



Communiqué de presse

Royal Air Maroc lance une nouvelle campagne de communication institutionnelle

Royal Air Maroc a lancé une nouvelle campagne de communication institutionnelle baptisée : « Un instant de Maroc autour du monde ».

Elle s'articule autour de l'instant du voyage et la « bulle de marocanité », des concepts forts qui font toute l'originalité de cette campagne.

La campagne a débuté le 28 octobre 2008. Elle est visible dans la presse, à la télévision (spot), et en affichage.

En choisissant un vol Royal Air Maroc, le passager s'immerge instantanément dans une ambiance où priment l'accueil personnalisé et l'hospitalité marocaine dans toute son authenticité.

La nouvelle campagne de communication institutionnelle de Royal Air Maroc s'appuie ainsi sur les « attributs uniques » qui caractérisent la compagnie nationale et la différencient. Royal Air Maroc est perçue comme le transporteur aérien de référence du Maroc, la première marque marocaine en termes de notoriété et le porte-drapeau du pays. A ces éléments s'ajoute une expertise de l'aérien reconnue non seulement au Maroc mais également à l'international, depuis plus de cinquante ans.

L'ancrage marocain est un autre attribut unique qui confère à Royal Air Maroc certaines qualités intrinsèques à notre culture. Cette marocanité de Royal Air Maroc incarne le Maroc d'aujourd'hui : un pays ouvert, dynamique et moderne mais néanmoins profondément fidèle à son authenticité et à la richesse de ses traditions.

La campagne illustre également l'approche « parcours du passager » : la « bulle de marocanité » accompagne le passager à tous ses points de contact avec Royal Air Maroc. Elle est à chaque fois symbolisée par des couleurs et des objets évocateurs du Maroc d'aujourd'hui, fusion de tradition et de modernité, d'élégance et de chaleur. Elle représente successivement une clientèle nationale voyageant à travers le monde pour affaires ou en famille et qui emporte avec elle cette « bulle de marocanité », des Européens se rendant au Maroc qui se retrouvent, dès leur premier contact avec Royal Air Maroc, enveloppés par la magie du Maroc, des Marocains résidant à l'étranger heureux de se sentir déjà au pays ou des hommes d'affaires africains utilisant Royal Air Maroc pour voyager de par le monde.

Le tournage et les prises de vues des images de la campagne ont été réalisés, en majorité au Maroc, principalement à Ouarzazate et à Benslimane.

La campagne reflète également les valeurs clés de la marque Royal Air Maroc représentées par 5 valeurs (5 « M ») : Moderne, Magique, Maternelle, Majestueuse et Marocaine.

Cette campagne a été l'occasion pour Royal Air Maroc de créer sa propre identité sonore, baptisée «Envolée marocaine» ; une musique moderne aux inspirations marocaines. Elle sera utilisée en attente téléphonique, dans les publicités télévisuelles et radiophoniques ainsi que sur Internet.

La campagne permet par ailleurs à un très large public de découvrir la nouvelle charte



Communiqué de presse

graphique adoptée par Royal Air Maroc, basée sur une identité visuelle qui traduit l'ancrage de la compagnie à la culture marocaine, à travers les formes géométriques des portes inspirées de l'architecture marocaine.

Les images de la campagne commentées figurent dans le dossier ci-joint.

Casablanca, le 29 octobre 2008

Direction Communication
Call Center

Tel : 212-22 91 29 18 ou 01
09000 0800

www.royalairmaroc.com