

**LES #LI2024
IMPERIALES**



DOSSIER DE PRESSE

DU 12 AU 16
FÉVRIER 2024

CARRÉ D'OR
CASABLANCA

■ THÉMATIQUE 2024

Moroccan ID

INSPIRE.CREATE.EMPOWER

NOS RACINES, NOTRE IDENTITÉ, NOTRE FUTUR...

Pour cette 7e édition de l'événement « Les Impériales », les Comités Scientifique et Éthique nous invitent à réfléchir et à débattre autour d'une thématique en lien étroit avec les moments forts qui ont marqué l'actualité nationale ces deux dernières années, et qui témoignent de la montée en puissance du Royaume aux plans national et international, dans notre industrie comme dans de nombreux secteurs de pointe. Ainsi, la thématique générale, « **Moroccan ID. Inspire. Create. Empower** » est une invitation à mieux connaître nos racines et notre identité profonde pour s'en inspirer, en refaire une force, et examiner les nombreux enjeux de l'écosystème sur le Moroccan ID.

Au regard de la mutation de la société marocaine, de la force de sa jeunesse et de ses potentiels, l'heure est venue pour les professionnels de la communication de construire un nouveau narratif pour le Maroc. De sublimer cet héritage ancestral et cette identité forte pour construire un nouveau storytelling en phase avec le Maroc d'aujourd'hui, celui de demain.



DU 12 AU 16
FÉVRIER 2024

CARRÉ D'OR
CASABLANCA

LE PROGRAMME

JOUR 1

Lundi 12 février 2024

**MEGARAMA
CASABLANCA**

20H00

SHOWREEL

**Projection
des campagnes
en lice pour les
Trophées Les Étoiles**

Le programme intégral de
l'évènement est disponible sur :
www.lesimperiales.com/li/2024/

JOUR 2

Mardi 13 février 2024 - **CARRÉ D'OR**

15H30

PLÉNIÈRE

The Moroccan ID – Inspire.Create.Empower

Moroccan ID, thématique des LI2024, reflète une vision collective d'un Maroc en pleine mutation, un Maroc qui change d'échelle, un Maroc ambitieux, un Maroc qui donne la voix à ses femmes et à ses jeunes, un Maroc des Doers, un Maroc qui ose, Un Maroc qui laisse son empreinte sur le monde. La plénière est l'occasion de donner la parole aux ambassadeurs de cette empowered Identity et d'installer la thématique auprès des participants et du public.

16H45

PANEL

« Chkoun 7na ? »

Se reconnecter avec les éléments fondateurs de la Moroccan ID, l'identité marocaine authentique, qui tissent un lien d'ouverture et d'harmonie avec les idéaux universels et qui nous donnent de la puissance pour conquérir le monde. quelles sont nos valeurs ? qu'est ce qui nous rassemble ? Que retient-on de nous ? qu'est ce qui nous rend uniques ? qu'est ce qui nous fait rire, fait réagir, fait rêver ? croyances limitantes ? nos racines ? nos histoires ?

LE PROGRAMME

JOUR 3

Mercredi 14 février 2024 - CARRÉ D'OR

14H30

PANEL

Martech, fine 7na ou fine Ghadyine ?

À l'heure actuelle, concevoir un marketing dénué de support technologique semble inconcevable. Comment les professionnels du marketing au Maroc définissent-ils la Martech ? Quel est le niveau de pénétration ou d'adoption de la Martech parmi les entreprises marocaines ? Quels prérequis sont indispensables pour s'immerger pleinement dans l'univers de la Martech ?

15H15

PANEL

De quels médias avons-nous, désormais, besoin ?

La remarquable progression observée au Maroc, les manifestations d'envergure internationale planifiées et les ambitieux projets en cours reposent la problématique de l'adéquation de l'offre médiatique marocaine avec cette dynamique. Quel modèle audiovisuel public et privé serait compatible avec nos ambitions ? Comment porter vers le haut l'industrie de création ?

16H30

PANEL

Wich langue binatna ?

Après la prise de conscience de l'importance de la Darija dans l'industrie publicitaire au Maroc, l'attention se tourne désormais vers la ou les langues les plus adéquates pour s'adresser aux marocain(e)s. L'anglais, de plus en plus prisé par la jeune génération, va-t-il s'imposer davantage dans l'industrie de la communication au Maroc ? Comment naviguer dans cette transition linguistique ? Comment établir une coexistence harmonieuse entre nos langues : Amazigh, Arabe, anglais, français ?

17H15

PANEL

Le leadership a-t-il un sexe ?

L'industrie, qu'elle soit publicitaire, cinématographique, musicale, ou de la mode, influence la manière dont nous percevons et comprenons le genre. À travers ses lentilles, le genre est exploré, déformé, glorifié ou même stéréotypé. y a-t-il des biais de perception de la femme dans l'industrie ? Au moment où la place de la femme dans la société est relancée par le projet de réforme de la Moudouwana voulu par le Roi, et que le mouvement Wokiste prend de l'ampleur à l'échelle mondiale, le leadership féminin au sein de l'industrie est une réalité depuis plusieurs années.

LE PROGRAMME

JOUR 4

Jeudi 15 février 2024 - CARRÉ D'OR

09H30 - PANEL

Moroccan Doers

Les "Moroccan Doers" ou les Marocains qui osent et qui agissent font partie d'une nouvelle génération de Marocains qui n'attendent pas que les opportunités viennent à eux, mais qui vont de l'avant, prennent des risques et créent des choses nouvelles. Un état d'esprit qui reflète plusieurs facettes du dynamisme économique, culturel et social actuel du Maroc.

10H15 - PANEL

Personal Branding sommes nous tous appelés à devenir influenceurs ?

L'individu et le citoyen dans notre société connectée, se définit essentiellement par son empreinte digitale et par l'image qui en découle. Les décisions d'achats, les décisions de levées de fonds, de recrutement ou d'une élection passent essentiellement par la case Personal Branding.

11H30 : ATELIER UACC

14H30 - PANEL

L'industry dialna : Ila khyabet daba teziane ?

Dans un monde où le changement est la seule constante, comment l'industrie de communication et de création marocaine s'adapte et évolue ? Dans le cadre du « Moroccan ID » qui est la thématique des LI2024, comment s'appuyer sur cette identité marocaine, pour avoir une offre de valeur authentique et compétitive ?

15H30 - PANEL

Green Marketing vs Greenwashing

L'authenticité de l'engagement des organisations et des marques pour l'environnement est souvent scrutée. Le greenwashing est-il un contre-indice de maturité de la communication environnementale ? Pourra-t-on imaginer un cadre juridique sanctionnant le greenwashing au même titre que les

pratiques commerciales trompeuses ? Le Green Marketing est-il trop cher ? Le marché marocain est-il mature pour la communication verte ?

16H45

PANEL- Rôle des marques pour soutenir des causes nationales

Le Maroc a traversé trois crises importantes, révélant la robustesse de ses structures institutionnelles et l'exceptionnelle unité de sa population. . Quel rôle ont joué les marques dans la promotion de campagnes de santé publique, de lutte contre l'inflation et le soutien des sinistrés du séisme ? Hors périodes de crise, comment les marques s'engagent-elles pour soutenir la dynamique économique, politique et sportive dans laquelle le Royaume s'est lancé ?

■ SHOWREEL MEGARAMA

Projection au Megarama des campagnes en lice aux Trophées Les Étoiles

La soirée Showreel aura lieu le lundi 12 février 2024, au MEGARAMA en opening des Impériales. Un moment clé du programme où sont projetées les campagnes en lice aux prix Les Étoiles 2024.

*Le Megarama Casablanca, partenaire fidèle de l'événement, accueillera la soirée **Showreel**, en pré-ouverture des **Impériales 2024**. Depuis 2019, le multiplexe de Casablanca s'associe à l'événement, à travers l'organisation d'une projection de toutes les campagnes ayant souscrit aux ÉTOILES, le trophée le plus prestigieux du secteur de la Communication qui vient récompenser les meilleures campagnes et actions publicitaires de l'année, dans 8 catégories et 39 sous-catégories distinctes.*

Le Vote des Professionnels

*Pour la deuxième année consécutive, le Showreel Morocco a reconduit le **Vote des Professionnels**, invités à y participer pendant la projection. Ce vote fera l'objet d'un Prix Les Étoiles dans la catégorie « SPÉCIALES » lors de la Cérémonie Les Étoiles.*

Le Vote du Public

*Cette année, le grand public est également invité à s'exprimer, à travers le **Vote du public**, en se connectant sur le site de l'événement, www.lesimperiales.com.*

Une plateforme électronique sécurisée pour les votes

Afin de simplifier la tâche du jury et des votants, une nouvelle plateforme électronique a été développée et mise en place par l'Association Les Impériales. Elle réforme le processus de vote, qui devient ainsi électronique, plus rapide et sécurisé.

www.lesimperiales.com

Le FÉVRIER
2024

MEGARAMA
CASABLANCA

■ LA SOIRÉE LOVE BRAND

L'étude LOVE BRAND, dont les résultats sont révélés lors des Impériales, vise à mettre à la disposition des agences, des annonceurs, des marques et des professionnels, les marques préférées et les célébrités les plus aimées par les Marocain-e-s.

C'est en 2018 qu'IMPERIUM a mené la première enquête LOVE BRAND qui comportait aussi une partie sur la cote d'amour des icônes et des influenceurs. Le département Études a décidé de rendre l'étude Love Brand annuelle, d'en actualiser les statistiques chaque année afin de découvrir comment les perceptions des Marocains varient d'année en année.

Cette étude s'adresse à plus de 3 000 personnes afin de déterminer leurs points de vue et de mieux comprendre ce qu'ils pensent de leurs marques et icônes préférées. Des entreprises de toutes les industries qui contribuent de manière significative aux dépenses des ménages ou qui font tout simplement rêver, ont été incluses dans l'étude grâce aux citations en spontanée des interviewés. Les données sont cumulées tout au long du déroulement du terrain partant de Casablanca, Rabat et Salé, Tanger, Fès et Marrakech.

Au total, ce sont plus de 1 700 marques qui sont recensées à travers les différentes villes visitées et en interrogeant les différentes cibles. D'autre part, plus de 700 icônes stars et influenceurs sont citées par la population interrogée.

Mercredi 14
FÉVRIER 2024

CARRÉ D'OR
CASABLANCA

■ TROPHÉES LES ÉTOILES

FAIRE BRILLER TOUS LES TALENTS

Valoriser le talent et la créativité, tel est le credo de l'événement « Les Impériales », dont la mission est avant tout d'être la vitrine d'un secteur à la pointe des tendances, riche de son savoir-faire.

Ainsi, comme à chaque édition, l'événement sera rehaussé par la remise des Trophées «Les Étoiles», prix qui consacre les professionnels du secteur, invités à soumettre leurs meilleures campagnes réalisées et diffusées en 2023.

Les souscriptions en ligne, à travers la plateforme www.lesimpériales.com, ont été soumises, du 1^{er} décembre 2023 au 31 janvier 2024, selon une nouvelle liste de catégories de sous-catégories, plus inclusive, afin de valoriser l'ensemble des métiers, des savoir-faire, des talents et des idées créatives des acteurs de l'industrie.

La participation est ouverte aux marques, agences, équipes marketing internes, concepteurs, bureaux de conseil, agences de relations publiques, associations caritatives ou toutes autres organisations ayant réalisé une action marketing, publicitaire ou événementielle.

DU 12 AU 16
FÉVRIER 2024

CARRÉ D'OR
CASABLANCA

LE PRÉSIDENT DU JURY

L'ensemble des souscriptions est soumis à un jury composé de personnes connues et reconnues dans le domaine de la communication, des médias, du marketing et des industries créatives. La présidence du Jury sera assurée pour cette 7ème édition par GILLES MASSON, le coprésident de l'agence Australie-GAD et président fondateur de M&CSAATCHI.GAD.

GILLES MASSON Coprésident de l'agence Australie-GAD

Depuis plus de 30 ans, Gilles Masson manage des agences de tailles et de profils divers. Diplômé en sciences économiques et en philosophie de l'Université Paris Nanterre, de Sciences Po (1979 – 1982) et de HEC Paris (1982-1985), il a été, entre autres, cofondateur et directeur général de l'agence BETC, filiale d'Havas (Vivendi), puis co-président de Publicis Conseil et président de Leo Burnett (Publicis Groupe).



LES MEMBRES DU JURY



Nathalie Varagnat
Presidente
Fondatrice · M&C
SAATCHI LITTLE
STORIES



Kwame Senou
Executive
Chairman - THOP



Bissane Khairat
Directrice marketing
et programmation,
SNRT



Brahem Elmazned Fondateur
VISA FOR MUSIC



Younes Benmoumen
Économiste,
spécialiste en
politiques de
développement



Hanane Benkhallouk
Executive Director at
Sustain Leadership
Consultancies



Achraf el filali
Country manager,
ALEPH GROUP, INC.



Saloua Benmehrez
Consultante en
Communication



Faten Fadel
CEO
BANANOVA



Janatte Haddadi
Executive Producer -
GIRAFFE 360



Anas El Filali
Producteur de Films
institutionnels et
longs-métrage



Aida Djerrari
Experte Marketing,
Communication et
RSE

LES ÉTOILES : 8 GRANDES CATÉGORIES

■ ADVERTISING

Cette catégorie récompense la meilleure campagne ayant pu allier : idée créative, exécution, KPI's achieved le tout en respectant le territoire de la marque et l'adéquation avec la cible

■ BRANDING

Cette catégorie concerne le développement des éléments identitaires d'une marque (Branding), dans une configuration de création ou d'actualisation. Elle vise à primer d'une part la qualité de réflexion stratégique et de conception créative, comme à distinguer d'autre part la qualité d'activation, via les codes d'expression ou les champs d'expérience.

■ CONTENT

Cette catégorie récompense les contenus originaux ayant un impact positif et durable sur la marque

■ EXPERIENCE

Cette catégorie récompense les projets qui ont mis en œuvre une expérience utilisateur exceptionnelle, en se concentrant sur les besoins et les attentes des clients. Les projets retenus auront utilisé une combinaison de design, de technologie et de données pour créer une expérience fluide, cohérente et personnalisée sur tous les canaux.

■ CRAFT

Cette catégorie récompense l'originalité et l'excellence dans la réalisation technique et la production

■ ENGAGEMENT

La catégorie "ENGAGEMENT" reconnaît les campagnes qui excellent dans la communication d'initiatives responsables et engagées. Elle met en lumière les efforts des marques pour traiter des enjeux sociétaux tels que l'environnement, le climat, l'emploi, l'action sociale et la responsabilité d'entreprise. Cette catégorie célèbre les actions qui non seulement sensibilisent mais qui incitent également à l'action, montrant l'impact positif des marques sur la société et leur contribution à un avenir durable.

■ EVENT

Cette catégorie vise à reconnaître et récompenser la qualité, le succès et l'impact des événements organisés par les marques ou les institutions . Les critères d'évaluation incluent généralement des aspects tels que la planification, l'exécution, l'originalité, l'engagement du public, la participation...etc.

■ SPÉCIALES

Cette catégorie a pour vocation de primer les marques qui se distinguent par une contribution particulière à la valorisation du « Made In Morocco » et la consolidation de la « Marque Maroc ».

LES ÉTOILES : 39 SOUS-CATÉGORIES

ADVERTISING

Meilleure campagne TV
Meilleure campagne digitale
Meilleure campagne Radio
Meilleure campagne Affichage urbain
Meilleure campagne Presse
Meilleure campagne intégrée
Meilleure campagne RP
Meilleure campagne Cinéma
Campagne Influenceur

BRANDING

Brand Identity – Brand
Territory & Experience

CONTENT

Best UGC (User Generated Content)
Social media content
Audio content
Best digital and print publication

EXPERIENCE

Best integrated experience
Best UX/UI Design –
Best use of CRO (conversion rate
optimisation)-

Best use of Technology –
Best use of Personalization & Customer
Journey
Best innovative use of Data

CRAFT

Best video/film
Best music craft
Photography Craft
Animation Craft
Graphics Design Craft
Packaging Craft

ENGAGEMENT

Environnement et climat
Marque employeur
Action sociale et solidaire
Action contextuelle
Action RSE de l'année

EVENT

MICE event of the year
Fundraising event of the year
Festival of the year
Product launch event*

SPÉCIALES

Prix spécial du jury /
catégorie « I love Morocco »
Prix spécial du jury /
catégorie « Coup de cœur »

LES COMITÉS 2024

■ LE COMITÉ SCIENTIFIQUE

Chaque édition adopte une thématique générale et une charte graphique concordante, au regard de l'actualité nationale, en lien avec les problématiques intéressant l'industrie de l'écosystème de la Communication, du Marketing, du Digital et des Médias, des Études et de l'Événementiel. Le comité scientifique identifie les axes thématiques à aborder durant l'événement en favorisant la réflexion et en proposant un cheminement sur les questions relatives à l'ensemble de son contenu. Il est également une force de proposition quant au choix des intervenants et experts qui animeront les cases, keynotes et panels de l'événement.

MEMBRES DU COMITE SCIENTIFIQUE : **Hatim SEFFAR (Président)** - Directeur du Pôle RSE et Relations Publiques - Groupe CDG ; **Aziz BOUCETTA** - Journaliste Panoramapost , animateur du Debrief MediTV ; **Charifa SBAITI** - Marketing Manager Groupe Mutandis ; **Jamal BELAHRACH** - CEO DEO Conseil, Président Maison de la diaspora et Past President Fondation Zakoura ; **Fadwa BISBIS** - Directrice marketing Marjane ; **Mehdi HANSANI** - Directeur Marketing Corporate et Expérience client SOGE Maroc ; **Ikram DOUADI** - DG en charge de la relation clients et des RH Saga Communication ; **Nabil HAFFAD** - CEO Archipel Group ; **Sara CHRAIBI** - Storymakerz ; **Radouane YAHIA** - Deputy Managing Director Teads ; **Meriem ALAOUI RIZQ** - Directrice Communication & Relations Publiques Groupe Edito (Sochepress, Sapress, Warak ; **Kenza FASSIHI** - Directrice Marketing & Communication Madaëf ; **Salma ZAZ** - Head of Marketing Nestle Nespresso ; **Nesrine GUESSOUS** - Responsable com externe Groupe Attijariwafa Bank.

LES COMITÉS 2024

■ LE COMITÉ ÉTHIQUE

Chargé de veiller à la bonne conduite de l'évènement sur les plans déontologiques et éthiques, le Comité éthique revisite à chaque édition la liste de Catégories et Sous-catégories, afin d'en optimiser l'exhaustivité et la pertinence. Il décide des membres du Jury du Trophée Les Étoiles et des Hommages rendus lors de la Cérémonie de Gala.

MEMBRES DU COMITE ETHIQUE : **Mohamed SQUALLI** (PRÉSIDENT) - DG MassMedia ; **Aicha ELABBASY** - Directrice de communication Casa Prestation ; **Nawfel BENSARI** – PDG Trademark ; **Monia EL HASSAR** - Directeur Central Communication des filiales à l'international, transformation digitale des filiales et RSE Groupe Wafa Assurance ; **Karima BOUKDEIR** – Consultante en communication et gestion de projet ; **Driss BENNANI** - Founder W5- **Reda OUAHMANE** - Head of Artist Services Maghreb Believe ; **Ilham BELLAMINE** – Directrice exécutive Développement commercial et marketing ; **Mounir BOUCHIHA** - DG Gear 9 ; **Karim BERDAI** - Media Manager & Media Relations Manager · Bank Of Africa.

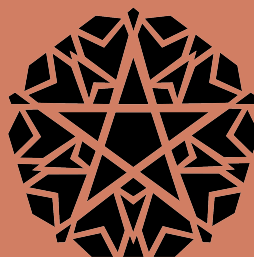
LES COMITÉS 2024

■ LE COMITÉ D'ORGANISATION

Arrivé à sa 7ème édition, l'événement Les Impériales a su gagner, au fil des éditions, une envergure grandissante, nécessitant d'importants besoins organisationnels et solutions techniques et technologiques. Pour la troisième année consécutive, « les Impériales » sont pilotées par un Comité d'organisation, qui veille et au bon déroulement de l'événement et à la coordination entre les équipes, les prestataires externes et les partenaires. Il a un rôle consultatif et exécutif sur ces aspects de l'événement.

MEMBRES DU COMITE D'ORGANISATION : **ElMekki Lahlou** - Président, Consultant en Com Corporate, Com de crise & Com événementielle ; **Najib Rhaitoumi** - Vice-Président, CEO Scoop Com ; **Khadija Boujanoui** - Directrice du Pôle Support et Président du Comité Parité et Diversité de 2M ; **Jamal Mehyaoui** - Directeur de communication Groupe Megarama Maroc ; **Adil Chkiry** – Directeur Marketing & Digital · 2M TV ; **Youssef Baradi** - Consultant, expert en Stratégie et Marketing ; **Ali Boujena**, Head of Brand Communication, UM6P.

LES #LI2024
IMPERIALES



www.lesimperiales.com

DU 12 AU 16
FÉVRIER 2024

CARRÉ D'OR
CASABLANCA