neutralité et leur confidentialité. Le Jury aura la charge de désigner les cinq nommés dans chaque catégorie et le lauréat de chaque catégorie », lit-on dans le règlement de Morocco Awards 2010. Les critères d'évaluation sont : La politique d'innovation de la marque, le produit et sa qualité, la politique marketing, les indicateurs de l'entreprise et son développement à l'export, et l'engagement citoyen de la marque. Mais attention ! Même le dossier de présentation de la candidature est pris en considération. Aux responsables marketing et communication de faire plus d'efforts. Comme pour sa première édition, le Jury attribuera le Trophée de

la meilleure marque de Fabrication, le Trophée de la meilleure marque de Commerce & Distribution et le Trophée de la meilleure marque de Service. Un prix spécial « Prix du Public » sera également décerné à un des candidats suite aux résultats d'un sondage d'opinion sur la marque préférée des marocains. Cette étude sera réalisée par les organisateurs auprès du public afin de déterminer les habitudes d'achat des marocains et leur relation avec les marques marocaines. Cette enquête en situation de face à face se fera auprès d'un échantillon représentatif de la population marocaine urbaine et rurale, âgée de plus de 18 ans et de toutes les catégories professionnelles. Pour cette 2e édition, les

#### LES CLÉS

##### Gratuit

Entièrement gratuite, la participation à Morocco Awards 2010 est exclusivement réservée aux marques en vigueur dont le pays de priorité est le Maroc ; abstraction faite de la zone de leur exploitation (national et/ou international).

##### Notation

La notation se fera par un Jury composé de cinq membres, issues des organismes partenaires, reconnues pour leur compétence, leur neutralité et leur confidentialité. Le Jury aura la charge de désigner les cinq nommés

organismes partenaires prévoient également la création d'un 5e Trophée : le « Prix de la Marque innovante », destiné à récompenser les marques qui apportent une réelle valeur ajoutée à l'entreprise, quelle que soit sa taille, et non l'inverse. Autrement dit, la marque qui a contribué au développement et à la réputation de son entreprise et qui doit sa renommée à ces propres caractéristiques. La marque innovante sera évaluée selon quatre critères : Amélioration des produits ou services existants, conception de produits et/ou services novateurs, la force du concept (composition, originalité du design...) et enfin la stratégie Marketing (originalité de la communication et des outils de promotion...). Si vous êtes intéressées, sachez que la clôture des candidatures est prévue pour 20 octobre. Une semaine plus tard, la liste des marques can-

didates et les membres du Jury de cette deuxième édition seront dévoilés (26 octobre).

#### Clôture

La clôture des candidatures est prévue pour 20 octobre. Une semaine plus tard, la liste des marques candidates et les membres du Jury de cette deuxième édition seront dévoilés (26 octobre).

didates et les membres du Jury de cette deuxième édition seront dévoilés (26 octobre). A l'instar de la précédente édition, la cérémonie de remise des Trophées des Morocco Awards 2010 sera précédée d'un Colloque international. Cette année, il se tiendra le 3 décembre prochain et réunira pour la 1re fois au Maroc, des pays arabes et africains afin de débattre sur le droit des marques. ■

### Retour sur la première édition

La première édition des « Morocco Awards, les Marques à l'honneur » s'est tenue le 4 décembre 2009 à Tanger. Elle a connu la présence de 200 invités du monde économique. Le Ministre du commerce, de l'industrie et des nouvelles technologies, Ahmed Reda Chami, était également de la partie. La Cérémonie de remise des Trophées s'est déroulée en présence des 67 entreprises candidates et d'une importante délégation étrangère qui avait participé

à la 2e rencontre euro-méditerranéenne des Comités nationaux de lutte contre la contrefaçon. Trois marques ont été distinguées. Le Trophée de la marque Commerce & Distribution, a été attribué à Marwa, spécialisée dans le prêt-à porter et les accessoires pour femmes. Dans la catégorie Service, le Trophée a été remis à BMCE Bank, alors que le Trophée de la marque de Fabrication a été décerné à Aïcha. Quant au Trophée du Public, il a été accordé à Méditel.



Concours pour révéler la cote d'amour des enseignes

# Morocco Awards fête les marques

*Pour cette deuxième édition, Morocco Awards affiche l'ambition de développer le potentiel des marques marocaines, en capitalisant sur l'expérience de l'année dernière. De enseignes marocaines sont invitées à participer au concours des meilleures marques «Morocco Awards 2010».*

La compétition est ouverte à toute entreprise titulaire d'une marque de fabrication, de commerce ou de distribution de service. Les inscriptions sont ouvertes depuis hier, mercredi 15 septembre. Le coup d'envoi a été donné, mardi à Casablanca, par Mme Mounia Boucetta, secrétaire général du ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies et Adil El Maliki, directeur de l'OMPIC (Office marocain de propriété industrielle et commerciale). Lors d'un point de presse tenu à l'occasion, les organisateurs ont donné de larges explications sur les modalités de participation, les pièces à constituer pour le dossier de candidature ainsi que les principales nouveautés de cette 2ème édition.

Initié par le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles technologies, en partenariat avec l'OMPIC, le concours est destiné à révéler la cote d'amour des enseignes marocaines et à primer les meilleures marques qui ont fait preuve de croissance et d'innovation, mais aussi de fidélisation de leurs clients. Il s'agit d'installer le concept de succès dans la culture des entreprises et promouvoir les marques marocaines face à la montée en puissance des marques -distributeurs, résume me Boucetta, dans une déclaration devant la presse. Entreprises, à vos marques...

La participation à ce concours est gratuite, devaient préciser les organisateurs, en réponse à des questions de journalistes. « La participation est entièrement gratuite et elle est ouverte à toutes les marques en vigueur dont le pays de priorité est le Maroc et exploitées au niveau national et/

ou international», expliquait M. El Maliki. Toute entreprise intéressée peut s'inscrire en téléchargeant le formulaire d'inscription et le règlement de participation sur le site web HYPERLINK "<http://www.morocco-awards.com>" [www.morocco-awards.com](http://www.morocco-awards.com).

Les organisateurs tiennent à préciser que «chaque candidat ne peut déposer qu'un seul dossier de participation et ne peut concourir qu'avec une seule marque de son portefeuille». De plus, «le titulaire de la marque ne peut pas, non plus, être à la fois candidat et sponsor», note M. El Maliki. De la même manière, ajoutait-il, les lauréats de l'édition précédente ne peuvent pas participer à cette 2ème édition. Il est rappelé, par ailleurs que la période des inscriptions reste ouverte jusqu'au 20 octobre 2010.

Il est à noter que pour cette 2ème édition, les organisateurs ont introduit un 5ème trophée pour « la marque innovante », destiné à récompenser les enseignes qui apportent une réelle valeur ajoutée. Et tout, 5 Trophées sont prévus pour cette édition (meilleure marque de fabrication, meilleure marque de commerce et distribution, meilleure marque de service), mais aussi le Prix Spécial Public. Ce dernier est réservé aux entreprises les mieux notées par leurs clients, tous secteurs confondus ou saluées pour leur qualité et l'évolution régulière de leur marque, à remise des Prix est prévue le 3 décembre 2010 à Casablanca, lors d'un dîner de gala.

Soutien des partenaires privés  
Morocco Awards doit son succès à la qualité et au soutien des partenaires privés, notamment le GAM



(Ph. Akil Marcano)

Mme Mounia Boucetta et Adil Al Maliki en conférence de presse à Casablanca

(Groupement des annonceurs du Maroc) en tant que sponsor «Gold». Outre le Groupe OCP et Poste Maroc, l'événement bénéficie aussi du soutien de la CGEM et d'autres groupes privés.

Les organisateurs veulent aussi donner à l'événement une dimension internationale, en organisant en marge de la manifestation un colloque d'envergure pour débiter du Traité de Singapour,

le dernier en date relatif aux normes de protection de la propriété intellectuelle et industrielle.

Autre ambition des organisateurs : créer une relation durable avec le consommateur, tout en poissant les entreprises à apporter de l'innovation. Cela dit, en dehors des critères fixés par le jury, il serait utile de réfléchir à de nouveaux critères (ceux notamment liés à l'éthique, à l'environnement

et à la responsabilité sociale) et ouvrir la voie aux produit de terroir. Car dans le contexte d'aujourd'hui, les grandes marques (mondialisation oblige) commencent à travailler sur le développement durable, et à se rapprocher des tendances de demain. Comme dirait l'autre : «little is beautiful» mais «big is responsible». Ce serait dommage de rater ce virage.

### Morocco Awards 2010 : Les candidatures sont lancées

**Un nouveau** prix dédié à la marque innovante.

Et de deux pour les Morocco Awards, la compétition qui devient désormais un rendez-vous annuel pour désigner les meilleures marques marocaines. Le dépôt des candidatures est ouvert à partir d'aujourd'hui (16 septembre). Toutes les entreprises, qu'elles soient personnes morales ou physiques, titulaires d'une marque de fabrique de service ou de commerce sont éligibles pour participer à cet événement. Les seuls qui fassent exception sont les gagnants de l'année dernière et les sponsors de cette édition. Les entreprises qui ont remporté des trophées l'année dernière sont en mesure de concourir avec d'autres marques de leur portefeuille. Encore faut-il que les marques présentées à la compétition aient leur dépôt initial au Maroc. Elle doivent également avoir le Maroc comme pays de priorité, même si elles sont présentes à l'international.

**Trois prix seront décernés à la marque de fabrique, la marque de commerce et de distribution et la marque de service, en plus d'un prix du public**

C'est le cas, à titre d'exemple, de Koutoubia ou Attijariwafa bank qui sont certes présentes à l'international, mais dont le pays de priorité demeure le Maroc. Ceci dit, les entreprises étrangères installées au Maroc ne sont pas exclues de la compétition. Mais elles doivent concourir avec des marques dont le dépôt initial a été fait au Maroc. Les organisateurs tiennent absolument à préciser que la participation est «entièrement gratuite». Chaque candidat ne peut déposer qu'un seul dossier portant sur une seule marque triée dans le portefeuille stratégique. La date limite de dépôt des dossiers est prévue pour le 20 octobre. Le jury se basera sur six critères pour faire son choix. Il s'agit de la politique d'innovation de la marque, la qualité du produit qui lui est adossé, la politique marketing qui lui est associée, le développement à l'export, l'engagement citoyen de la marque et la présentation du dossier de candidature. Comme c'était le cas lors de l'édition précédente, trois prix seront décernés à la marque de fabrique, la marque de commerce et de distribution et la marque de service, en plus d'un prix du public. La deuxième édition connaîtra l'attribution d'un nouveau prix dédié à la marque innovante. À noter enfin que les trophées seront remis le 3 décembre.

# Revue de presse



## **Ouverture des candidatures pour la 2ème édition des "Morocco Awards 2010"**

Casablanca - Le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles technologies a annoncé mardi à Casablanca l'ouverture des candidatures pour les participants à la 2ème édition des Morocco Awards 2010.

Ce concours de l'excellence initié en partenariat avec l'Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale (OMPIC) en collaboration avec la Confédération Générale des Entreprises du Maroc (CGEM), vise à valoriser et à encourager les marques marocaines les plus performantes avec à la clé des Trophées pour les meilleures entreprises.

Nouveauté de cette 2ème édition, comme il a été souligné lors de la conférence de présentation, un 5ème Trophée baptisé "prix de l'innovation" et qui est destiné aux petites et moyennes entreprises.

La participation sans frais est ouverte à toutes les entreprises marocaines, titulaires d'une marque de Fabrique, de Commerce et Distribution ou encore de service, exception faite des marques ayant remporté les Trophées 2009.

La cérémonie de remise des Trophées de "Morocco Awards 2010" sera précédée par un colloque international sur les marques qui réunira les représentants des pays arabes et africains.

La 1ère édition de "Morocco Awards" a été organisée en décembre 2009 à Tanger avec la participation de 67 entreprises candidates.

Les Trophées "Morocco Awards" sont attribués aux marques marocaines les plus performantes dans les catégories "Commerce et distribution", "service", "Fabrique", outre le trophée décerné par le public.

• MOROCCO AWARDS 2010

## C'est parti pour la 2ème édition!

**MARQUES.** Le coup d'envoi de la 2ème édition de Morocco Awards a été lancé mardi dernier à Casablanca par le ministère de l'Industrie, du commerce et des nouvelles technologies, conjointement avec l'Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale (OMPIC). Morocco Awards est, rappelons le, une compétition destinée à toute entreprise titulaire d'une marque de fabrique, de commerce, de distribution ou de service. La participation est entièrement gratuite et exclusivement réservée aux marques en vigueur dont le pays de priorité est le Maroc et exploitées au niveau national et/ou international.

Cette compétition est destinée à récompenser les marques qui ont le mieux contribué au développement et à la

réputation de leurs entreprises".

Mounia Bouceffa,  
secrétaire général du  
ministère du Commerce  
et de l'Industrie

Les entreprises peuvent se présenter, jusqu'au 26 octobre prochain, en téléchargeant le formulaire d'inscription et le règlement de participation sur le site web [www.morocco-awards.com](http://www.morocco-awards.com).

### Prix et Trophées

La notation des marques candidates par le jury se fera, expliquent les organisateurs, sur la base d'un ensemble de critères tels que la politique d'innovation, le produit et sa qualité, la politique marketing. Les indicateurs de l'entreprise et son développement à l'export seront aussi prises en considération ainsi que l'engagement citoyen de



la marque et le dossier de présentation de la candidature. Comme pour sa première édition, le jury attribuera les Trophées de la meilleure marque de fabrique, de la meilleure marque de Commerce et Distribution, et de la meilleure marque de Service.

Un prix spécial dit "prix du public" sera également décerné à un des candidats suite aux résultats d'un sondage d'opinion (d'un échantillon de 1.700 consommateurs) sur la marque préférée des marocains.

### Nouveautés

Pour cette 2e édition, les organisateurs prévoient la création d'un 5ème trophée: le "prix de la marque innovante" destiné à récompenser les marques qui apportent une réelle valeur ajoutée à l'entreprise quelle que soit la taille de celle-ci, et donc visant en particulier à récompenser les petites et moyennes entreprises. Cette édition prévoit également la mise en place d'un catalogue présentant chaque entreprise candidate à la compétition. Une présence de délégations étrangères réunissant

plus de 300 entrepreneurs de différentes origines sont par ailleurs attendues. Et la Confédération Générale des Entreprises Marocaines (CGEM) s'annonce comme nouveau partenaire à l'événement. Enfin, un colloque international sur le "traité de Singapour" sera organisé le jour de la remise des prix, appelée désormais "Jour de la grande fête des marques marocaines" prévu pour le 3 décembre prochain.

Ce colloque est l'occasion de montrer aux partenaires commerciaux étrangers la dynamique des marques marocaines et leur potentialités de partenariats avec les entreprises étrangères, mais aussi une forme de lutte contre la contrefaçon".

M. Adil Elmaliki Directeur  
Général de l'OMPIC  
« Hayin Fadi

Du 17 au 23 Sept 2010

### افتتاح التسجيلات في الدورة الثانية لمسابقة "موروكو أوردز" في دورته الثانية

من عالم المال والأعمال للمشاركة في حفل توزيع جوائز الدورة الأولى لتظاهرة "موروكو أوردز" لإشعاع العلامات المغربية وقد عرف هذا الحفل الذي نظمته وزارة الصناعة والتجارة والتكنولوجيا الحديثة بمعية المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية مشاركة 67 شركة متنافسة. إضافة إلى مشاركة وفد أجنبي مهم شارك في اللقاء الأورو متوسطي الثاني للجن الوطنية لمكافحة تزيف العلامات التجارية.

ومن بين المشاركين الـ 67، تم تنصيب ثلاث فائزين من طرف لجنة تحكيم تضم مهنيين من عالم المقاولات والتواصل، ترأسها نور الدين عيوش، حيث تم اختيار الفائزين بناء على عدة معايير، من أهمها مستوى الابتكار، سياسة التسويق، التطور، الكفاءة وجودة المنتج لجنة التحكيم أخذت أيضا بعين الاعتبار البعد المواطن لهذه المقاولات البطلة.

التحكيم، وهم "أودري"، "بينسون"، "بيكيدل" و"كالي". يجب أن يحتوي طلب الترشح للمشاركة في مسابقة "موروكو أوردز" على ما يلي:

ملء استمارة المشاركة في المسابقة والتي يجب أن تتضمن المعلومات الآتية: شعار العلامة.

معلومات عن العلامة (رقم التسجيل، تاريخ الأيداع، وفئات من تسجيل العلامات التجارية والتسجيل الدولي، وتجديد العلامة التجارية...)  
المؤشرات المالية (القيمة المالية لرأس مال الشركة والميزانية المخصصة للإعلانات والإشهار والبحث والتطوير...).

2009، لذلك يرجى من الشركات الراغبة في المشاركة إرسال بملف ترشيحها قبل هذا التاريخ.

هذا وتستند لجنة التحكيم في تنقيطها للعلامات المشاركة في الدورة الثانية على المعايير الآتية:

- سياسة الابتكار للعلامة التجارية
- المنتج وجوده

سياسة التسويق

مؤشرات الشركة وتنمية صادراتها

المشاركة الفعلية للعلامة في المجتمع المدني

ملف الترشيح

وكما في الدورة الأولى سيتم تخصيص جوائز للعلامات الفائزة في الفئات الثلاثة التي سبق ذكرها: الصناعة، التجارة، والخدمات والتسويق هذا بالإضافة إلى الجائزة الرابعة "جائزة الجمهور" التي يتم منحها من طرف الجمهور المغربي بعد استطلاع للرأي يتم إنجازه.

هذا وقد ارتأت اللجنة المنظمة للتظاهرة في دورتها الثانية هذه السنة، تخصيص جائزة

خامسة تخصص للعلامة الأحسن ابتكارا لكافة العلامات التجارية التي تحقق قيمة حقيقية مضافة للشركة وذلك تشجيعا لشركات الصغرى والمتوسطة.

وقد شهدت مدينة طنجة يوم 4 نجنبر 2009 حضور حوالي 200 شخص

أعلنت وزارة الصناعة والتجارة والتكنولوجيا الحديثة بمعية المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية خلال ندوة صحافية نظمت عشية الثلاثاء 14 سبتمبر 2010 بفندق حياة ريجنسي في الدار البيضاء، عن الافتتاح الرسمي للتسجيلات في الدورة الثانية لمسابقة "موروكو أوردز" في 15 من شتبر الحالي، وتفيد أن المشاركة في مسابقة "موروكو أوردز" في دورته الثانية مفتوحة في وجه جميع الشركات التي تنشط في مجال الصناعة، أو التجارة، أو الخدمات والتوزيع ويشكل مجاني ومقتصرة على العلامات والمراكات المغربية التي لها سمعة جيدة داخل الوطن أو خارجه، أو معا في الآن نفسه، وفي هذا السياق فإن

على الشركات الراغبة في المشاركة ملئ استمارة المشاركة والتعرف على قانون المسابقة من خلال تحميل الرابط الإلكتروني التالي: [www.morocco-awards.com](http://www.morocco-awards.com).

كل مترشح لا يمكنه التوفر إلا على ملف واحد للمشاركة وعلى علامة واحدة في المسابقة، كما لا يمكن لأصحاب العلامات أن يكونوا مشاركين في المسابقة وفي نفس الوقت

محتضنين للتظاهرة، مع العلم أن العلامات الفائزة في الدورة الأولى 2009 لا يحق لها دخول السباق من جديد في دورته الثانية.

يشار إلى أن آخر أجل لاستلام ملف الترشيح للمسابقة هو يوم 20 أكتوبر



الشملي يسلم جائزة أحمد الفانزين

Prise de conscience élevée par les entreprises marocaines de l'importance des marques dans la commercialisation de leurs produits."

Environ la moitié du total des demandes d'enregistrement des marques revient aux secteurs des services et de l'agroalimentaire."

La législation marocaine contient un grand nombre de principes énoncés par les dispositions de l'ACTA."

## «L'ACTA ne nuira pas à la circulation transfrontalière des médicaments génériques»

**L'OMPIC a mis en œuvre un programme pour orienter la recherche dans les universités vers les besoins de l'entreprise, en les faisant bénéficier de l'information technique contenue dans les documents de brevets.**

PROPOS RECUEILLIS PAR  
REDOUANE CHAKIR

**Le MATIN : Par quoi se distingue la deuxième édition des "Morocco Awards" ?**  
ADIL EL MALIKI : Après le succès qu'a connu la 1re édi-

L'Office déploie tous ses efforts afin d'instaurer une culture de brevets et développer l'esprit de créativité et d'innovation auprès de toutes les institutions chargées de la recherche et développement."

tion des "Morocco Awards", le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles technologies, en collaboration avec l'OMPIC, a décidé de rendre cette manifestation annuelle. L'objectif reste le même: récompenser, valoriser et encourager les marques marocaines les plus performantes et les plus dynamiques. Cette deuxième édition se démarque par la création du trophée de « la Marque innovante », c'est-à-dire une marque qui a contribué au développement et à la réputation de son entreprise.

**Qu'en est-il du dépôt des marques ces dernières années ?**

Les dépôts d'origine marocaine sont en évolution constante. Hors renouvellement, ils ont atteint 5.678 demandes en 2009 contre 4.630 une année auparavant, soit une progression de 22,6%, représentant ainsi 35% du total des marques déposées, au lieu d'uniquement de 29% en 2008. Cette augmentation témoigne d'une prise de conscience élevée de la part des entreprises marocaines de l'importance des marques dans la commercialisation et la différenciation de leurs produits et services. S'agissant de l'année 2010, les marques marocaines déposées à l'OMPIC au cours des huit premiers ont

atteint 3.886 demandes contre 3.556 durant la même période de 2009, soit une augmentation de 10%.

**Trouvez-vous que les marques ayant participé à la première édition présente "fidèlement" le paysage des marques marocaines ?**

Pour rappel, 72 dossiers de candidatures ont été déposés à l'OMPIC pour la participation à la première édition des "Morocco Awards". 67 marques ont été retenues, réparties en 36 autres marques de fabrique, 19 marques de service et 12 marques dans la catégorie "commerce et distribution". Signalons que durant 2009, la répartition des demandes de marques déposées à l'OMPIC, selon la classification internationale de Nice, montre que les secteurs des services et de l'agroalimentaire représentent respectivement 32 et 20% du total des demandes d'enregistrement.

**Pourriez-vous nous donner une idée sur le projet d'amendement de la loi 17/97 relative à la propriété industrielle que vous avez préparée ?**

Le projet d'amendement de la loi 17/97 relative à la propriété industrielle vise à introduire l'opinion sur la "breveta-

bilité", lors de la procédure de délivrance de brevet d'invention. Ce projet sera aussi l'occasion d'apporter des améliorations aux dispositions existantes aussi bien en matière des marques que des dessins et modèles industriels. Il tiendra également compte des engagements du Maroc dans le cadre de l'Accord commercial anti-contrefaçon (ACTA) qui est en cours de négociations.

**En parlant de l'ACTA, il paraît que le Maroc prend part activement, via votre Office, aux différents cycles de négociations, alors qu'apparemment, cet accord est dénoncé par plusieurs réseaux internationaux d'associations, dont certains ont été créés rien que pour cet objet. Que gagnera le Maroc ?**

L'initiative ACTA vise à définir des standards internationaux en matière d'application des droits de propriété intellectuelle afin que le fléau croissant de la contrefaçon et du piratage puisse être combattu de manière plus efficace. Le principal objectif est de lutter contre les activités de contrefaçon et de piratage à grande échelle que l'on peut qualifier d'activités criminelles et qui présentent de grands risques pour la santé et la sécurité

publiques. L'accord commercial relatif à la contrefaçon n'entravera aucunement la capacité des signataires à respecter les droits et les libertés fondamentaux. Il se conformera à l'Accord sur les aspects des droits de la propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC) et à la Déclaration sur les ADPIC et à la santé publique de l'OMC. Cet accord ne nuira pas à la circulation transfrontalière des médicaments génériques légitimes.

Il est à noter qu'en marge des différents rounds, des réunions ont été organisées avec les ONG afin d'expliquer et de clarifier les objectifs de cet accord et de répondre aussi à leurs différentes interrogations. Pour ce qui est du Maroc, sa législation contient un grand nombre de principes énoncés par les dispositions de l'ACTA.

**Croyez-vous que l'objectif que vous vous êtes fixés de 1.000 brevets d'invention marocains déposés à l'horizon 2014 est toujours réalisable ? Et où en êtes-vous actuellement ?**

Au cours des sept premiers mois de l'année 2010, les demandes de brevets d'invention d'origine marocaine ont noté une évolution de 12%, soit 92 brevets d'invention déposés contre 81 en 2009. Cette évolution est due essen-



Adil El Maliki, directeur général de l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC)

tiellement à l'augmentation notable de 43,5% des demandes de brevets d'invention déposées par des personnes morales par rapport à la même période en 2009, soit 33 demandes de brevets en 2010 contre 23 en 2009. Aussi, les demandes de brevets d'invention déposées par les universités marocaines ont nettement évolué en comparaison avec 2009; 16 brevets universitaires (7 universités) en 2010 contre 2 l'année précédente.

Dans ce sens, l'Office déploie tous ses efforts afin d'instaurer une culture de brevets et développer l'esprit de créativité et d'innovation auprès de toutes les institutions chargées de la recherche et développement. En effet, il a mis en œuvre un programme visant à orienter les recherches au sein des universités vers les besoins de l'entreprise en les faisant bénéficier de l'information technique contenue dans les documents de brevets et en organisant des journées thématiques de valorisation de la recherche. ■

# La course est lancée pour les Morocco Awards

**MARQUES** Elles étaient 4 entreprises à être primées lors de la 1<sup>ère</sup> édition de Morocco Awards, elles seront cinq cette année. Lesquelles ? Réponse le 3 décembre prochain.

Bouchra Alaoui Ismaili

Plus qu'une simple compétition, Morocco Awards représente aujourd'hui une sorte de label qui prime la créativité et l'innovation des entreprises marocaines. Celles-ci ont jusqu'au 15 octobre pour s'inscrire au concours 2010. Critères exigés : innovation, bonne politique marketing, performance, qualité du

produit et sens de la citoyenneté. L'entreprise la plus méritante dans chaque catégorie (fabrique, services, commerce et distribution) se verra décerner un trophée qui récompense la créativité. Un 4<sup>e</sup> trophée (prix du public) est prévu pour couronner l'entreprise qui remportera le plus de voix suite à un sondage auprès de 1.200 consommateurs. Nouveauté de cette année, un 5<sup>e</sup> trophée dit de « l'innovation » pour motiver les PME à créer leurs propres marques.

La cérémonie de remise des trophées est prévue le 3 décembre à Casablanca et sera précédée par un colloque international.

Un évènement qui réunira, pour la première fois au Maroc, des pays arabes et africains qui mettront les marques au cœur des débats.

### Podium de la 1<sup>ère</sup> édition

Plus de 67 entreprises ont participé à Morocco Awards 2009. Trois ont été primées. Dans la catégorie « marque de fabrique », c'est la Société Aïcha qui a remporté le prix, tandis que pour les « Services », c'est BMCE Bank qui s'est distinguée. Par ailleurs, la marque marocaine de prêt-à-porter Marwa a remporté le trophée de la meilleure marque de commerce et distribution. Le prix du public est revenu à Méditel. Quelles marques succéderont à ces premières championnes ? On le saura le 3 décembre. ➤



Lors de la 1<sup>ère</sup> édition, le Trophée de la meilleure marque de Service est revenu à BMCE Bank. PHOTO MÉDIATION

Les entreprises ont jusqu'au 15 octobre pour soumettre leur dossier de candidature.

Extrait d'une interview réalisé par Jeune Afrique avec Mohamed ELMANDJRA,  
Directeur Général de Meditel

### « Le contrôle de Méditel reste marocain »

**Jeune Afrique : Méditel est-il appelé à passer sous la marque Orange ?**

**M. ELMANDJRA :** Il n'y a pas d'a priori. Méditel est une marque forte. En 2009, elle a été désignée meilleure marque marocaine tous produits confondus. Il ne faut pas pour autant être dogmatique par rapport à cela. C'est une chose qui pourra être considérée, mais qui ne sera déterminée que par des soucis de performance.



# Revue de presse



Octobre 2010



PROGRAM

## MOROCCO AWARDS, SOUS LE SIGNE DE L'INNOVATION

Le coup d'envoi de la 2<sup>e</sup> édition des Morocco Awards a été lancé mardi 14 septembre à Casablanca par le ministère de l'Industrie, du commerce et des nouvelles technologies, conjointement avec l'Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale (OMPIC). Pour cette 2<sup>e</sup> édition, les organisateurs prévoient la création d'un 5<sup>e</sup> trophée : le Prix de la marque innovante, destiné à récompenser les marques qui apportent une réelle valeur ajoutée à l'entreprise, quelle que soit la taille de celle-ci.

**Inscriptions ouvertes jusqu'au 14 octobre pour les entreprises marocaines :**  
[www.ompic.org.ma](http://www.ompic.org.ma)

# Revue de presse

## Étaient présents également :



Diffusion d'un reportage dans le grand journal en langue française et arabe



Diffusion d'un reportage dans les news de 12h45 et de 20H45



Passage dans les flash info



Passage dans les flash info en arabe et en français



إشـعاع العلامات  
MOROCCO AWARDS  
LES MARQUES À L'HONNEUR

Revue de presse

Conférence 3 Juin 2010 – Casablanca

*« Annonce de la 2<sup>e</sup> édition des Morocco Awards »*

# Revue de presse



Le premier quotidien économique du Maroc

## • Rôle des marques

Un séminaire sur «le rôle des marques dans le développement stratégique de l'entreprise» sera organisé le 3 juin par la CGEM, le Ministère du Commerce et de l'industrie et l'Ompic (Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale). Ce séminaire, qui se tiendra au siège de la Confédération, entre dans le cadre des activités du Comité national pour la propriété industrielle et anti-Contrefaçon. Il a pour objectif de montrer l'intérêt de la marque en tant qu'outil de développement de l'entreprise et le rôle de sa protection dans la lutte contre la contrefaçon. Cette rencontre verra la présentation d'expériences avérées en matière de promotion de marques notamment celle de l'Union des fabricants (Unifab-France), d'associations d'entreprises de grandes marques (Chanel, Renault, Louis Vuitton...). La rencontre sera également l'occasion d'annoncer la 2e édition des Trophées « Morocco Awards ». Ce prix vise la promotion des marques marocaines à l'échelle nationale, internationale et de souligner les efforts du Maroc en matière de propriété industrielle.

## Morocco Awards 2010

Casablanca abrite, en novembre prochain, la 2e édition de "Morocco Awards 2010", pour récompenser les marques marocaines les plus performantes. Cette manifestation vise à valoriser et à encourager les marques marocaines avec la remise de trophées aux plus performantes. Elle est initiée par le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles technologies, en partenariat avec l'Ompic et en collaboration avec la CGEM. Cette 2e édition connaîtra la création d'un 5e trophée appelé le "prix de l'innovation" afin d'encourager les petites et moyennes entreprises. Le lancement des inscriptions des marques candidates débutera le 15 septembre prochain.

# Revue de presse



## 2e édition des Morocco Awards 2010 à Casablanca

La ville de Casablanca abrite, en novembre prochain, la 2ème édition de "Morocco Awards 2010", pour récompenser les marques marocaines les plus performantes.

Cette manifestation, initiée par le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies, en partenariat avec L'Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale (OMPIC) en collaboration avec la Confédération Générale des Entreprises du Maroc (CGEM), vise à valoriser et à encourager les marques marocaines avec la remise de Trophées aux plus performantes d'entre elles.

Lors d'une conférence de presse organisée jeudi, au siège de la CGEM à la capitale économique, les organisateurs ont indiqué que cette 2ème édition connaîtra des nouveautés, en particulier la création d'un 5ème Trophée appelé le "prix de l'innovation" afin d'encourager les petites et moyennes entreprises.

Le lancement des inscriptions des marques candidates débutera le 15 septembre prochain, ont-ils tenu à expliquer précisant que la participation est ouverte à toutes les entreprises marocaines, titulaires d'une marque de Fabrique, de Commerce et Distribution ou encore de service, exception faite des marques ayant remporté les Trophées 2009.

Et d'ajouter que la cérémonie de remise des Trophées de "Morocco Awards 2010" sera précédée par un colloque international sur les marques, qui réunira des pays arabes et africains.

La 1ère édition de "Morocco Awards a été organisée le 4 décembre 2009 à Tanger, avec la participation de 200 invités du monde économique, 67 entreprises candidates ainsi qu'une importante délégation étrangère qui avait participé également à la 2ème rencontre euro-méditerranéenne des Comités de lutte contre la contrefaçon.

Les Trophées "Morocco Awards" sont attribués aux marques marocaines les plus performantes dans les catégories "Commerce et distribution", "service", "Fabrique", outre le trophée du public.-(MAP)-

aufait/MAP

# Revue de presse



## Morocco Awards dorénavant une manifestation annuelle

### **Le calendrier et les nouveautés de l'édition 2010 seront dévoilés jeudi 3 juin**

« Récompenser les marques les plus innovantes, celles qui sont dans nos esprits et dans nos coeurs... ». Ahmed Reda CHAMI Ministre de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles

Technologies résumait ainsi l'objectif des « Morocco Awards » organisés pour la 1ère fois à Tanger, le 4 Décembre 2009.

Devant le succès rencontré par cette initiative, le Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies en partenariat avec l'Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale, a décidé de rendre annuelle cette manifestation.

Une conférence de presse sera organisée, jeudi 3 juin, animée par Mme Mounia BOUCETTA, Secrétaire Général du Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies et M. Adil El MALIKI, Directeur de l'OMPIC, pour dévoiler le calendrier ainsi que les nouveautés de l'édition 2010.

#### "Morocco Awards" : Casablanca accueille la 2e édition

Devant le succès rencontré par les «Morocco Awards» organisés pour la 1re fois à Tanger, le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies, en partenariat avec l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale, a décidé de rendre annuelle cette manifestation. La 2e édition de ce événement aura donc lieu à Casablanca. Pour présenter sa prochaine étape, une conférence de presse se tiendra le jeudi 3 juin à la CGEM. Elle sera animée par Mounia Boucetta, secrétaire général du ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies et Adil El Maliki, directeur de l'OMPIC. Au cours de la conférence de presse seront dévoilés le calendrier ainsi que les nouveautés de cette édition 2010... Un séminaire sous le thème « Le rôle des marques dans le développement stratégique de l'entreprise » est aussi prévu au programme. Organisée en partenariat avec la CGEM, cette rencontre vise à présenter d'autres expériences en matière de promotion des marques, notamment celle de l'Union des fabricants (UNIFAB-France), association qui regroupe de grandes entreprises comme Chanel, Renault, Louis Vuitton.

#### Les marques sur les starting-blocks

La 2e édition de "Morocco Awards", qui récompensent les marques les plus innovantes, est annoncée pour novembre prochain à Casablanca. Les organisateurs tablent sur un taux de participation plus élevé que lors de la 1re édition.

Soufiane Chakkouch

Après le franc succès qu'a connu la première édition des "Morocco Awards", Le ministère de l'Industrie et du Commerce, en collaboration avec l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC) et la CGEM, a décidé de reconduire cet événement pour novembre prochain. Et c'est la capitale économique qui a été choisie pour abriter cette 2e édition. Cette annonce est survenue à l'occasion du séminaire organisé le jeudi 3 juin dans les locaux de la CGEM sous le thème «Le rôle des marques dans le développement stratégiques de l'entreprise».

Les "Morocco Awards" est un concours qui vise à promouvoir les marques marocaines, tout en mettant l'accent sur les actions menées par le Royaume en matière de propriété industrielle. La manifestation est aussi l'occasion de remettre des trophées aux plus performantes des marques nationales. La grande nouveauté de cette seconde édition est la création d'un 5e trophée appelé le "Prix de l'innovation" afin d'encourager les petites et moyennes entreprises. Deux autres innovations sont à noter aussi, à savoir, un partenariat avec la CGEM et un colloque mondial sur le traité de Singapour (voir encadré).

Les inscriptions des marques



"Morocco Awards 2009" annoncés pour novembre à Casablanca.

Création d'un 5e trophée : « Prix de l'innovation ».

67 entreprises candidates à la 1re édition.

postulantes débiteront le 15 septembre prochain et se clôtureront un mois après pour être traitées du 27 octobre au 26 novembre. Toutes les entreprises marocaines détentrices d'une marque de fabrique, de commerce et distribution ou encore de service, peuvent participer à ce concours à l'exception des marques lauréates en 2009. Les critères de sélection des marques championnes s'appuieront sur le degré d'innovation, la politique marketing de la marque, l'évolution, la performance et la qualité du produit. Toutefois, le «taux de citoyenneté» des entreprises sera également pris en considération.

De même que l'année précé-

dente, la cérémonie de remise des trophées de "Morocco Awards 2010" sera précédée d'une conférence internationale, première du genre car elle regroupera des pays arabes et africains. Le débat portera sur le droit des marques.

Par ailleurs, les organisateurs prévoient un taux de participation plus important que l'an dernier. Avec 67 entreprises candidates et une importante délégation étrangère (qui avait participé à la 2e rencontre euro-méditerranéenne des Comités nationaux de lutte contre la contrefaçon), la 1re édition était déjà une réussite. La manifestation a été présidée par un jury formé de professionnels de l'univers de l'entreprise et de la communication.

Rappelons que le prix de la catégorie "Commerce et Distribution" a été décerné l'année dernière à la marque féminine du prêt-à-porter "Marwa". Le trophée de la marque de services a été attribué à BMCE Bank. Par ailleurs, le prix du public a été décerné à Medinel, Notons aussi que ce même échantillon de 1200 individus, représentatif de la population nationale, préfère à 65% les produits locaux, ce qui est très encourageant pour l'économie nationale. ♦

#### Le Traité de Singapour

Le Traité de Singapour (Singapore Treaty on the law of trademarks-STL) a pour but la révision et l'élargissement du champ d'application du traité de 1994 sur le droit des marques. Il est entré en vigueur le 16 mars 2009 et a été adopté en mars 2006 à Singapour lors d'un meeting rassemblant 147 Etats membres de l'OMPI. Ce traité définit dans un cadre plurilatéral les dispositions relatives à la communication électronique, à l'inscription des licences dans les registres nationaux des marques, aux normes prévoyant des mesures en cas d'observation des délais. Ces innovations sont importantes dans la mesure où elles facilitent l'obtention "de la protection" par les déposants à l'échelle mondiale.

# Revue de presse



**Casablanca- La ville de Casablanca abrite, en novembre prochain, la 2ème édition de "Morocco Awards 2010", pour récompenser les marques marocaines les plus performantes.**

Cette manifestation, initiée par le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies, en partenariat avec L'Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale (OMPIC) en collaboration avec la Confédération Générale des Entreprises du Maroc (CGEM), vise à valoriser et à encourager les marques marocaines avec la remise de Trophées aux plus performantes d'entre elles.

Lors d'une conférence de presse organisée jeudi, au siège de la CGEM à la capitale économique, les organisateurs ont indiqué que cette 2ème édition connaîtra des nouveautés, en particulier la création d'un 5ème Trophée appelé le "prix de l'innovation" afin d'encourager les petites et moyennes entreprises.

Le lancement des inscriptions des marques candidates débutera le 15 septembre prochain, ont-ils tenu à expliquer précisant que la participation est ouverte à toutes les entreprises marocaines, titulaires d'une marque de Fabrique, de Commerce et Distribution ou encore de service, exception faite des marques ayant remporté les Trophées 2009. Et d'ajouter que la cérémonie de remise des Trophées de "Morocco Awards 2010" sera précédée par un colloque international sur les marques, qui réunira des pays arabes et africains.

La 1ère édition de "Morocco Awards a été organisée le 4 décembre 2009 à Tanger, avec la participation de 200 invités du monde économique, 67 entreprises candidates ainsi qu'une importante délégation étrangère qui avait participé également à la 2ème rencontre euro-méditerranéenne des Comités de lutte contre la contrefaçon.

Les Trophées "Morocco Awards" sont attribués aux marques marocaines les plus performantes dans les catégories "Commerce et distribution", "service", "Fabrique", outre le trophée du public.

Source : MAP



# Revue de presse



## Morocco Awards 2010 : Casablanca ville hôte

Après le succès rencontré en 2009, les Morocco Awards remballent pour une deuxième édition 2010. Cette année, le concours qui met en valeur et encourage les marques marocaines, associe le ministère du Commerce et l'OMPIC avec, comme grande nouveauté, la collaboration de la CGEM.

L'autre nouveauté de cette année est la création d'un 5ème trophée baptisé «Prix de l'Innovation» pour encourager les PME inscrites au concours.

La ville de Casablanca accueillera la cérémonie de remise des prix prévue pour le 30 novembre. À l'instar de la précédente édition, la participation à ce concours est ouverte à toutes les entreprises marocaines titulaires d'une marque de fabrique, de commerce, ou de distribution. Les marques ayant remporté des trophées l'année précédente sont exclues de la compétition cette année, mais celles ayant déjà concouru peuvent retenter leur chance pour cette deuxième édition des Morocco Awards 2010. Les inscriptions débuteront le 15 septembre prochain pour être closes un mois plus tard, date à laquelle démarrera le traitement des dossiers. Les candidats doivent répondre à de nombreux critères de sélection, à commencer par le degré d'innovation, la performance et la qualité du produit.

Les membres du jury de cette édition seront présentés à la presse le 26 octobre. Un jury différent de celui de l'an dernier. D'autres part un nouveau sondage d'opinion sera effectué auprès d'un échantillon de 1.200 personnes pour décerner le Trophée du Public à la marque qui obtiendra le plus de voix.

Comme pour 2009, l'édition 2010 prévoit l'organisation d'un colloque international sur le Traité de Singapour qui réunira, pour la première fois au Maroc, des experts de pays arabes et africains pour débattre sur le droit des marques. Un traité que le Maroc n'a pas encore ratifié mais dont la démarche en vue d'y adhérer est en cours d'étude.

La première édition qui s'est tenue le

4 décembre à Tanger avait connu la participation de près de 70 entreprises qui se sont portées candidates au concours. De même qu'elle avait accueilli une importante délégation étrangère qui avait participé à la deuxième rencontre euroméditerranéenne des Comités nationaux de lutte contre la contrefaçon.

L'année dernière, Marwa avait reçu le Trophée de la catégorie commerce et distribution.

Le trophée de la marque de service est revenu à BMCE Bank, tandis que celui de la marque de fabrique a été remporté par Aïcha. Enfin, le Trophée du Public a été attribué à Méditel.

*J. B.*



## Morocco Awards à Casablanca

**Après le succès qu'a connu la 1ère édition des Morocco Awards, le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles technologies, en partenariat avec l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC), a décidé de rendre annuelle cette manifestation, annonce un communiqué de presse.** Dans cet esprit, une conférence de presse dédiée à la présentation de l'édition 2010 se tiendra jeudi 3 juin à Casablanca. Cette conférence sera animée par Mounia Boucetta, secrétaire générale du ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles technologies et Adil El Maliki, directeur de l'OMPIC. Dans ce cadre, le calendrier et les nouveautés de cette édition 2010 seront dévoilés, précise le communiqué. Pour rappel, la conférence sera précédée par un séminaire sur «Le rôle des marques dans le développement stratégique de l'entreprise».

## Morocco Awards tient sa 2<sup>e</sup> édition

**La ville de Casablanca abritera, en novembre prochain, la 2ème édition de «Morocco Awards 2010», pour récompenser les marques marocaines les plus performantes.**

Cette manifestation, initiée par le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles technologies, en partenariat avec l'OMPIC et en collaboration avec la CGEM, vise à valoriser et à encourager les marques marocaines avec la remise de Trophées aux plus performantes d'entre elles. Lors d'une conférence de presse organisée jeudi, au siège de la CGEM dans la capitale économique, les organisateurs ont indiqué que cette 2ème édition connaîtra des nouveautés, en particulier la création d'un 5ème Trophée appelé «Prix de l'innovation» afin d'encourager les petites et moyennes entreprises. Le lancement des inscriptions des marques candidates débutera le 15 septembre prochain, ont-ils tenu à expliquer précisant que la participation est ouverte à toutes les entreprises marocaines, titulaires d'une marque de fabrication, de commerce et distribution ou encore de service, exception faite des marques ayant remporté les Trophées 2009.

# Revue de presse

BLADI.NET

## Morocco Awards 2010 en novembre à Casablanca

**La 2ème édition de "Morocco Awards 2010" qui récompense les marques marocaines les plus compétitives, se tiendra en novembre prochain à Casablanca.**

Les inscriptions au Morocco Awards 2010, manifestation qui vise à encourager les marques marocaines dans leur développement, débuteront le 15 septembre prochain. Les candidats inscrits seront en lice pour les prix "Commerce et distribution", "Service", "Fabrique", "Public" et "Innovation".

Cette édition sera par ailleurs précédée par un colloque international sur les marques avec la participation de pays arabes et africains.

Évènement de marque, la première édition de Morocco Awards organisée en décembre 2009 avait rassemblé quelque 200 invités et 67 entreprises candidates.



# Revue de presse



## La 2<sup>e</sup> édition des Morocco Awards 2010, en novembre prochain à Casablanca

**Cette manifestation, initiée par le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies, en partenariat avec L'Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale (OMPIC) en collaboration avec la Confédération Générale des Entreprises du Maroc (CGEM), vise à valoriser et à encourager les marques marocaines avec la remise de Trophées aux plus performantes d'entre elles.**

**Lors d'une conférence de presse organisée jeudi, au siège de la CGEM à la capitale économique, les organisateurs ont indiqué que cette 2<sup>ème</sup> édition connaîtra des nouveautés, en particulier la création d'un 5<sup>ème</sup> Trophée appelé le "prix de l'innovation" afin d'encourager les petites et moyennes entreprises.**

**Le lancement des inscriptions des marques candidates débutera le 15 septembre prochain, ont-ils tenu à expliquer précisant que la participation est ouverte à toutes les entreprises marocaines, titulaires d'une marque de Fabrique, de Commerce et Distribution ou encore de service, exception faite des marques ayant remporté les Trophées 2009.**

**Et d'ajouter que la cérémonie de remise des Trophées de "Morocco Awards 2010" sera précédée par un colloque international sur les marques, qui réunira des pays arabes et africains.**

**La 1<sup>ère</sup> édition de "Morocco Awards a été organisée le 4 décembre 2009 à Tanger, avec la participation de 200 invités du monde économique, 67 entreprises candidates ainsi qu'une importante délégation étrangère qui avait participé également à la 2<sup>ème</sup> rencontre euro-méditerranéenne des Comités de lutte contre la contrefaçon. Les Trophées "Morocco Awards" sont attribués aux marques marocaines les plus performantes dans les catégories "Commerce et distribution", "service", "Fabrique", outre le trophée du public. -MAP-**

# Revue de presse

## [MarocEco.ma](http://MarocEco.ma)

**La deuxième édition de Morocco Awards 2010 aura lieu à Casablanca en novembre prochain. C'est ce qu'ont indiqué jeudi les organisateurs lors d'un séminaire tenu au siège de la CGEM sur le rôle des marques dans le développement stratégique de l'entreprise.**

L'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC), le ministère de l'Industrie, du commerce et des nouvelles technologies et la CGEM visent à travers cette manifestation à promouvoir les marques marocaines, notamment en récompensant celles les plus performantes, et à souligner les efforts du Maroc en matière de propriété industrielle. Selon ces derniers, cette 2ème édition connaîtra plusieurs nouveautés, entre autres la création d'un 5ème trophée appelé « Prix de l'innovation » dans le but d'inciter les petites et moyennes entreprises à l'innovation et à la création de valeur ajoutée.

Il est à noter que l'opération des inscriptions des marques candidates débutera le 15 septembre prochain. La participation est ouverte à toutes les entreprises marocaines, titulaires d'une marque de fabrique, de commerce et distribution ou encore de services, à l'exception bien évidemment de celles récompensées en 2009. Il est également prévu que la cérémonie de remise des trophées de Morocco Awards 2010 soit précédée par un colloque international sur les marques, qui réunira des pays arabes et africains.

Rappelons que la première édition de Morocco Awards a eu lieu le 4 décembre 2009 à Tanger, avec la présence de 200 invités du monde économique, 67 entreprises candidates ainsi qu'une importante délégation étrangère qui avait participé également à la 2ème rencontre euro-méditerranéenne des Comités de lutte contre la contrefaçon. Selon l'OMPIC, ce concours a connu un grand succès. Les trophées de la compétition sont attribués aux marques marocaines les plus performantes dans les catégories « Commerce et distribution », « services », « Fabrique », outre le « Trophée du public ». Par ailleurs, le séminaire organisé jeudi à la CGEM rentre dans le cadre des activités du Comité national pour la propriété industrielle et Anti-contrefaçon (CONPIAC). Il a pour objectif de montrer l'intérêt de l'intégration de la marque comme outil de développement dans la stratégie de l'entreprise et le rôle important de la protection de la marque dans la lutte contre la contrefaçon. Il vise également à présenter certaines expériences avérées en matière de promotion de marques, notamment celle de l'Union des Fabricants (UNIFAB - France), association d'entreprises de grandes marques (Chanel, Renault, Louis Vuitton,...).

### موروكو أوردز 2010 في نونبر القادم بالدار البيضاء

تحتضن الدار البيضاء في 30 نونبر القادم الدورة الثانية لتظاهرة "موروكو أوردز 2010" لمكافحة العلامات المغربية المتميزة. وتهدف هذه التظاهرة، التي تنظمها وزارة التجارة والصناعة والتكنولوجيات الحديثة، بشراكة مع المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية وبتعاون مع الاتحاد العام لمقاولات المغرب، إلى دعم وتشجيع العلامات المغربية من خلال منح جوائز لأكثرها كفاءة وتميزا.

وأوضح المنظمون، في لقاء مع الصحافة بمقر الاتحاد العام لمقاولات المغرب بالعاصمة الاقتصادية، أن هذه الدورة ستعرف مجموعة من المستجدات، منها منح جائزة خامسة ستحمل اسم "جائزة الابتكار" من أجل تشجيع الشركات الصغرى والمتوسطة. وأضافوا أن عمليات الترشيح ستطلق في 15 شتنبر القادم، مشيرين إلى أن باب الترشيح سيكون مفتوحا، على غرار السنة الماضية، في وجه المقاولات المغربية التي تملك علامة صناعية، في ميدان التجارة والتوزيع أو في ميدان الخدمات باستثناء العلامات الفائزة في دورة 2009.

وأكد المنظمون أنه سيتم قبل حفل توزيع الجوائز لدورة 2010 تنظيم مؤتمر دولي حول "معاهدة سنغافورة"، سيجمع في المغرب ممثلين عن بلدان عربية وإفريقية لمناقشة موضوع العلامات.

وذكر المتدخلون بنجاح الدورة الأولى من هذه التظاهرة، والتي نظمت في الرابع من دجنبر 2009 بطنجة، بحضور 200 شخصية من عالم الأعمال والمسؤولين، مبرزين أن هذه الدورة شاركت فيها 67 شركة متنافسة، إضافة إلى وفد أجنبي شارك في اللقاء الأورو متوسطي الثاني للجان الوطنية لمكافحة تزيف العلامات التجارية.

وبعد أن أشاروا إلى أن لجنة تحكيم الدورة الأولى أخذت بعين الاعتبار البعد المواطن لهذه المقاولات، ذكر المتدخلون أنه تم اختيار الفائزين بناء على عدة معايير، من أهمها مستوى الابتكار، وسياسة التسويق، والتطور، والكفاءة وجودة المنتج. وتجدر الإشارة إلى أن جوائز هذه التظاهرة تمنح للعلامات الفائزة ضمن الفئات الأربع، والتي تهتم "التجارة والتوزيع"، و"الخدمات"، و"الصناعة"، بالإضافة إلى جائزة "الجمهور"