



N°8

LA NEWSLETTER

BRANDDF

BY BRAND FACTORY

NEWS

Du 19 NOVEMBRE AU 3 DECEMBRE 2020



BRAND FACTORY VOTRE PARTENAIRE COMMUNICATION !

Nous sommes tous confrontés à une crise sanitaire sans précédent. Nous devons faire front et respecter les consignes de lutte contre la propagation du Covid-19.

Brand Factory, agence de communication spécialisée dans les relations média (traditionnels et 2.0), relations publiques, relations influenceurs, social media et e-réputation, offre un accompagnement sur-mesure pour votre communication.

Contact : secretariat@brandfactorycom.com / Tél : 0668409601



Dr. Nawal HOUTI
Founder & CEO

“ Donald Trump, diffuseur en chef de Fake News, a été battu par Biden et les Médias traditionnels. ”

Nous n'avons jamais autant entendu parler de Fake News que depuis que la pandémie du Covid 19 a touché le monde. Les vidéos, les communiqués, les alertes additionnées aux multiples théories complotistes (cas du film Hold-Up qui vient de paraître sur la vaccination), tout y passe. Devant ce raz-de-marée de fake news, le citoyen lambda ne sait plus où donner de la tête. Et comme on dit, « Trop d'info, tue l'info », si bien que l'information juste et avérée est parfois difficile à discerner tellement le cocktail émotionnel peur, angoisse et incertitude est fort chez les citoyens. A titre d'exemple, ce faux communiqué de presse sur le retour au confinement au Maroc, estampillé Primature, paru le 1^{er} novembre dernier au lendemain de l'annonce du confinement

des français. Sa diffusion sur les réseaux sociaux s'est propagée comme une trainée de poudre poussant le Chef de gouvernement à sortir de son mutisme et crier à la fake news. Pour lui, aucun confinement n'était à l'ordre du jour malgré la progression fulgurante de la pandémie et l'explosion du nombre des cas, surtout dans la région Casablanca-Settat. On peut cependant retenir que cette fausse information a eu un effet pervers, celui d'acculer le gouvernement à abandonner l'idée d'un confinement malgré l'aggravation de la situation, au risque de se décrédibiliser face à l'opinion publique !

Aujourd'hui les diffuseurs de fake news sont passibles de sanctions pénales, et l'auteur du fameux communiqué est toujours recherché. Ceci est un exemple parmi tant d'autres, mais comme dit le dicton « la nature a horreur du vide ». C'est le mutisme patent du Gouvernement, la mauvaise préparation à la gestion de crise et l'absence de RDV d'information régulier qui ouvrent la voie aux fake news. Ceci dit, la production de fake news n'est pas le simple fait de personnes malveillantes qui veulent semer la zizanie, elles peuvent également être commises par d'éminentes personnalités. Le cas le plus édifiant est celui des élections américaines avec un Donald Trump passé maître en la matière, à telle enseigne que lors de ses sorties médiatiques post-élections, les médias américains n'ont pas hésité à lui couper le micro pendant ses interventions. Le site « Novethic », un support français de référence de l'économie responsable a même titré « Donald Trump, diffuseur en chef de Fake News, battu par Biden et les Médias traditionnels ». Lorsque les diffuseurs de fake news sont des citoyens lambda mal intentionnés, on peut l'admettre. Mais lorsqu'il s'agit du président de la première puissance mondiale, c'est carrément de l'indécence.

Avis aux responsables et aux communicants en cette période de crise inédite et surtout avec l'arrivée du vaccin chinois un seul mot d'ordre : « L'information est le seul anti « fake news » crédible ! », dixit Edith Boukeu. Donc de grâce, ne suivons pas le modèle américain !



La crise du covid-19 est tellement violente qu'elle a impacté l'ensemble des secteurs d'activité. Transport, Tourisme, Restauration, Cinéma, Événementiel, Communication,..., tout y est passé. Faut-il baisser les bras et subir tous les contrecoups de cette crise inédite !? Surtout pas! Au lieu de se décourager, il est plus opportun de retrousser ses manches et multiplier les initiatives de communication afin de remettre nos entreprises et notre économie sur les bons rails d'une relance économique sans concession. Alors Comment optimiser l'utilisation des Relations publiques et presse & Media sociaux pour rester toujours dans les radars à l'heure du tout numérique.

On ne peut remettre en question l'importance pour une entreprise de communiquer, même en période de crise comme on le vit présentement. Communiquer pourquoi ? Pour se faire connaître, pour vendre ses produits et ses services, pour préserver son image,...ou encore, pour créer ou développer sa relation clients, fournisseurs, prestataires ou même partenaires.

COMMUNIQUER PAR LES RP ET LES MÉDIAS SOCIAUX

Qui par le passé, aurait pu penser que les médias sociaux pouvaient soutenir efficacement les RP pour des campagnes de communication ? Aujourd'hui, au-delà de toutes leurs différences, on se rend bien compte que les 2 sont capables de créer, mais aussi de préserver la réputation d'une entreprise ou d'une marque. Certes, les chemins pour y parvenir semblent différents mais les 2 se partagent les mêmes objectifs.

D'un côté, les RP ont une importance capitale et revêtent une valeur stratégique pour les entreprises. Elles occupent une position particulière dans la vie des sociétés, et constituent les relais publics les plus sûres. En plus de cela, elles sont reconnues depuis

très longtemps pour les avantages décisifs qu'elles apportent aux entreprises (grandes, moyennes et petites). De l'autre côté, utiliser les médias sociaux (Facebook et Instagram en particulier) permet d'être plus proche de sa cible (clients ou prospects). Les médias sociaux comportent de ce fait, des avantages considérables pour optimiser l'image d'une entreprise ou d'une marque.

“ Une bonne visibilité dans un ensemble de media offline et online est forcément bénéfique pour l'entreprise! ”

LA COMBINAISON POUR DES RÉSULTATS OPTIMISÉS

Les Relations Presse sont indispensables dans le domaine de la communication, puisqu'elles mettent la crédibilité des journalistes de votre côté « Mais ce corpus d'information écrit et documenté gagnera beaucoup en efficacité s'il est lui-même digitalisé c'est à dire enrichi vers des liens dématérialisés d'information, de démonstration ou de témoignage qui viennent compléter son contenu : vidéos, podcasts,..., blogs, sites de référence », précise Laurence Jacquillat, directrice générale et fondatrice de l'agence Jcom, dans sa tribune sur culture RP.

Outre cela, les médias sociaux ont la capacité de renforcer les retombées presse des journaux, des magazines, des radios et TV. Une bonne

visibilité dans un ensemble de media offline et online est forcément bénéfique pour l'entreprise. Par contre, il faudrait user de subtilité dans la combinaison stratégique des RP et des médias sociaux, car, aussi séduisante que paraît cette combinaison, la moindre erreur de contenu pourrait être fatale pour l'image de marque.

Jouer aux jeux vidéo en streaming, directement sur un navigateur ou dans l'application Facebook, sans toutefois les télécharger est le pari osé et réussi du géant des réseaux sociaux en lançant sa nouvelle plateforme de Cloud Gaming.

En effet, Facebook vient de lancer officiellement la version bêta de son service de cloud gaming. Un nouveau format de jeu vidéo qui permet de jouer sur tous les téléphones Android sans avoir à télécharger de contenu. La particularité du cloud gaming est la sauvegarde des progressions directement dans Facebook. Toutefois, les utilisateurs d'Apple devront encore patienter puisque le cloud gaming de Facebook n'est pas encore disponible pour le système iOS.



LE NOMBRE D'ABONNÉS D'UN COMPTE EST DÉSORMAIS VISIBLE SUR SNAPCHAT

Bonne nouvelle pour les influenceurs et les créateurs de contenu. C'est maintenant possible d'afficher publiquement le nombre d'abonnés sur son compte Snapchat.

C'est fait, depuis le début de ce mois, le réseau social du petit fantôme a apporté un changement au niveau de ses paramètres de compte qui pourra s'avérer particulièrement utile, notamment pour les utilisateurs férus de ce réseau. En effet, ces derniers peuvent désormais afficher publiquement la taille de leur communauté afin d'attirer davantage les marques et les sponsors. En mettant en ligne ce nouveau paramètre, Snapchat emboîte le pas à Facebook, Instagram, Tiktok,...

“ Snapchat emboîte le pas à Facebook, Instagram et Tiktok. ”

Coup de
Coeur

Hôtels de Luxe

LE GROUPE HIVERNAGE COLLECTION FAIT
PEAU NEUVE ET RÉOUVRE SES PORTES

Le groupe Hivernage Collection, marque d'hôtellerie de luxe a annoncé dans un communiqué publié en octobre dernier, la réouverture officielle de ses établissements. En l'occurrence l'Hivernage Hôtel & Spa, la Table du Marché et le Luxury Lifestyle Hôtel «The Pearl Marrakech».

A l'instar de l'ensemble des établissements hôteliers de la ville Ocre, la réouverture des établissements hôteliers et gastronomiques du groupe Hivernage Collection a minutieusement été préparée. Ainsi, la Table du Marché et l'établissement hôtelier Hivernage Hôtel & Spa ont profité de cette période de fermeture pour faire leur cure de jouvence et bien roder le protocole sanitaire recommandé par les autorités locales. Quant au Pearl Marrakech, le groupe Hivernage Collection a préféré garder son design baroque aux allures Art déco, tout en opérant quelques changements pour répondre aux normes de la prestigieuse enseigne de Luxe « Nobu ». En effet, une collaboration avec MC Hôtels et Nobu Hospitality a été actée afin de faire du Pearl Marrakech le tout premier "Nobu Hôtel et Restaurant" d'Afrique en 2021.

“ Une
collaboration
avec MC
Hôtels et Nobu
Hospitality a
été actée afin
de faire du
Pearl Marrakech
le tout premier
“Nobu Hôtel
et Restaurant”
d'Afrique en
2021. ”



Coup de
Coeur

Barceló Palmeraie

SACRÉ « MEILLEUR HÔTEL ALL INCLUSIVE DU
MAROC » AUX WORLD TRAVEL AWARDS 2020

Le Barceló Palmeraie, complexe hôtelier 5* situé dans la palmeraie de Marrakech, a reçu le Award du « meilleur hôtel all inclusive du Maroc » aux World Travel Awards 2020. Un prix équivalent aux "Oscars" pour le tourisme mondial.

Cette année et c'est une première, la cérémonie s'est tenue de manière virtuelle à cause de la situation particulière du covid-19 que connaît le monde. Cependant, selon les organisateurs, les WTA 2020 ont reçu un nombre record de votes du public. Ce qui pourrait révéler l'immense désir de voyager des touristes.

L'année dernière, le Barceló Palmeraie avait remporté la même récompense aux World Travel Awards. Un exploit réédité cette année, qui met en lumière la qualité des offres de ce bijou de complexe hôtelier, niché au cœur de la Palmeraie et inspiré par la culture et les coutumes locales.

“ Un exploit mettant la lumière sur la qualité des offres de ce bijou de complexe hôtelier. ”



Influence

GIS

LA 4^{ÈME} ÉDITION DU GIS REPORTÉE
À L'ANNÉE PROCHAINE

En raison de la crise du Covid-19, la 4^{ème} édition du Global Influencers Summit (GIS), qui devait se tenir initialement en novembre à Marrakech autour du thème : « Be a positive influencer in Vuca World » a été reportée à 2021. Ce report a été décidé d'un commun accord avec l'ensemble des partenaires du GIS et en respect des restrictions sanitaires établies par les autorités nationales. La nouvelle date du GIS sera communiquée ultérieurement.

Pour rappel, le Global Influencers Summit (GIS) est le premier sommet international des influenceurs au Maroc, organisé

“ Le Global Influencers Summit (GIS) est le premier sommet international des influenceurs au Maroc, organisé par l'agence Brand Factory. ”



par l'agence Brand Factory. Son objectif est d'accompagner le développement de la communication d'influence et du Marketing digital. La première édition du GIS a été organisée en 2016. Depuis lors, l'événement est devenu le RDV annuel incontournable des Influenceurs. Le RDV est donc pris pour 2021 à Marrakech pour une édition encore plus riche et en toute sécurité !



AUDI SORT LE GRAND JEU AVEC LA "AUDI A7 SPORTBACK"



Le mardi 3 novembre dernier, Audi Maroc a présenté trois nouveaux modèles des séries emblématiques A4, A5 et A7 que compte la marque. Chaque nouveauté affiche un style particulier de technologie. Cependant, celle qui a le plus attiré nos regards est la Audi A7 Sportback.

Ce nouveau modèle de la Berline de luxe a tout pour plaire. En effet la nouvelle Audi A7 est un bijou de technologie avec plusieurs nouveautés qui ne laissent personne indifférent. En plus d'un intérieur très séduisant (écran tactile, climatisation,...), la nouvelle Audi A7 Sportback

“
Ce nouveau
modèle de
la Berline
de luxe a
tout pour
plaire.”

dispose de nouvelles technologies (telle que la technologie quattro) qui confèrent à son conducteur une grande facilité de maniabilité pour mieux exploiter tout le potentiel de la berline.

La nouvelle Audi A7 présente également une parfaite synthèse entre confort et sportivité. Capable de rouler sur les routes non bitumées et elle est tout aussi confortable sur les grandes voies.

Audi A7 est disponible au Maroc en 2 modèles de motorisations :

- Diesel 40 TDI en boîte automatique S Tronic à 7 rapports à partir de 770.000 Dhs.
- Diesel 50 TDI en boîte automatique, type Tronic à 8 rapports, finition Sline à partir de 970.000 Dhs

Distribution chez : CAC

Lifestyle

Technologie

SONY SORT LE NOUVEL ÉCOUTEUR SANS FIL WF-XB700 !!!



Du nouveau au Maroc !!! Sony Moyen-Orient et Afrique vient d'annoncer le lancement du tout nouvel écouteur Bluetooth sans fil WF-XB700. Un nouveau produit Sony qui allie design et qualité afin d'améliorer l'expérience quotidienne d'écoute et donner du style à ses utilisateurs.

Les nouveaux écouteurs WF-XB700 allient une liberté totale de mouvement à un look unique et audacieux. Son design ergonomique assure un confort qui dure plus longtemps que la précédente série. Côté autonomie de batterie, rien à dire. En effet, le WF-XB700 peut enchaîner jusqu'à 18 heures d'écoute active de musique grâce à un étui de charge pratique. Une recharge rapide de 10 minutes offre jusqu'à 60 minutes de lecture de musique.

“
**Ce nouvel
accessoire de
Sony embarque
avec lui la
technologie
IPX4 qui lui
permet de
résister à l'eau.**
”

Ce nouvel accessoire de Sony embarque avec lui la technologie IPX4 qui lui permet de résister à l'eau, que demander de plus !?

City

Londres, meilleure métropole au titre de l'année 2021



Le cabinet de conseil international, Resonance Consultancy, vient de désigner comme il le fait chaque année, le nom de la meilleure ville du monde au titre de l'année 2021. Et pour la cinquième année consécutive, Londres occupe la première place des meilleures métropoles du monde. Après la capitale de l'Angleterre, on retrouve dans le top 10 de ce classement les villes de New York, Paris, Moscou, Tokyo, Dubaï, Singapour, Barcelone, Los Angeles et Madrid. On espère qu'une métropole du Royaume fera partie de ce top 10 les prochaines années.

Le
chiffre

Agriculture

LA VALEUR AJOUTÉE AGRICOLE ESTIMÉE À 11% DANS LE PROJET DE LOI DE FINANCES 2021

Après un recul de 4,5% cette année, la valeur ajoutée agricole devrait certainement augmenter de 11%, selon les estimations du projet de Loi de Finances 2021. Ainsi, tenant compte de l'évolution des impôts et taxes (5,3%) sur les produits nets de subventions, le PIB de l'agriculture marocaine devrait progresser de 4% l'année prochaine.

Cette croissance de 11% de valeur ajoutée agricole que prévoit le PLF 2021 est possible grâce à la performance du secteur céréalier. En effet, le secteur céréalier affiche une croissance de 119%. La production céréalière devrait ainsi atteindre 70 millions de quintaux contre 32 millions lors de la campagne agricole précédente (2019/2020).

“ Le PIB agricole devrait progresser de 4% l'année prochaine ! ”



Par ailleurs, dans son rapport économique et financier, le Projet de Loi de Finances 2021 met en avant le rôle essentiel que joue l'agriculture dans l'économie marocaine. Le secteur agricole est un grand générateur d'emplois. Il employait 32,5% de la population active en 2019 selon le HCP. Ce secteur a aussi montré une forte résilience, malgré l'impact des aléas climatiques que connaît le pays, et ce grâce au soutien massif de l'état dans le cadre du Plan Maroc Vert.

Myads
by Webeuz



MYADS AGENCE DIGITALE 100% EN LIGNE
VISIBILITÉ, NOTORIÉTÉ ET PERFORMANCE À PORTÉE DE CLICK.

AGISSEZ
MAINTENANT

Le
chiffre

Presse écrite

LE MAROC A PERDU 147 JOURNAUX PAPIER ENTRE 2018 ET 2020

Ce n'est plus un secret de polichinelle, la presse marocaine vit des jours difficiles. En effet, lors de la présentation du budget du secteur de la communication pour l'année 2021 devant la

le secrétaire général du ministère de la culture, de la jeunesse et du sport, Mustapha Tamimi a annoncé en présence du ministre de la culture, de la jeunesse et des sports, Othmane El Ferdaous, que le nombre des journaux papier avait fortement reculé durant

ces deux dernières années pour atteindre 105 cette année contre 252 en 2018. Soit une perte de 147 titres de journaux en papier en 2 ans.

“Le nombre total d'autorisations de création des journaux électroniques s'élevait à 1.016 à fin septembre 2020.”

Pourquoi une telle régression du nombre de journaux papiers ?

Les raisons sont multiples.

Cependant, le secrétaire général

n'a pas manqué de souligner que le nombre

total d'autorisations de création des journaux électroniques s'élevait à 1.016 à fin septembre 2020. Alors, si tous passaient au digital, qu'advierait-il de la presse papier au Maroc ?

commission de l'enseignement, de la culture et de la communication à la Chambre des représentants,



Sans
filtre

Le Groupe Barcelo Hotels & Resorts

ADOpte LE « WE CARE ABOUT YOU »
ET REPReND DU SERVICE !



LA PAROLE À
MR ENRIQUE
ACRICH, DG
DU GROUPE
BARCELO
MAROC

1) LA REPRISÉ D'ACTIVITÉ PASSE PAR DES MESURES D'HYGIÈNE ET DES RÈGLES SANITAIRES STRICTES. COMMENT LES ÉTABLISSEMENTS DE VOTRE GROUPE S'ADAPTENT-ILS À CETTE NOUVELLE DONNE ?

Le Barcelo Hotel Group a vite réagi en créant un ensemble de mesures pour assurer le bien-être de nos clients et de nos collaborateurs. Ce sont des mesures visant le dépassement des exigences légales et des recommandations en matière de santé que préconise l'OMS. Ces protocoles ont été développés par une task

« Chaque segment doit être traité avec une attention particulière en raison des particularités que ce moment comporte. »

force de 40 professionnels du Groupe Barceló qui comprend une série de mesures très strictes regroupées dans le programme WeCareAboutYou. Parmi ces professionnels, nous avons certains expérimentés qui ont travaillé par exemple en Afrique de l'Ouest lors de la récente épidémie d'Ebola.

Ensuite, il est vérifié que ces mesures sont conformes à la réglementation de chaque pays et sont adaptés à chaque hôtel pour réaliser

un environnement sûr pour le client mais discret pour minimiser l'inconfort. En tout cas ce sont les mesures que nous avons toujours appliquées dans les hôtels, quelque chose que nos clients ont toujours valorisé parmi les aspects les plus remarquables. Seulement maintenant ils doivent être visibles et réalisés avec encore plus de soin, pour assurer à nos collaborateurs et nos clients qu'ils sont dans un environnement sûr.

L'application de ces protocoles dans chaque hôtel du Groupe est certifiée par les audits internationaux Bio9000 et BioLab en EMEA, Cristal dans

les hôtels aux USA et en Amérique latine.

2) SELON VOUS, DANS LE CADRE DE CETTE REPRISE D'ACTIVITÉS, QUEL EST LE TYPES DE CLIENTÈLE À PRIORISER DANS LA STRATÉGIE COMMERCIALE HÔTELIÈRE (CLIENTÈLE AFFAIRE, LA CLIENTÈLE MICE,...) AVEC LA CONJONCTURE COVID?

Dans la situation actuelle avec autant d'inventaire de chambres disponibles, nous ne pouvons pas parler de prioriser un segment avec des avantages par rapport à un autre. Chaque segment doit être traité avec une attention particulière en raison des particularités que ce moment comporte. Et nous les visons toutes puisque l'intérêt est de garder les hôtels ouverts et de garantir des emplois même à 1% du temps de travail habituel, dans l'espoir de revenir progressivement à une situation normale.

La clientèle d'affaires est ce qui représente aujourd'hui la grande majorité de nos clients dans nos hôtels d'affaires comme le Barceló Anfa et le Barceló Casablanca, mais aussi à Fès. En raison des incertitudes du moment, nous devons être très flexibles et, comme les principales chaînes hôtelières, Barceló a assoupli toutes ses politiques de vente. Le segment des réunions, des conférences et des expositions souffre énormément en raison des restrictions de rencontre, nous appliquons donc une grande flexibilité pour confirmer l'événement et le nombre de participants. D'autre part, les réunions ont été considérablement réduites et sont parmi les coûts les plus élevés des mesures de sécurité et d'hygiène puisque les salles ne peuvent désormais qu'accueillir entre 50 et jusqu'à 60% de participants en moins qu'auparavant. Ainsi, elles ont cessé d'être un

segment rentable pour le moment.

Concernant le segment loisir, et grâce aux tarifs spéciaux que nous avons lancé pour le tourisme national, nos resorts à Marrakech (le Barceló Palmeraie), et à Agadir (Allegro Agadir), ont eu de bonnes performances pendant l'été, les vacances d'octobre et en ce début novembre, bien que loin des niveaux habituels. Le segment probablement le plus touché est celui du loisir, surtout les touristes internationaux en raison des restrictions de voyage. Pour ce segment, nous préparons la saison à partir de mars 2021.

3) PLUSIEURS GROUPES HÔTELIERS ONT BEAUCOUP COMMUNIQUÉ PENDANT CETTE PÉRIODE DE CRISE. QUELLE EST VOTRE VISION DE LA COMMUNICATION EN PÉRIODE DE CRISE ?

La communication est essentielle en période de crise tant en interne envers notre équipe de collaborateurs et nos propriétaires qu'en externe envers nos partenaires commerciaux. Dans les deux cas, elle est importante pour leur assurer que nous sommes à leur côté, et que nous travaillons en nous adaptant aux nouveaux défis et en leur assurant aussi qu'ils peuvent continuer à nous faire confiance.

En ce sens, les agences média et communication telle que Brand Factory jouent un rôle fondamental et c'est pourquoi nous sommes fiers de la compter parmi nos partenaires professionnels.

La photo
Influente

Elections Américaines,
TOUT UN SYMBOLE !



Le Samedi 7 Novembre, Kamala Harris (56 ans), première femme noire et d'origine asiatique est devenue la première femme vice-présidente élue des États-Unis.

« Je suis la 1^{ère} femme à ce poste, mais je ne serai pas la dernière. Et toutes les petites filles qui nous regardent ce soir savent maintenant que c'est un pays d'opportunités, Il faut que vous soyez ambitieuses, que vous rêviez. Il faut que vous dirigiez également avec ambitions, avec convictions. Et ce n'est pas parce que quelque chose ne s'est jamais fait qu'il ne faut pas la faire ! » (extrait de son premier discours)

Un bel exemple de leadership féminin inspirant pour toutes les femmes et les jeunes filles marocaines.



BF Public Affairs
GLOBAL ADVISORY & INFLUENCE

BF Public Affairs est le nouveau cabinet de conseil en stratégie de communication institutionnelle, politique et en influence.

BF public Affairs est une filiale du Groupe **Brand Factory**, spécialisé dans les relations publiques, presse et influenceurs.



LA NEWSLETTER

BRANDF

BY BRAND FACTORY

EWS

 [@brandfactorycom](#)

 [brandfactorypr](#)

 [Brand Factory Com Agence RP](#)

 contact@globalinfluencerssummit.com

 secretariat@brandfactorycom

 [+212668409601](tel:+212668409601)

 www.brandfactorycom.com

 www.globalinfluencerssummit.com