



**EXAMEN DE FIN DE SEMESTRE  
SEMESTRE D'AUTOMNE  
Session Normale – Décembre 2022**

---

EPREUVE DE : Marketing Territorial  
ENSEIGNANT : Mme S. MARSO  
NIVEAU : 4ème année commerce / semestre 7  
DATE : 14-12-2022  
DUREE : 2 H

---

**I. Répondez aux questions suivantes (8 Points)**

- 1- Comment le marketing peut-il contribuer au développement local et à l'attractivité des territoires ?
- 2- Précisez et discutez la place et le rôle de l'identité territoriale dans la différenciation et le renforcement de l'image d'un territoire ?
- 3- Comment mettre les citoyens davantage à contribution dans le marketing territorial et quels en sont les avantages ?

**II. Analysez et discutez les citations suivantes (6 Points)**

- 1- « Le territoire, constitué de nombreuses ressources tangibles et intangibles est aussi composé d'une multitude d'acteurs qui **s'approprient** le sens et les atouts dont il est porteur. Le nom du territoire, est utilisé par ceux désireux d'affirmer leur **identité** comme élément de valorisation et de différenciation. Chacun cherche alors à tirer avantage d'un toponyme apposé sur une offre sans qu'il y ait une mise en **cohérence** des actions de ces acteurs dans leur ensemble. » **Corinne Rochette (2012)**
- 2- « Dans un contexte de concurrence renforcée entre les territoires, l'attractivité devient une préoccupation majeure des collectivités. Le territoire peut être envisagé comme **un produit à vendre** nécessitant l'adoption d'un **marketing adapté**, le marketing territorial ». (**Corinne Rochette (2012)**)

### III. CAS (6 Points)

***Le Conseil Régional du Tourisme (CRT) de Tanger-Tétouan-Al Hoceïma a révélé, en avant-première aux médias nationaux, aux professionnels de la région et à ses partenaires institutionnels la nouvelle marque touristique CHAMAL.***

*Cette identité est l'aboutissement d'un processus marketing et créatif engagé par le CRT depuis près de deux années. Elle vise à renforcer la visibilité et à fédérer l'image d'une région qui se caractérise par un produit très riche et diversifié, dans ses nombreuses déclinaisons locales : Tanger, Tétouan, Al Hoceïma, Chefchaouen, Ouezzane, Larache, Assilah, Tamuda Bay.*

*Avec ses multiples facettes, la marque CHAMAL offre ainsi aux voyageurs une large palette d'expériences entre ses deux façades maritimes, ses espaces naturels préservés et sa culture authentique, ses médinas mystiques et secrètes et à la modernité de ses centres urbains. Fondée sur l'analyse du contexte touristique et le benchmark des best practices de branding territorial, la création de la nouvelle marque repose sur des partis pris stratégiques et créatifs forts.*

*«La création de notre marque territoriale était un engagement pris lors de l'élection du nouveau bureau du CRT en février 2019 et la crise n'a pas interrompu ce processus», témoigne sa Présidente Mme Rkia Alaoui. «Je suis convaincue que la nouvelle marque CHAMAL sera un levier pour la résilience du tourisme régional au service d'une stratégie de relance ambitieuse», poursuit-elle.*

*Le nom CHAMAL s'est imposé avec évidence. Ancré dans l'imaginaire des touristes nationaux, évoquant la direction cardinale des vacances d'été, il est aussi simple à prononcer et à mémoriser pour des publics internationaux. Comme un carnet de voyage, son logotype dépeint toutes les composantes de l'expérience proposée. Ses formes et ses couleurs assemblent les éléments signalétiques du puzzle régional : bleu profond et apaisant de la Méditerranée, bleu tonique des vagues de l'Atlantique, vert des montagnes et forêt préservées, rouge authentique de la culture et des traditions, jaune pour la chaleur rayonnante du climat et de l'accueil.*

*L'identité visuelle est accompagnée par une signature «L'Expérience Nord Maroc» qui confirme l'adossement à la Destination Maroc tout en mettant en avant la nouveauté expérientielle proposée par la région. (Ecoactu.ma juillet2021)*

Dans le cadre d'un groupe de réflexion qui s'intéresse au développement et à l'attractivité des territoires, vous êtes chargé(e)s de préparer une note dans laquelle vous expliquez et justifiez :

- 1- L'intérêt et les enjeux, pour la région de Tanger, Tétouan Al Hoceïma (TTA) d'adopter une marque ?
- 2- Comment la création de la marque « CHAMAL » peut-elle contribuer à développer et améliorer l'attractivité touristique de la région (TTA) ? *Branding*
- 3- Comment garantir l'adhésion des acteurs -citoyens à cette marque territoriale ?