



## **Communiqué de Presse**

**Visite** : STEPHAN LOERKE, DG de la Fédération Mondiale des Annonceurs WFA

**Conférence Plénière** : Autorégulation et Mesure d'audience en publicité

**Mardi 29 janvier 2013**

Dans le cadre de son approche d'ouverture sur les expériences mondiales et les '*best practices*' dans les domaines de la Communication et de la Publicité, le Groupement des Annonceurs du Maroc a reçu en visite de travail le 29 Janvier 2013, Monsieur **Stephan LOERKE**, **Directeur Général de la Fédération Mondiale des Annonceurs** (*World Federation of Advertisers*).

Cette visite était l'occasion d'échanger sur les réalisations accomplies dans les domaines de la Communication et de la Publicité au Maroc en évaluant l'état des lieux actuel mais également d'explorer les différentes pistes de collaboration entre le GAM et WFA et de bénéficier des mécanismes d'accompagnement de la Fédération et des derniers benchmarks internationaux afin de faire avancer les chantiers stratégiques de la communication au Maroc : **l'Autorégulation de la publicité** et la mise en place des autres **systèmes de mesures d'audience** (*presse, digital, etc.*).

Une conférence plénière a été animée par Mr Stephan LOERKE autour de l'autorégulation et la mesure d'audience en publicité. Première action d'un plan spécifique qui sera mis en place par le GAM en 2013 pour célébrer son trentenaire, cette conférence a vu la présence des représentants des annonceurs, des agences, des régies, des organismes de mesure d'audience et des médias.

Dans son intervention, Mr Mounir JAZOULI, vice-président du GAM et membre élu du comité exécutif de WFA, a mis le point sur l'enjeu et l'importance des sujets traités dans la structuration du secteur de la communication et de la publicité :

- **Pour la mesure d'audience** : après la mise en place des deux systèmes de mesure d'audience TV et Radio. Il s'agit aujourd'hui de consolider et de développer ces deux expériences réussies mais surtout d'entamer la mise en place des mêmes mécanismes pour les autres médias en priorisant la presse.
- **Concernant l'autorégulation**, ce chantier a été initié au Maroc depuis quelques années dans le cadre d'une démarche collective associant toutes les parties prenantes. Les travaux ont donné lieu à l'élaboration d'un projet de code consolidé sur les pratiques de publicité et de communication ainsi qu'un projet d'organisme d'autorégulation (*le Conseil pour une Publicité Responsable CPR*).

Mr Loerke a commencé son discours par revaloriser la raison d'être première de la publicité en insistant sur sa contribution dans le développement économique des pays et son implication directe dans la croissance du PIB. Jouant les mêmes rôles auprès de tous les peuples, la publicité a besoin de s'inscrire dans une logique de mondialisation tout en respectant les spécificités locales. L'autorégulation est donc née à travers un consensus des meilleurs pratiques établi par la ICC (*Chambre de Commerce Internationale*). L'organisation s'accorde à définir les principes éthiques de la publicité (*responsabilité sociale, véracité des messages, respect de l'aspect privé, concurrence loyale...*) et à mettre en place des mécanismes d'autodiscipline de la profession visant à rendre la publicité plus responsable vis-à-vis de la société et de toutes les parties prenantes.

Dans sa 2ème partie de présentation, Mr Loerke s'est attardé sur les perspectives internationales de la mesure d'audience. Ainsi, les prévisions de croissance des médias traditionnels sur 2013 démontrent que la TV garde son pôle position suivie de l'affichage outdoor... Les annonceurs marocains respectent aussi cette tendance mondiale et pour affiner leurs choix d'investissements publicitaires, ils se basent sur les deux systèmes de mesure d'audience TV et radio considérés comme un modèle à suivre.

Dans le but d'offrir aux annonceurs un cadre réglementé qui réponde parfaitement à leurs besoins quantitatifs et qualitatifs, la WFA a inscrit dans son plan d'action la mise en place de lignes directrices universelles pour la mesure d'audience online avec 2 règles : travailler tous ensemble comme une industrie et apprendre des autres marchés !

Pour rappel, le GAM est membre de la WFA depuis 1989 et siège au sein de son comité exécutif depuis 2 ans. Cette approche d'ouverture à l'international donne accès à un benchmark mondial permettant au GAM d'être toujours à l'affût des dernières tendances et de faire profiter le Maroc des best practices dans les domaines de la communication et de la publicité mais aussi d'assurer une visibilité internationale des avancées du secteur au Maroc faisant de lui une référence régionale sur plusieurs aspects.

Contact :

Meriem BOUGHORDA

Tél : 0522 269839 / 277822