Saga

En ce début de mois sacré, les marques assument plus que jamais leurs engagements sociétaux.

Saga est fière de continuer à les accompagner. Après une première phase de mobilisation et d'appel au confinement, les postures de marque évoluent. L'heure est notamment à la reconnaissance des efforts des hommes et femmes qui sortent le matin, pour que nous puissions continuer à rester chez nous. Ramadan moubarak. Prenez soin de vous et de vos proches. Restez chez vous.

« *Ce Ramadan si particulier est l'occasion pour inwi de rappeler son engagement à toujours accompagner ses clients en toutes circonstances. L'opérateur marocain prend donc la parole à travers un spot marque au ton très émotionnel pour assurer que malgré le confinement, inwi fera tout pour permettre aux Marocains de rester connectés.* #khalik_fdarek, #khalik_famane »

Annonceur : inwi
Campagne : Film marque
Canaux : TV & Digital

« *Nos vies sont confinées mais la vie ne doit pas s'arrêter. C'est fort de ce constat que Ain Saiss prend la parole à travers ce spot marque. Un hommage à toutes celles et ceux qui se mobilisent quotidiennement pour nous assurer de continuer à vivre confinés en toute sécurité.* »

Annonceur : Sotherma
Campagne : Film marque Ain Saiss
Canaux : TV & Digital

« *Parmi les marques automobiles les plus actives pendant cette période de confinement, KIA a répondu à l'appel de l'association Initiative Urbaine en mettant à leur disposition des véhicules pour les aider à distribuer des denrées alimentaires à 1000 familles en situation de précarité.* #kiam2ak »

Annonceur : KIA
Campagne : Opération terrain #kiam2ak
Canal : Digital

CRISE SANITAIRE COVID-19 : DES LUEURS D'ESPOIR AU BOUT DU TUNNEL

Les secteurs qui ressortiront gagnants de cette crise selon le rapport d'Attijari Global Research

Le caractère inédit de la crise sanitaire actuelle devrait certainement avoir des répercussions majeures (...) sur le business model de plusieurs secteurs d'activité.

Les **télécommunications** bénéficieront d'une nouvelle dynamique de croissance et ce, pour deux raisons. D'une part, l'augmentation de plus de 50% de la consommation de data mobile durant la période de confinement. D'autre part, le fait que le confinement favorise le changement des habitudes de consommation au Maroc.

Les activités **agroalimentaires** devraient gagner en importance stratégique (...). Premièrement, cette activité n'accuse aucune perturbation de sa chaîne de valeur grâce à la bonne tenue de ses composantes offre et de mande. Deuxièmement, ce secteur est un grand pourvoyeur d'emplois qui pourrait jouer un rôle actif durant cette crise. Troisièmement, de nouvelles opportunités à l'export émergeront dans un contexte où la question de la sécurité alimentaire semble prendre le dessus au sein des grandes économies.

La **distribution moderne** est devant une opportunité unique pour augmenter considérablement son taux de pénétration au sein de l'économie. Nous relevons l'implémentation de la digitalisation à travers le lancement des services de commande en ligne et de livraison à domicile.

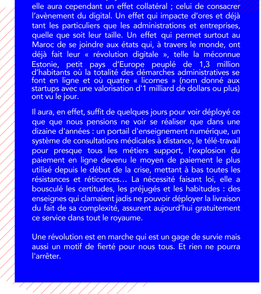
SOURCE :

Attijari Global Research; Research Report Strategy avril 2020 : « Crise sanitaire Covid-19, des lueurs d'espoir au bout du tunnel.»

À télécharger sur le lien suivant : https://saga.ma/mail/4/AGR-strategy-report-covid-19-avril-2020.pdf

#Digital_Fact

Interview avec Simo Sedraty
pour déchiffrer l'impact du Covid-19 sur le marketing d'influence au Maroc



Arrivés à la cinquième semaine de confinement, nous avons été curieux de savoir comment nos stars du digital vivaient le confinement et comment le Covid-19 avait impacté leur quotidien. Et qui mieux que Simo Sedraty, un des premiers podcasteurs et créateurs de contenus marocain qui a émergé notamment grâce à sa chaîne YouTube en 2013, pour nous en parler.

Simo, comment as-tu réagi à l'annonce du confinement et quel a été l'impact sur tes collaborations?
Sincèrement, il y a eu beaucoup de réticence à prendre la parole chez mes compères, quant à moi, j'ai décidé de très vite réagir sur mes réseaux pour avertir et surtout inciter les internautes à respecter les mesures annoncées par l'État. J'ai aussi très vite convenu avec mes partenaires d'arrêter toutes les prises de paroles commerciales qui ne sont certainement pas les bienvenues en ces circonstances. Que ce soit pour des marques que j'accompagne ou d'autres, j'insiste sur le fait qu'aujourd'hui, seules des actions de solidarité et RSE totalement désintéressées de la part des marques, sont à l'ordre du jour.

Nous sommes déjà en cinquième semaine de confinement, as-tu remarqué un changement au niveau de ton audience ?
La crise a aussi ses avantages; depuis la première semaine où le confinement a vraiment été observé, je suis passé à 3 voire parfois 5 fois plus d'audience sur mes réseaux (surtout pendant les trois premières semaines du confinement), une tendance qui s'explique par la disponibilité des internautes à consommer plus de contenus. L'occasion pour moi d'adresser des messages positifs et surtout de revenir vers mon format de prédilection: le podcast !

Quel rôle as-tu aujourd'hui en tant qu'influenceur auprès de ta communauté?
Je pense qu'il faut saisir ce confinement comme une occasion pour créer du contenu positif et utile, chacun à sa manière. Pour moi, Ramadan sera l'occasion de continuer de créer du contenu ludique sur un ton léger car la télévision à elle seule n'est toujours pas suffisante, à mon sens, pour répondre aux besoins des communautés connectées.

Comment vis-tu le confinement et quelles sont tes perspectives à court terme?
Je vis un confinement serein, à la maison, ce qui me permet de renouer avec mes premiers souvenirs, quand tous mes podcast étaient 100% home made. Un retour aux sources que je compte perpétuer, même après la fin de la crise.

Son message pour nous : stay safe, stay home !

Point de vue !

Ghita Benjelloun, Social Media Manager

Si la pandémie Covid-19 aura un impact sans précédent sur l'économie de notre pays et sur l'ensemble des Marocains, elle aura cependant un effet collatéral ; celui de consacrer l'avènement du digital. Un effet qui impacte d'ores et déjà tant les particuliers que les administrations et entreprises, quelle que soit leur taille. Un effet qui permet surtout au Maroc de se joindre aux états qui, à travers le monde, ont déjà fait leur « révolution digitale », telle la méconnue Estonie, petit pays d'Europe peuplé de 1,3 million d'habitants où la totalité des démarches administratives se font en ligne et où quatre « licornes » (nom donné aux startups avec une valorisation d'1 milliard de dollars ou plus) ont vu le jour.

Il aura, en effet, suffit de quelques jours pour voir déployé ce que nous pensions ne voir se réaliser que dans une dizaine d'années : un portail d'enseignement numérique, un système de consultations médicales à distance, le télé-travail pour presque tous les métiers support, l'explosion du paiement en ligne devenu le moyen de paiement le plus utilisé depuis le début de la crise, mettant à bas toutes les résistances et réticences... La nécessité faisant loi, elle a bousculé les certitudes, les préjugés et les habitudes : des enseignes qui clamaient jadis ne pouvoir déployer la livraison du fait de sa complexité, assurent aujourd'hui gratuitement ce service dans tout le royaume.

Une révolution est en marche qui est un gage de survie mais aussi un motif de fierté pour nous tous. Et rien ne pourra l'arrêter.