المملكة المغربية

المبادرة الملكية لتنمية جهة الشرق

تواصل لفائدة المجالات الترابية
تسويق للتنمية

وكالة جهة الشرق

المملكة المغربية

المبادرة الملكية لتنمية جهة الشرق

تواصل لفائدة المجالات الترابية
تسويق للتنمية

وكالة جهة الشرق

صاحب الجلالة الملك محمد السادس أثناء إلقائه خطاب وجدة في 18 مارس 2003
ويعتبر هذا الخطاب نصا مؤسسا للمبادرة الملكية لتنمية الجهة الشرقية

« الحمد لله والصلاة والسلام على مولانا رسول الله وآله وصحبه

رعايانا الأوفياء، سكان المنطقة الشرقية،

يطيب لنا ونحن نلتقي مع القوى الحية لهذه الجهة العزيزة علينا أن نعرب لسكانها عن تأثرنا البالغ لما لمسناه لديهم من حفاوة وولاء، ومن خصال الإباء والغيرة الوطنية، التي جعلت من هذه المنطقة، الدرع الواقي لحوزة الدولة المغربية، عبر تاريخها المجيد. وقد أتاح لنا الوقوف الميداني على أحوالكم، أن نلمس عن قرب حاجياتكم الملحة، وانشغالاتكم الحقيقية، التي هي من صميم انشغالاتنا، وموضوع عنايتنا الفائقة.

وتجسيدا لعنايتنا السامية بهذه المنطقة، ذات الإمكانات الهامة والمؤهلات البشرية، المتميزة بالإرادة القوية، والجدية في العمل، فقد قررنا اتخاذ مبادرة ملكية لتنمية الجهة الشرقية، مرتكزة على محاور أربعة تهدف إلى تحفيز الاستثمار والمقاولات الصغرى والمتوسطة للشباب، وتزويد الجهة بالتجهيزات الأساسية، وإعطاء الأولوية لمشاريع اقتصادية هامة، فضلا عن النهوض بالتربية والتأهيل وتفعيل التضامن، معتمدين آليات للتمويل والمتابعة والتقييم، في التفعيل الملموس لمبادرتنا.

وسعيا منا للتخفيف من بطالة فئات من شباب الجهة ولتوفير وسائل العمل والتشغيل الذاتي فقد قررنا أن تنطلق هذه المبادرة بتخصيص ثلاثين مليارا من السنتيمات تضاف إليها مساهمات عدة مؤسسات، لتمويل مشاريع المقاولات، وضمان القروض الممنوحة لها، على أن يقوم المركز الجهوي للاستثمار بمهمة الإشراف على هذه العملية.

وإننا لنوجه حكومتنا في إطار هذه المبادرة ، لتجعل ضمن أولوياتها إنجاز البنيات الأساسية التحتية الضرورية للجهة، كالطريق السيار بين فاس ووجدة عبر تازة والسكة الحديدية بين تاوريرت والناظور مع الإسراع بإنجاز الطريق الساحلي الشمالي وتوسيع وإصلاح الطريق الرابط بين الناظور ووجدة وفجيج.
كما أعطينا انطلاقة المشروع الكبير لتزويد مدينتي وجدة وتاوريرت بالماء الشروب، داعين الجهات المختصة إلى تعميمه على جميع حواضر وبوادي هذه الناحية.

وحرصا منا على التنمية المندمجة لهذه الجهة، فقد قررنا إحداث منطقة حرة بالناظور، تضم إلى جانب الميناء مناطق اقتصادية وتجارية وصناعية وسياحية، مستهدفين من هذا المشروع الهام فتح بوابة متوسطية أمام تنمية الجهة الشرقية، فضلا عن إسهامها في النهوض بالاقتصاد الوطني وتعزيزها للمركب الضخم لضفة المتوسط وبذلكم نستكمل مشروعنا الاستراتيجي، الرامي إلى جعل المجال المتوسطي رافعة قوية للإقلاع التنموي الوطني، وللشراكة الاقتصادية، والتفاعل الحضاري.

وفي نفس السياق، كان قرارنا بتهيئة المنطقة الساحلية للسعيدية، بمساهمة
صندوق الحسن الثاني للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، مؤكدين لضرورة العمل الجاد والاحترافي
لجلب الاستثمار الوطني والأجنبي حتى تصير السعيدية جوهرة الساحل المتوسطي.

وفضلا عن ضرورة القيام بالاستثمار الأمثل للمؤهلات والمنتوج الفلاحي المتميز للمنطقة،
بتحويله وتصنيعه، فإنه يتعين وضع برنامج لتنمية وحماية الغابات والواحات، في كل من عين بني مطهر
وبوعرفة وفجيج، ومدينة جرادة، التي حرصنا على إدراجها واستفادتها، من برامج وكالة تنمية الأقاليم الشمالية،
تجسيدا لعطفنا الملكي الفائق عليها.

وتأهيلا للموارد البشرية اللازمة للتنمية الجهوية، قررنا إحداث كلية للطب ذات مركز استشفائي جامعي،
تعزيزا للمؤسسات الجامعية ومعاهد التكوين بهذه الناحية، مستهدفين من كل هذه البرامج الطموحة،
تكريس الدور الريادي لمدينة وجدة العريقة، كعاصمة للجهة الشرقية.

أما في المجال الاجتماعي، فإن مبادرتنا تولي فائق الاهتمام للفئات المعوزة وإننا لندعوكم للتشبث بقيم التكافل
المعهود فيكم، موجهين مؤسسة محمد الخامس للتضامن لبذل المزيد من الدعم للأعمال الخيرية،
وعقد مختلف أشكال الشراكة مع النسيج الجمعوي المحلي، الذي ننوه بمجهوداته في هذا الشأن.

كما أننا نحث القوى الحية لهذه الجهة، على بذل المزيد من العناية للنهوض بمنطقتهم،
والانخراط في المجهود الجماعي التنموي والتضامني، الذي نقوده لمحاربة الفقر والتهميش،
وكل نوازع التطرف، التي لا مكان لها في مجتمعنا المتميز بأصالته وانفتاحه الحضاري
وإننا لنعول عليكم لجعل هذه المبادرة بمثابة التزام مشترك بيننا،
حتى تتبوأ هذه المنطقة المكانة المرموقة، التي نريدها لها، كقطب محوري مغاربي،
وجسر متين لحسن الجوار، والأخوة الصادقة مع الشعب الجزائري الشقيق، الذي نتمنى له كل الخير،
لما يجمعنا وإياه من روابط التاريخ، وتحديات الحاضر، وتطلعات المستقبل.

وإننا لعازمون من خلال هذه المشاريع الطموحة على أن نوفر لوطننا العزيز المزيد من أسباب القوة والمناعة،
التي يجب أن تظل شغلنا الشاغل، في عالم مشحون بشتى المخاطر والتحولات
وتلكم سبيلنا القويم إلى المضي قدما في البناء الجماعي لمغرب موحد، متقدم وديمقراطي ومتضامن،
وأكثر قدرة على رفع كل التحديات.

والسلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته ».

الفهرس

توطئة 10

مقدمة 15

1 : استراتيجية تواصل وكالة جهة الشرق وأهداف التسويق : منهج تدريجي 19

1-1 تواصل أنجز على مراحل، متزامنة أحيانا 20

1-2 التواصل الهوياتي للتأسيس : الصورة، والظهور، والعلامة 20

1-2-1 تموقع الوكالة وكذا الجهة
1-2-2 أعتمدت تسمية العلامة «وكالة جهة الشرق» من أجل بث دينامية للتواصل
1-2-3 شجرة بجهة الشرق، قاعدة لعلامة مؤسساتية جديدة
1-2-4 عنوان علامة «الشرق المغربي»
1-2-5 هوية بصرية واحدة ومتعددة: الميثاق التخطيطي والعلامة «Oriental.ma»

1-3 تحديد استراتيجية التواصل : مقاربة شاملة تتناغم مع التحول البنيوي للجهة 26

1-3-1 الإرهاصات التي سبقت انطلاق استراتيجية التواصل :
1-3-2 انطلاق الاستراتيجية

1-4 تواصل التأسيس: إعطاء الانطلاقة للتغيير (2007 – 2008) 28

1-4-1 وكالة جهة الشرق تجسد التغيير
1-4-2 عمليات التأسيس

1-5 التواصل بالمعرفة والخبرة 29

1-5-1 استراتيجية النشر
1-5-2 لائحة توضيحية للعمليات المنجزة

1-6 التواصل عبر الإنعاش الاقتصادي 31

1-6-1 جعل الإنعاش الاقتصادي محورا عرضانيا للتواصل
1-6-2 لائحة توضيحية للعمليات

1-7 مواكبة تحول الاقتصاد الجهوي (2009-2008) 35

1-7-1 تواصل المشاريع : صدمة التغيير
1-7-2 التواصل الشمولي : عمليات القرب اتجاه المجالات الترابية المنعزلة
1-7-3 التواصل الشمولي : في لقاء الجالية المنحدرة من جهة الشرق
1-7-4 تواصل النتائج : تثبيت الصورة الجهوية الجديدة

1-8 انطلاق التواصل الرقمي 41

1-9 المبادرة الملكية، مرجعية مهيكلة وملهمة للتواصل الجهوي 42

1-9-1 جعل التواصل عملية مهيكلة، فضلا على الصورة والصيت
1-9-2 تنصيب التواصل الترابي كمصدر لخلق القيمة

1-10 مستقبل زاهر وامتداد طبيعي لماض عريق 45

2 : حوامل من أجل تواصل ذكي وناجع 47

2-1 المعرفة في خدمة التنمية الجهوية 48

2-1-1 جهة الشرق والتواصل الترابي : الجهة كرافعة مجالية للتنمية الترابية بالمغرب
2-1-2 الذكاء الاقتصادي في خدمة التواصل الترابي
2-1-3 استراتيجية تعبئة المعرفة الجهوية

2-2 مجلة Oriental.ma، مجلة فصلية، علمية وموضوعاتية 50

2-2-1 الخاصيات التقنية لمجلة Oriental.ma
2-2-2 المتدخلون في إنتاج مجلات Oriental.ma
2-2-3 المجلة Oriental.ma في أرقام
2-2-4 الأعداد الصادرة إلى غاية نهاية 2023

2-3 مجلة «تنمية المجالات الترابية»، حامل استشرافي 54

2 - 4 الكتب الجميلة 55

2-4-1 قوة الكتب الجميلة
2-4-2 الكتب الجميلة في أرقام
2-4-3 الخاصيات التقنية للكتب الجميلة
2-4-4 لائحة الكتب الجميلة

2 - 5 الخرائط والتصاميم الحضرية 58

2 - 6 المخططات الجماعية للتنمية 62

2 - 7 إصدار أعداد خاصة خارج السلسلة لمجلة Oriental.ma 63

2 - 8 نشر الدراسات : مساهمة ضرورية للتنمية 65

2 - 9 أوراق التظاهرات الثقافية والعلمية 66

2 - 10 الدلائل الموضوعاتية 66

2 - 11 إصدارات تغرض نفسها أو بمناسبة أحداث أو ظروف 67

2 - 12 دعم إصدارات الشركاء والغير 72

2 - 13 رسائل مغاربية، المعرض المغاربي للكتاب 72

2-13-1 تحديد هوية للمعرض
2-13-2 الملصقات والتلبيس الحضري
2-13-3 كتالوجات المعرض وأوراقه

2 - 14 الترويج الاقتصادي، والثقافي والاجتماعي 79

2 - 15 الترويج الاقتصادي : إبراز الجاذبية الجهوية الجديدة 79

2 - 16 الترويج الثقافي : التواصل عبر الثقافة 83

2-16-1 المسرح، والسينما، والابداع الفني
2-16-2 الأنشطة الفنية السنوية
2-16-3 الأنشطة العلمية
2-16-4 الأنشطة الرياضية

2 - 17 الترويج الاجتماعي والتضامني : تواصل القرب الشمولي 94

2 - 18 التواصل عبر الشراكات والتشبيكات الوطنية والدولية 97

2 - 19 التواصل البصري 101

2 - 20 التواصل السمعي البصري 105

3 : التواصل الرقمي : رافعة من أجل تطوير الأداء 106

3 - 1 انطلاق موقع Oriental.ma على الشبكة 107

3 - 2 من الموقع الفريد إلى المحور الرقمي 107

3 - 3 التواصل والتفاعل بفضل تكنولوجيات الاعلام والتواصل 107

3 - 4 المحور الرقمي والمواقع الموضوعاتية 108

3 - 5 التواصل الرقمي في مزيج الحوامل التواصلية 108

4 : 16 سنة من التواصل خدمة للتنمية 112

4 - 1 الحملات التواصلية الهادفة 113

4-1-1 التواصلات الترابية حسب الأقاليم والجماعات
4-1-2 تواصل العمل لمواكبة المشاريع البنيوية
4-1-3 تواصل النتائج
4-1-4 تواصل المشاريع الاستراتيجية

4 - 2 التواصل أصبح مصدراً لخلق القيمة 114

4 - 3 التواصل في خدمة الديبلوماسية الترابية : رافعة قوية للترافع الدولي 115

4 - 4 التواصل من أجل التماسك الاجتماعي 115

4 - 5 تجربة مغربية صرفة، غنية وشاملة 116

مرفقات 117

تـوطـئـة

بناء التواصل وقيادة التسويق

النهضة الجهوية النابعة من المبادرة الملكية

إن هـذا المؤلـف ليـس تقريـرا عـلى نشـاط منتهـي الأشـغال، وإنمـا حصيلـة مرحلـة ينبغـي أن توضـع فـي إطـار ديناميـة التواصـل الجهـوي مـن أجـل انجـازات أخـرى أكثـر طموحـا. وهـي انجـازات مرتقبـة بالنظـر إلى كـون جهـة الشـرق فـي تطلـع دائـم للوصـول إلى مسـتوى التقـدم المخطـط لـه، وبالتالـي المنافسـة. فجهـة الشـرق لـم تكشـف بعـد عـن أوراقهـا الرابحـة المتعـددة. ومـن أجـل ذلـك، فـإن خارطـة الطريـق واضحـة : المبـادرة الملكيـة تنيـر نهجنـا. مكنـت مـن البدايـة مـن خلـق التقائيـة سياسـية وإجماعيـه حـول اسـتراتيجية متقاسـمة للتواصـل والتسـويق الترابـي. إن بنـاء هـذا المسـتقبل الرابـح، هـو أولا تحليـل موضوعـي للمراحـل المقطوعـة منـذ إحـداث وكالـة تنميـة جهـة الشـرق، وهـو مسـار مسـطر بعنايـة، يجمـع توافقـات وشـراكات عـلى جميـع المسـتويات.

الظهور من أجل نهضة جديدة

فـي بدايـة القـرن الواحـد والعشـرين، كانـت جهـة الشـرق تبـدو منطقـة معزولـة، متقهقـرة اقتصاديـا واجتماعيـا وثقافيـا، بمرافـق ضعيفـة الأداء، منفصلـة عـن جـزء مـن جذورهـا بسـبب حـدود مقفلـة لأسـباب مغلوطـة. هـذا الشـعور السـائد بالانغـلاق والتجاهـل بسـبب عقـود مـن سـوء التنميـة، كانـت بمثابـة حاجـز نفسـي مانـع، سـواء بالنسـبة للمسـتثمرين المغاربـة أو بالنسـبة لزملائهـم الأجانـب. وقـد كانـت تدفـع أهـل المنطقـة للجمـود أو للهجـرة نحـو أصقـاع أكثـر انفتاحـا وأكثـر ارتباطـا بالعالـم.

وقـد جـدد الخطـاب السـامي الـذي ألقـاه جلالـة الملـك محمـد السـادس نصـره الله، بوجـدة يـوم 18 مـارس 2003، التأكيـد للسـكان عـلى غنـى هويتهـم وكل التقديـر الـذي يحظـون بـه دومـا. فـكان واجبـا عـلى الجهـة أن تخـرج مـن عزلتهـا وتكـون فـي مسـتوى رفـع التحـدي الـذي يواجههـا : البـروز مـن أجـل النهـوض مجـددا. ومـن حينهـا، اتضـح بأنـه يجـب مـن الآن فصاعـدا أن نحسـب حسـابا لجهـة الشـرق التـي زادتهـا المبـادرة الملكيـة صلابـة وقـوة.

في سنة 2003، تغير لون السماء

لقـد فرضـت علينـا المبـادرة الملكيـة لتنميـة جهـة الشـرق واجـب النجـاح والفعاليـة : أولا واجـب تفسـير محتـوى الخطـاب الملكـي، وموكـب منافعـه والمجهـود الضخـم للدولـة لفائـدة الجهـة. ومـن أجـل ذلـك، كان ينبغـي إرسـاء تواصـل ملائـم، خـاص بالمشـروع الملكـي.
كان «التسـويق الترابـي» سـنة 2003 فـي بداياتـه هنـا. فالمسـؤولون عـن السياسـات القطاعيـة كانـوا يعتبـرون التواصـل «نفقـة» مسـموح بهـا لا أكثـر – وهـي بالتالـي تخضـع للقيـود الماليـة – عـوض أن تمثـل اسـتثمارا ضروريـا لإنجـاح طمـوح كبيـر.

لقد كانت المجالات الترابية المبتكرة تعمل وقتها على جرد خاصياتها ونقط تفوقها، ومعاينة المجالات المنافسة والتعرف بالضبط على كفاءاتها ومزاياها المقارنة وقدرات مقاولاتها... وكانت الغاية إعداد عرض ترابي منافس يضطلع التواصل بالترويج له. وقد سلكت جهة الشرق سريعا هذا الدرب.

كما شكل تصحيح الصورة السلبية للجهة، وإكسائها اللباس الفخم للمبادرة الملكية، ومواكبة هذه الزعامة عبر شراكات ذات صيت كبير، والانخراط بشكل منسجم وتدريجي في النسيج النوعي للفاعلين الجهويين، أساسيات الصيرورة الجديدة، وهو النهج الذي اتبعته الوكالة منذ إحداثها لتحديد إستراتجية تدخلها.

وهكذا فتحت المبادرة الملكية الطريق للتسويق والتواصل لصالح الجهة على قواعد جديدة. ومن أجل تعزيز هذه المقاربة العقلانية، فإن القانون المحدث لوكالة تنمية جهة الشرق جعل التواصل ضمن مهامها.

نهج استراتيجي يتماشى مع التطور السريع للسياقات

منذ الفصل الأول من سنة 2007، هيأت الوكالة إستراتيجية تواصلية للسنوات الثلاثة القادمة، وهي المدة المناسبة للتكيف مع تطور السياقات والأدوات والانتظارات المجتمعية. في الواقع كان يتم تحسين وتقوية هذه الإستراتيجية طوال الوقت، كلما دعت الضرورة لذلك. هذه اليقظة المستمرة للآليات هي ما يضمن الفعالية للإستراتيجية.

وقد استندت مرحلة الإقامة بشكل وفي لآليات المبادرة الملكية، ولكلماتها المفتاحية، ولتوجيهاتها التي يا ما تطلعت لها الساكنة، التي تعتبر هدفنا الأول.

وقد صاحب هذا القرب المثمن في قراءة الخطاب الملكي نشره بالجامعات وبالمؤسسات المكلفة بتنمية المجال الترابي وبمراكز البحث والتنمية... لكي نظهر المحتوى العلمي للمبادرة ونبرز نموذج ذكائها الترابي. وقد تم تنظيم العديد من اللقاءات والمحاضرات بالجهة وخارج الوطن، وقد حصل ذلك غالبا بطلب من مغاربة العالم وسفاراتنا بالخارج.

Couvertures des deux tomes publiés
de la stratégie d'intervention
de **l'Agence de l'Oriental**

وقد تم تعزيز هذه المرحلة الهامة من انتشارنا الاستراتيجي بالزيارات الملكية المتعددة وأهمية المشاريع التي دشنها صاحب الجلالة أو قدمت له (والتي سنفرد لها أيضا عددا خاصا جديدا من هذه المجلة).
وقد رافقت أيضا أعمالنا مؤسسات دولية كانت غائبة عن الجهة قبل ذلك : منظمات متخصصة تابعة للأمم المتحدة، وبرامج الاتحاد الأوروبي، وتعاون لا مركزي مع العديد من جهات العالم...
وقد تم نشر كل هذه العمليات في إصدارات سابقة، وحوامل تواصل أحدثت منذ البداية وتم تصويبها باستمرار نحو أولويات الترويج الترابي : مجلة Oriental.ma، الكتب الجميلة، مجموعة الدراسات والأبحاث، أوراق التظاهرات الثقافية، أدوات إعلامياتية... كما تم مبكرا تصميم أول موقع إلكتروني وتشغيله.

وامتدادا لهذه الإستراتيجية الرقمية ورغبة في الانفتاح على شركائها، وتقاسم وتنسيق المعلومة الجهوية، وضعت الوكالة سنتين بعد ذلك حول بوابتها العديد من المواقع الموضوعاتية ذات الوظائف الممتدة. وقد جعلت هذه المواقع رهن إشارة المصالح الإدارية المعنية، وبطلب منها.

هناك بالفعل تطورات...
لكن أيضا استمرارية في المقاربات

تظهر هذه التطورات في الواقع ثوابت مواصلة تأطير النهج الاستراتيجي للوكالة. وهكذا فقد استهدف التواصل دوما قادة الرأي بالأساس لسببين رئيسيين اثنين : أولا، لأنهم يشكلون عناصر نقل فعالة وذات مصداقية لحمل الأفكار الجديدة حول التنمية الجهوية، وثانيا، لأنهم يمثلون أفضل تثمين لوسائلنا بالنظر إلى الطابع المبتكر للمشاريع المبرمجة، والتكاملات الفاضلة التي تنتج عنها والانعكاسات على الجمهور العريض التي تسمح بها.

لقد مكن التسويق دائما من بلوغ أفضل النتائج بالنسبة للاستثمارات في مجال التواصل نحو الأهداف المنشودة من أجل نقل الصورة الجديدة للجهة وتحسين صيتها.
أما بالنسبة للوكالة، فكان عليها أن تعرف بنفسها أساسا عن طريق عملها وانجازاتها. وقد استكملت هذه المرحلة التي نسميها «مرحلة التأسيس» نهاية 2008.

الجاذبية، كلمة السر !

لقد أبرز العمل التحليلي الذي تم القيام به منذ إنشاء الوكالة أهم جوانب قوة الجهة التي تجعلها جاذبة للمستثمرين وأصحاب القرار عموما.
وقد كان يرجى بلوغ هدفين رئيسيين : تشجيع الاستثمارات المحدثة لمناصب الشغل والثروات ودعم كل القرارات التي تسهم في إشعاع الجهة، وفي جاذبيتها وفي جودة الحياة بها. وتبرز الجاذبية الجهوية في كل أبعاد التنمية الترابية : الاقتصاد، البنيات التحتية القطاعية، الثقافة، التسلية، الرياضة، الترفيه، التربية، التكوين، الصحة، الإنتاجات الفكرية، الأشكال التراثية المختلفة، الحرف التقليدية...
لذا، أنجزت الوكالة مخططات عمل للارتقاء بكل الأنشطة في كل ميدان من هذه الميادين ولكل مجال من المجالات الترابية المعنية.

وقد تم تفعيلها انطلاقا من أنشطة مبرمجة من طرف الوكالة (مهرجانات، ملتقيات، محاضرات... موجهة للمسؤولين الجهويين...)، أو بفرص للتواصل والتبليغ ناتجة عن مبادرات خارجية (المغرب-فرنسا مع سفارة المغرب بباريس، تظاهرات وأنشطة ثقافية ببلجيكا وهولندا وألمانيا...).
وهي تهم أيضا الاستغلال التواصلي لوقع الانجازات الكبرى (المركز الاستشفائي الجامعي، كلية الطب، المشاريع السياحية الشاطئية كالسعيدية، مارشيكا...) أو تظاهرات ثقافية مدعومة من قبل الوكالة (مؤتمر حول الطاقة بإيكس أون بروفانس، معارض ثقافية ببروكسيل وبمعهد العالم العربي بباريس...) والتي كان غالبا ما يليها إصدار أعداد خاصة من مجلة Oriental.ma. لكنها كانت تتعلق أيضا بالعديد من مشاريع القرب لتحسين حياة السكان.

كل هذه الفرص ستقوي الجاذبية الجهوية وتحدث الآثار المرجوة. وهي التي لن يفتأ التواصل على تشجيعها على كل الأصعدة. ويظهر اليوم بُعد جديد بالغ الاستعجال لتدبير التهديدات الخطيرة كالإجهاد المائي، والمخاطر البيئية الناتجة عن التغيرات المناخية...وبالتالي، فإن الطابع المستدام للتنمية هو ما سيمكن من إدراج الجهة ضمن حقبة جديدة من التنمية الجهوية. وقد دعمت الوكالة بالفعل التطورات الملموسة في مجال الاقتصاد في الماء (أولى عمليات السقي بالتقطير بالنسبة للفلاحة الصغرى، تزويد الدواوير بالماء الصالح للشرب، المنتزه الإيكولوجي لوجدة، عقلنة استعمال الماء بفجيج...).

شركاء عمليات التواصل

لا تقوم الوكالة بعمليات تواصلية تخصها. فهي تصمم في الغالب عملياتها باتصال مع أصحاب القرار المحليين وبخاصة السلطات والإدارات غير الممركزة والمنتخبين والمسؤولين، حول أنشطة ينتج عنها تقدم في التنمية الجهوية، أو التي تستدعيها نظرة استشرافية لتطور المجالات الترابية.
من أجل تقريب المسؤولين الترابيين من ممارسات التسويق والتواصل، نظمت الوكالة، في ربيع 2013، أول حلقة دراسية كبيرة تهدف إلى بناء مقاربة مشتركة بين الفاعلين الأساسيين في تنمية الجهة وخبراء كبار مغاربة وأجانب في الميدان. وقد ساهمت هذه الندوة بشكل بارز في إدخال الجهة في حقبة التواصل الترابي. وبالفعل، فإن جزءا هاما من الأدوات والحوامل التي تنتجها الوكالة تحمل التوقيع المشترك لمؤسسات ومنظمات جهوية شاركت فيها. وعلى سبيل المثال، اتبع إعداد البرامج التنموية للجماعات الترابية، الذي أطرته الوكالة، هذا المسار.

التواصل على الصعيد الدولي

على غرار «آداب مغاربية» «المعرض المغاربي للكتاب «، اكتست العديد من الأنشطة التي نظمتها الوكالة أو دعمتها، بعدا دوليا، واستقطبت للمنطقة شخصيات ذائعة الصيت ومؤسسات أجنبية ومقاولات ومفكرين وفنانين من العالم بأسره.
وقد حملت هذه التظاهرات للعالم صورة جهة تتمتع بحيوية فكرية، خلاقة، مضيافة، ومنفتحة اتجاه المثقفات والمثقفين.
لكن الوكالة ارتقت بالجهة أيضا خارج المملكة، بالمشاركة في العديد من التظاهرات الاقتصادية والثقافية على امتداد القارة وبأوروبا والولايات المتحدة الامريكية.

وقـد قدمـت للعالـم أشـكال التـراث والإنتاجـات الثقافيـة، مـن أقدمهـا إلى أحدثهـا، وكـذا الفنـون والحـرف التقليديـة. كمـا ثمنـت جـودة الحيـاة والبنيـات التحتيـة الجديـدة التـي رأت النـور بفضـل المبـادرة الملكيـة وكـذا الآليـات الحكوميـة، والجهويـة والمحليـة لخدمـة التنميـة.

مسار بدون خطأ
في خدمة الأزمنة الآتية

لقـد خلـق التواصـل قاعـدة للشـهرة تمتـاز بقوتهـا وسـمعتها الإيجابيـة. وبالطبـع، فـإن توسـيع هـذه القاعـدة هـو هـدف الأيـام القادمـة. والزيـادة فـي عمليـات التواصـل ضـروري لهـذه الغايـة، خاصـة عبـر توجيـه نحـو الموقـع الالكترونـي للوكالـة، المصـادر العامـة والمتخصصـة الأكثـر غنـى عـلى صعيـد التحاليـل المتعلقـة بالتنميـة بجهـة الشـرق.
كمـا تـم اكتسـاب قاعـدة صـورة متميـزة، لأن الجهـة غنيـة بتعـدد عوامـل الجاذبيـة. فالترويـج لهـا بـكل مكوناتهـا يتطلـب إذا مقاربـة بيداغوجيـة ، ومجهـودا تواصليـا عقلانيـا، مبتكـرا ومتفـردا. وهـذا ليـس بالأمـر السـهل ولا بالأقـل تكلفـة.
وقـد جنـت الوكالـة دون شـك أكبـر فائـدة مـن الاعتمـادات التـي كان بالإمـكان تخصيصهـا للتواصـل وللتسـويق الترابـي. وسـوف نحكـم عـلى ذلـك مـن خـلال الصفحـات الموالـية.
اليـوم، جـاء الوقـت الـذي ينبغـي فيـه تغييـر المسـتوى، وتقويـة الآليـات المتوفـرة التـي أعطـت النتائـج الأولى المنتظـرة، وزيـادة الضغـط عـلى الجهـات المسـتهدفة بمضاعفـة الاتصـالات المحدثـة.
ويتعلـق الأمـر بإثـراء الخطابـات لكـي توضـح بصـورة أفضـل التوجيهـات الملكيـة، وإعطـاء بعـد جديـد لجاذبيـة الجهـة، ووضعهـا فـي مدارهـا الإفريقـي والأورو-متوسـطي وكشـف كل إمكاناتهـا حـول الأوراش الجاريـة أو المرتقبـة.

محمد مباركي
المدير العام لوكالة جهة الشرق

مـقـدمـة

المبادرة الملكية لتنمية جهة الشرق، قاعدة لذكاء ترابي جديد للجهة

من بين الأهداف الأساسية التي دفعت إلى إحداث وكالة جهة الشرق[1] سنة 2006، في سياق المبادرة الملكية لتنمية جهة الشرق[2]، كان هناك هدف تزويد الجهة بمؤسسة جديدة مبتكرة، موجهة لدعم تنمية الجهة وفق مقاربة متعددة الأبعاد. وقد جاء التجديد الأول من تعريف المؤسسة حديثة الولادة نفسه: فرغم كونها مكرسة لجهة الشرق، فهي مع ذلك توجد تحت وصاية الوزارة الأولى، فهي إذا تتموقع على المستوى الوطني. وهنا تتجلى، منذ البداية، الأهمية الوطنية المعترف بها لتنمية ناجحة لمنطقة الشرق المغربية.

وقد كانت الوكالة منتظرة سواء في دعم المشاريع القطاعية التي عرفت وتيرتها تسريعا مع انطلاقة المبادرة الملكية أو في الدعم المقدم للجهة لكي تستطيع التعريف بنفسها بشكل أفضل، وإعداد ثم إرساء صورة جديدة لنفسها لدى مستهدَفي تواصلها والذين قد يكونوا نافعين لتنميتها. ففي قوانين إحداث الوكالة، ينص الفصل الثالث، بالفعل، أن من بين المهام المخولة لها: «إعداد وتتبع تنفيذ استراتيجية التواصل الملائمة من أجل الارتقاء بصورة وجاذبية الجهة».

> إنصاف السكان والقوى الحية للجهة

وقد كان ينبغي بالفعل أن يعاد لهذه الجهة الحدودية، والمغاربية بطبعها وطبيعتها، وبتاريخها وجغرافيتها أيضا، كل زخم جاذبيتها، في الوقت الذي ينفتح فيه المغرب على العالم لا سيما عبر استراتيجيات لتحفيز الاستثمار الخاص والعمومي.

إلا أن صورة وكذا جاذبية جهة الشرق كانت قد تعرضت لتهشم واضح في كل مناطقها ولدى الجميع (سكانها وسكان باقي مناطق المملكة، والجالية في الخارج، والمستثمرين، وأرباب القرار، وقادة الرأي، والخارج...)، وكأنها قد تعرضت لانعكاسات الأهواء الجيوسياسية لجوار متأرجح وغير متوقع والذي لم يكن من بين اهتماماته بروز مغرب كبير منفتح ومزدهر، تستفيد منه بالطبع جهة الشرق.

كما أن تقويم صورة الجهة كان يستجيب أيضا لحاجة ملحة لإنصاف السكان والقوى الحية للجهة التي بدأ يتملكها نوع من القدرية أو الحتمية أمام حدود مقفلة منذ عقود طويلة ونوع من العزلة سواء منها الجسدية، أو الاقتصادية أو الثقافية والفكرية. وقد نتج عن هذا الشعور الغريزي نوع من الجمود المستشري، وكأن الوقت قد توقف، مع غياب كل أفق أو بديل.

وقد جاءت الدفعة الملكية لتضع حدا، لحسن الحظ، لهذا الجمود ولإحياء الأمل مجددا.

وأمام هذا الواقع، بادرت وكالة جهة الشرق، بصرامة واحترافية، بوضع استراتيجية للتسويق والتواصل لمواكبة وإرساء النموذج الجديد، سواء بالجهة أو بالخارج، بالمغرب كما على المستوى العالمي. وأقامت داخلها تنظيما خاصا لبلوغ هذه الغاية.

ولكن الوكالة انتقت وعبأت أيضا خبرات خارجية لمساعدتها في هذه المهمة في إطار طلبات عروض معدة بدقة من أجل تغطية الحاجيات وتغدية المنهج بالتفكير والتحاليل، ثم تأمين إنتاج العمليات والحوامل المقابلة. وتجرد هذه الوثيقة بعض اللحظات الفارقة للتفكير وكذا العمل المبذول في هذا الاتجاه.

وقد وضع المنهج منذ البداية تحت الرعاية النيرة للتوجهات الملكية. ومع الخطاب الذي ألقاه صاحب الجلالة الملك محمد السادس بوجدة يوم 18 مارس 2003، فقد تم نهائيا ختم المستقبل الجديد لجهة الشرق وفق منطق عمل مبتكر يختلف جذريا عن السابق :

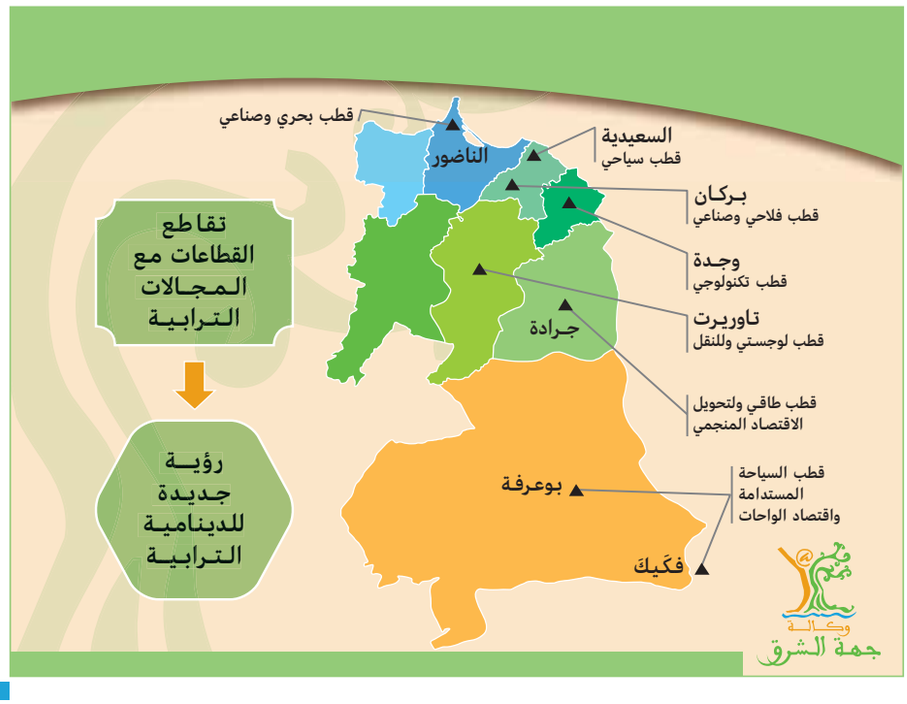
«وإننا لنعول عليكم لجعل هذه المبادرة بمثابة التزام مشترك بيننا حتى تتبوأ هذه المنطقة المكانة المرموقة التي نريدها لها، كقطب محوري مغاربي وجسر متين لحسن الجوار والأخوة الصادقة مع الشعب الجزائري الشقيق الذي نتمنى له كل الخير لما يجمعنا وإياه من روابط التاريخ وتحديات الحاضر وتطلعات المستقبل.»

> *ينبغي للجهة أن تتحرك بشكل متناغم مع الأقطاب المجاورة مع الحفاظ على خصوصياتها*

ووفق الرؤية الملكية، يجب على جهة الشرق أن تبرز كقطب تنموي جهوي. وهكذا، فقد كان من المنطقي أن تتحرك الجهة بشكل متناغم مع الأقطاب المجاورة- وخاصة قطب «طنجة المتوسط» الصاعد آنذاك - مع استثمار خصوصيات الجهة باعتبارها ميزات ومؤهلات هوياتية إضافية ينبغي تثمينها للإسهام في التنمية الجهوية.

ويوضح إنشاء الميناء الجديد الناظور غرب المتوسط وتنمية مشروع مارشيكا هذه الرؤية المبتكرة التي تساهم في جعل الواجهة المتوسطية للمملكة ضمن مسلسل لإعادة التوازن الترابي، على الصعيد الوطني، مع التطور المستمر الذي تشهده الواجهة الأطلسية.

منذ نهاية 2006، أعدت وكالة جهة الشرق أدواتها الأولى لتعرف بنفسها وتوضح مهماتها: هنا صورة توضيحية مستخلصة من أول تركيب للصور الشفافة المعدة لتقديم الرؤية الجديدة للجهة. وقد تم تحيين هذه الخارطة لتتوافق مع متطلبات هذا الإصدار



وتجسد هذه الهيكلة الجيوستراتيجية الجديدة التوجه الملكي الرامي إلى جعل المغرب مركزا جديدا في محاور أمريكا-إفريقيا-أوروبا-آسيا، وهو طموح مشروع وعظيم في آن واحد يمر بالنهضة القوية لجهة الشرق، التي تعتبر منطقة مفصلية في الفضاء الأورو متوسطي كما يوضح ذلك التخطيط الموالي:

ومثال هذا التموقع يدفع إلى تعميق الاشعاع الكامن للجهة اتجاه أوروبا.

في تقديمها الأول للمبادرة الملكية على شكل صور شفافة، للجهة ومهامها، سبق لوكالة جهة الشرق أن ثمنت هذه الصورة ذات الطابع الجيوستراتيجي

ترتبط جهة الشرق بشكل وثيق مع أوروبا على الأصعدة التاريخية، والاجتماعية، والاقتصادية والثقافية، خاصة عبر جالية متجذرة في العديد من دول القارة (إسبانيا، وفرنسا، وإيطاليا، وألمانيا، وبلجيكا وهولندا بالخصوص).

وبشكل متماثل، نلاحظ نفس مؤهلات الجاذبية بالجنوب الصحراوي للجهة، التي تشمل إقليم فجيج، التي كانت جهة الشرق تتجه عبرها نحو إفريقيا جنوب الصحراء وتحصل في المقابل على تأثيراتها لصالح الروابط الاقتصادية، والثقافية، والدينية القديمة، كما هو الحال بالنسبة لمدينة تومبوكتو، وذلك منذ قرون خلت.

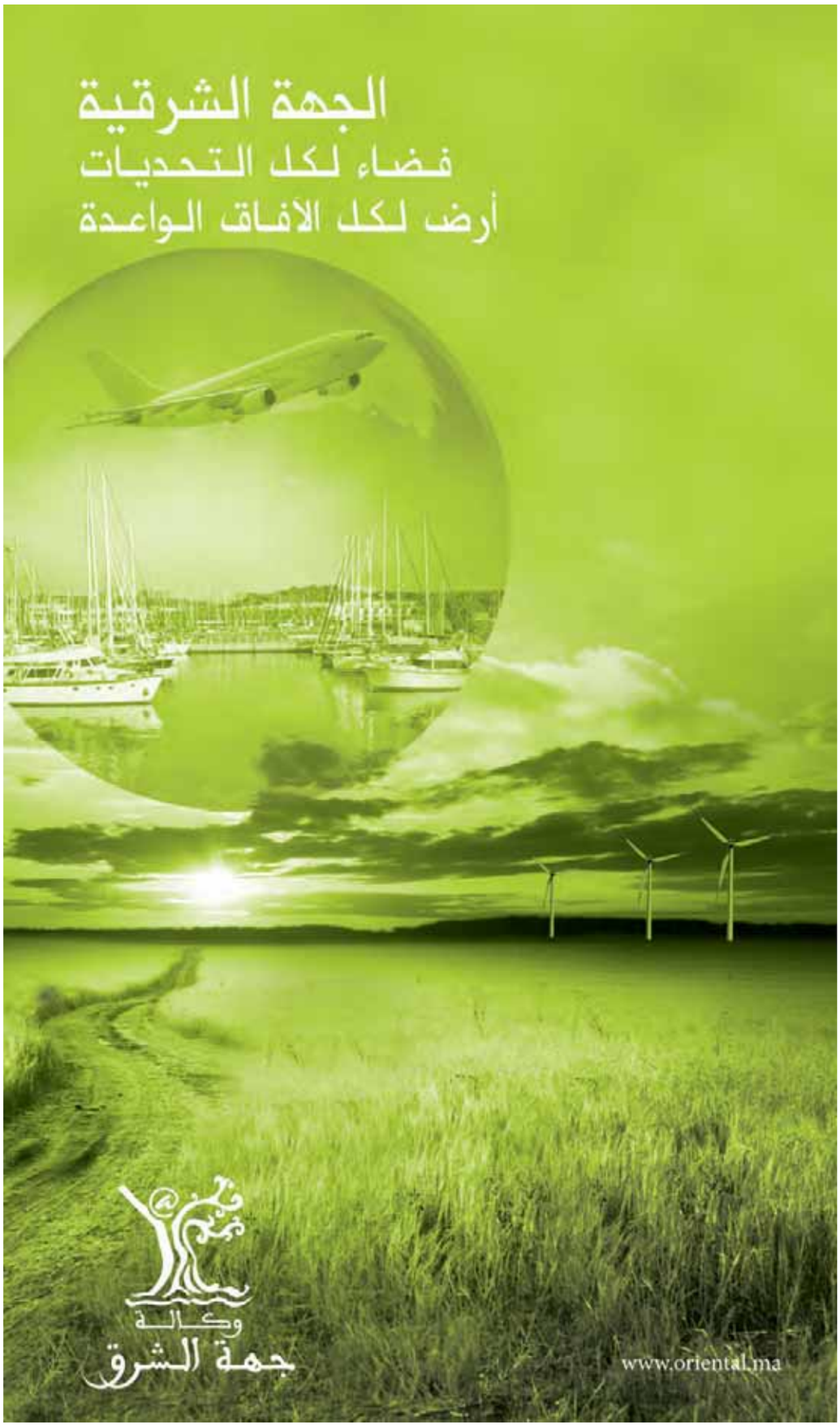
> ذكاء ترابي جديد كمحرك للجاذبية

وهكذا، فإن المبادرة الملكية وضعت أسس ذكاء ترابي جديد لجهة الشرق، يتميز بالحداثة والابتكار، ويتكون أساسا من:

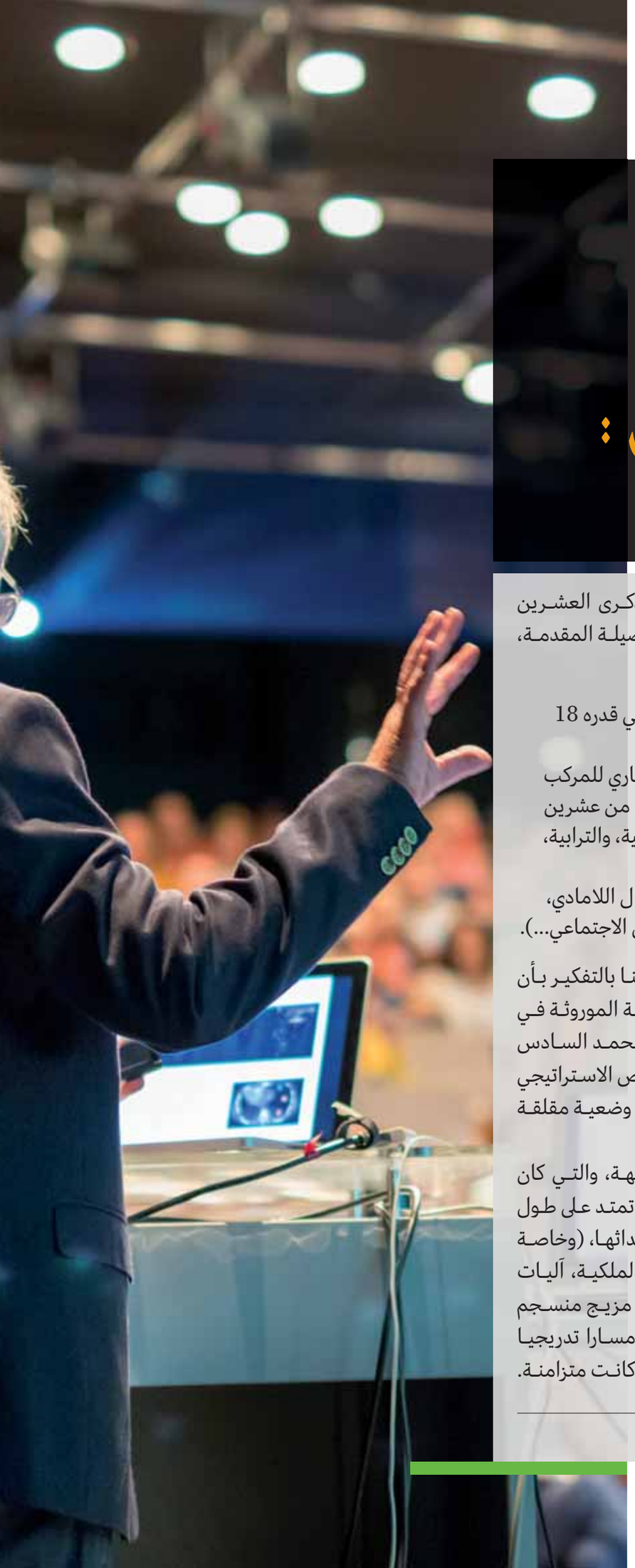
- تموقع جيوستراتيجي جديد للجهة، يأخذ بعين الاعتبار إشعاعها من أوروبا إلى إفريقيا جنوب الصحراء،
- تحول بنيوي مسَرع عبر إنجاز مشاريع مهيكلة ذات الحجم الوطني والعالمي، والتي تأثر على المنظومة الإنتاجية والبنيات الأساسية وكذا على المنظومة الاجتماعية والبشرية،
- مقاربة جديدة لخلق القيمة المادية واللامادية (تثمين الميزات الطبيعية، والبشرية، والثقافية والتراثية، المادية واللامادية...).

وقد أضحى هذا الذكاء الترابي الجديد بالتالي محركا قويا للجاذبية ولخلق القيمة. ويستحق أن يتم تقاسمه ونشره بشكل احترافي وفق استراتيجية للتسويق الترابي، والذي سيكون من أهم تجسيداته خليط متناغم وديناميي من أدوات التواصل، بني تدريجيا ووفق تطور السياقات، خدمة للتنمية الجهوية.

[1] موقع oriental.ma : «إن وكالة جهة الشرق التي قرر صاحب الجلالة الملك محمد السادس، نصره الله، إحداثها، مؤسسة عمومية تتوفر على الشخصية المعنوية والاستقلال المالي. وهي خاضعة لوصاية رئيس الحكومة.
[2] المبادرة الملكية لتنمية جهة الشرق سيتم اختصارها في الغالب فيما بعد بعبارة «المبادرة الملكية».



هذا الكتيب المؤسساتي
الذي نرى غلافه هنا، يقدم
المبادرة الملكية،
وانعكاساتها الإيجابية ورهاناتها،
وكذا وكالة جهة الشرق،
حيث يلخص استراتيجية تدخلها،
وكذا مكامن قوة وميزات الجهة.
وقد صدر الكتيب في أربع لغات:
العربية، والفرنسية،
والاسبانية والإنجليزية



1

استراتيجية تواصل وكالة جهة الشرق وأهداف التسويق : منهج تدريجي

في 18 مارس 2023، خلدت القوى الحية للجهة، الذكرى العشرين لانطلاق المبادرة الملكية لتنمية جهة الشرق. وفي الحصيلة المقدمة، تم التركيز على النقط التالية:

مواصلة الدينامية التنموية الجهوية (تخصيص غلاف مالي قدره 18 مليار درهم) مع الإعلان عن 110 مشروعا صناعيا ؛
تقوية المشاريع الكبرى المهيكلة وأساسا عبر الإنجاز الجاري للمركب الميناءي الكبير الناظور غرب المتوسط الذي سيتوج أزيد من عشرين سنة من إعادة الهيكلة الاقتصادية، والبشرية، والاجتماعية، والترابية، والثقافية... للجهة ؛
التعبئة المستمرة وبدون توقف لروافع التنمية (الرأسمال اللامادي، والرأسمال المؤسساتي، والرأسمال الثقافي، والرأسمال الاجتماعي...).

إن التطور الذي تشهده جهة الشرق منذ عقدين يسمح لنا بالتفكير بأن الجهة تطرق أبواب الإقلاع الاقتصادي مقارنة مع الوضعية الموروثة في بداية الألفية الثانية، بُعيد تقلد صاحب الجلالة الملك محمد السادس نصره الله عرش أسلافه الميامين. وبالفعل، فإن التشخيص الاستراتيجي الذي أنجزته الوكالة قُبيل المبادرة الملكية كان يشير إلى وضعية مقلقة من التخلف الاقتصادي والاجتماعي[3].

وقد جاءت هذه المبادرة لإصلاح المسار المتنازل للجهة، والتي كان نموها معاقا بغياب اندماج جهوي مغاربي وحدود مقفلة تمتد على طول أزيد من 500 كيلومتر. ووفقا للنصوص التي أدت إلى إحداثها، (وخاصة الظهير المؤسس)، طورت الوكالة في سياق المبادرة الملكية، آليات للتواصل تناسب التحولات الجارية بالجهة. وتمثلت في مزيج منسجم وتآزري لاستراتيجيات ومفاهيم وأدوات تواصلية تجسد مسارا تدريجيا جرى على مراحل عدة ترتبط مع بعضها، ولو أنها جزئيا كانت متزامنة.

[3] دراسة تشخيصية لتنمية جهة الشرق، أكرو كونسبت، 2006-2004.

1-1 تواصل أنجز على مراحل، متزامنة أحيانا

المرحلة 1 (2006-2008) : انطلاق استراتيجية التواصل

تواصل لإرساء العلامة ؛
تحديد الاستراتيجية الشاملة للتواصل ؛
تواصل للمعرفة ؛
تواصل للترويج الاقتصادي.

المرحلة 2 (2008-2010) : التدعيم والتطورات الجديدة

التواصل الرقمي ؛
تواصل النتائج.

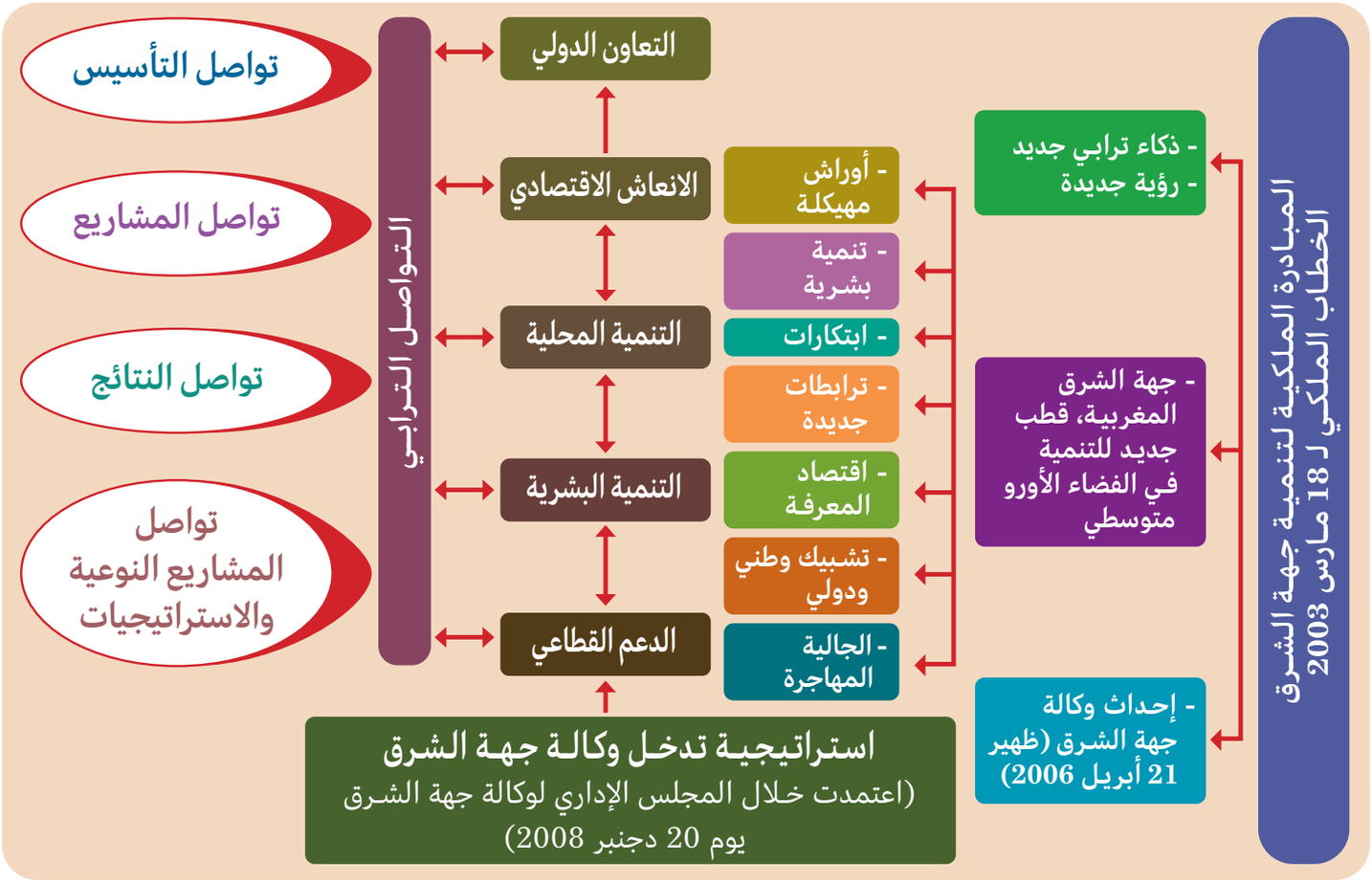
المرحلة 3 (انطلاقا من 2010) : الطموحات الجديدة

التواصل المهيكِل على الأصعدة الاجتماعية، والاقتصادية والثقافية ؛
التواصل مصدر لخلق القيمة.

المرحلة 1 : الانطلاقة (2006-2008)

2-1 التواصل الهوياتي للتأسيس : الصورة، والظهور، والعلامة

إن التسويق هو أولا فن إعداد «صورة مختارة»، أو «صورة مرادة»، لكي تكون فعالة في المساهمة في بلوغ الأهداف المسطرة. والشروط المسبقة للنجاح هي :



الاعتماد على معرفة دقيقة بالواقع المحلي، وبالمستهدفين، وكذا بالوسائل الناجعة لبلوغ المستهدفين وإغرائهم وإقناعهم؛
التأسيس على «حقيقة المنتوج».

1-2-1 تموقع الوكالة وكذا الجهة

تتعدد عبر العالم أمثلة القوة الإيحائية للعلامات المؤسساتية التي تحمل ترابا ما. أقامت العديد من مدن العالم وأيضا العديد من المجالات الترابية، والجهات بالخصوص، بشكل قوي وفعال ومستدام، صور علامات،

أصبحت ترمز لها بقوة و معروفة على الصعيد العالمي أحيانا، على غرار أمثلة شهيرة : سيدني ببناية الأوبرا، بلباو بمتحف كوكنهايم، باريس ببرج إيفل، أو نيويورك عبر صيغة صدمة بتخطيط قوي بالإنجليزية (أحب نيويورك)...

وقد أرست هذه العلامات الترابية صورا عالمية دائمة وقوية، وهي بمثابة عوامل للجاذبية. وبالمبادرة بتواصل ترابي موجه للتعريف بالجهة وتقديرها، فإن الوكالة، اعتمادا عل اختصاصاتها في هذا المجال، مكنت من انطلاق لا تأخير فيه لتسويق ترابي لم يكن موجودا فيما قبل.

وقد عكفت الوكالة بالتالي على إقامة مشروع حقيقي للتواصل الجهوي لحساب ولصالح الجهة ومجالاتها الترابية، تحت توقيعها، من أجل تجسيد التغيير الذي بتته المبادرة الملكية وبناء هوية خاصة ترتبط بالدينامية الجهوية الجديدة. ومن أجل بلوغ هذه الغاية، اعتمدت الوكالة التخطيط العام الموالي، والتي لم تتوقف عن تحديثه كلما دعت الضرورة لذلك، والذي يؤطر دوما التواصل الذي تنتجه الوكالة 20 سنة بعد المبادرة الملكية.

2-2-1 أُعتمدت تسمية العلامة «وكالة جهة الشرق» من أجل بث دينامية للتواصل

إن التسمية الكاملة الرسمية للمؤسسة الجديدة هي «وكالة الإنعاش والتنمية الاقتصادية والاجتماعية لعمالة وأقاليم جهة الشرق المغربية».

وكما هو الأمر في الغالب، فقد بنى المشرع هذه التسمية رغبة في توضيح حقل، وأهداف وطبيعة المهام.

« بنت الوكالة مشروعا تواصليا في خدمة المجالات الترابية »

لكن هذه المقاربة المشروعة تثير العديد من الأفكار، وخاصة :

خطر تحريف هوية الوكالة من طرف مختلف الجماهير بالنظر لطول التسمية الرسمية ؛

إمكانية تلخيص التسمية بشكل غير مجزي (ADO بالنسبة للصيغة الفرنسية).

فائدة اقتراح تعريف وفق المعايير التالية:

- سهل الاستيعاب،
- معبر بالنظر للموضوع (التراب)
- صيغة منطقية وواضحة للكل.

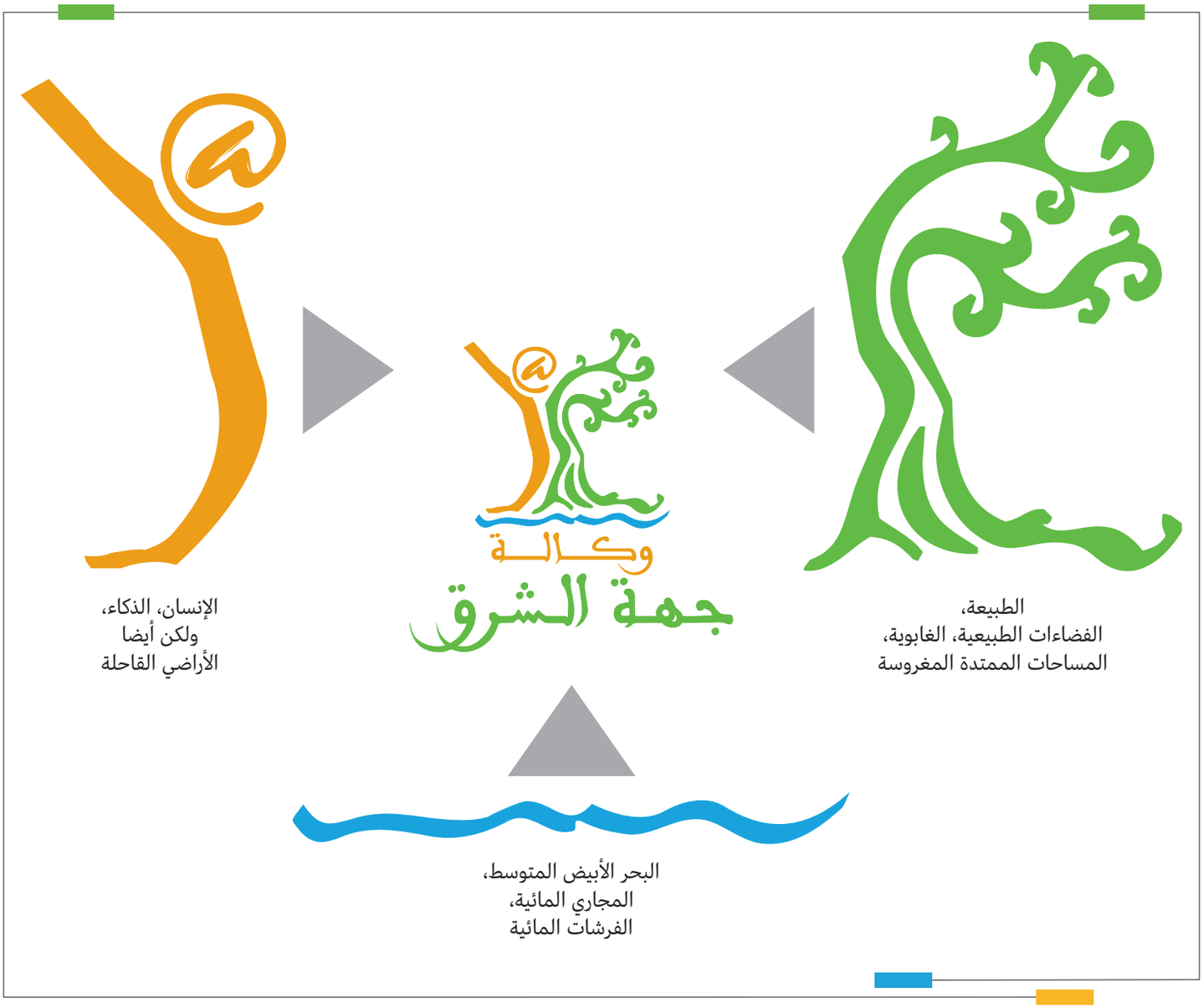
لذا، فقد تبنت الوكالة «اسما عاديا ومتداولا»: وكالة جهة الشرق. وقد تم وضع هذه التسمية تدريجيا لدى الجماهير المعنية والشركاء.

ومن أجل تخويل القيم والخاصيات الضرورية لهذه التسمية، فقد عولجت على غرار علامة وزودت بهوية بصرية .... وهو ممر ضروري من أجل تسجيل هذه العلامة بالمكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية، الشيء الذي تم بالفعل.

1-2-3 شجرة بجهة الشرق، قاعدة لعلامة مؤسساتية جديدة

كان على وكالة جهة الشرق بصفتها فاعلا جديدا في التنمية الجهوية، أن تنشأ اسمها وتفرض نفسها على الساحات المؤسساتية والإعلامية.

وحيث أن التسمية غير كافية لتشكيل العلامة، فإن التصميم ينبغي أن يسفر عن تشكيل قابل للتذكر بسهولة، ومقنع وجذاب، ليصبح الهوية البصرية للمؤسسة الجديدة.



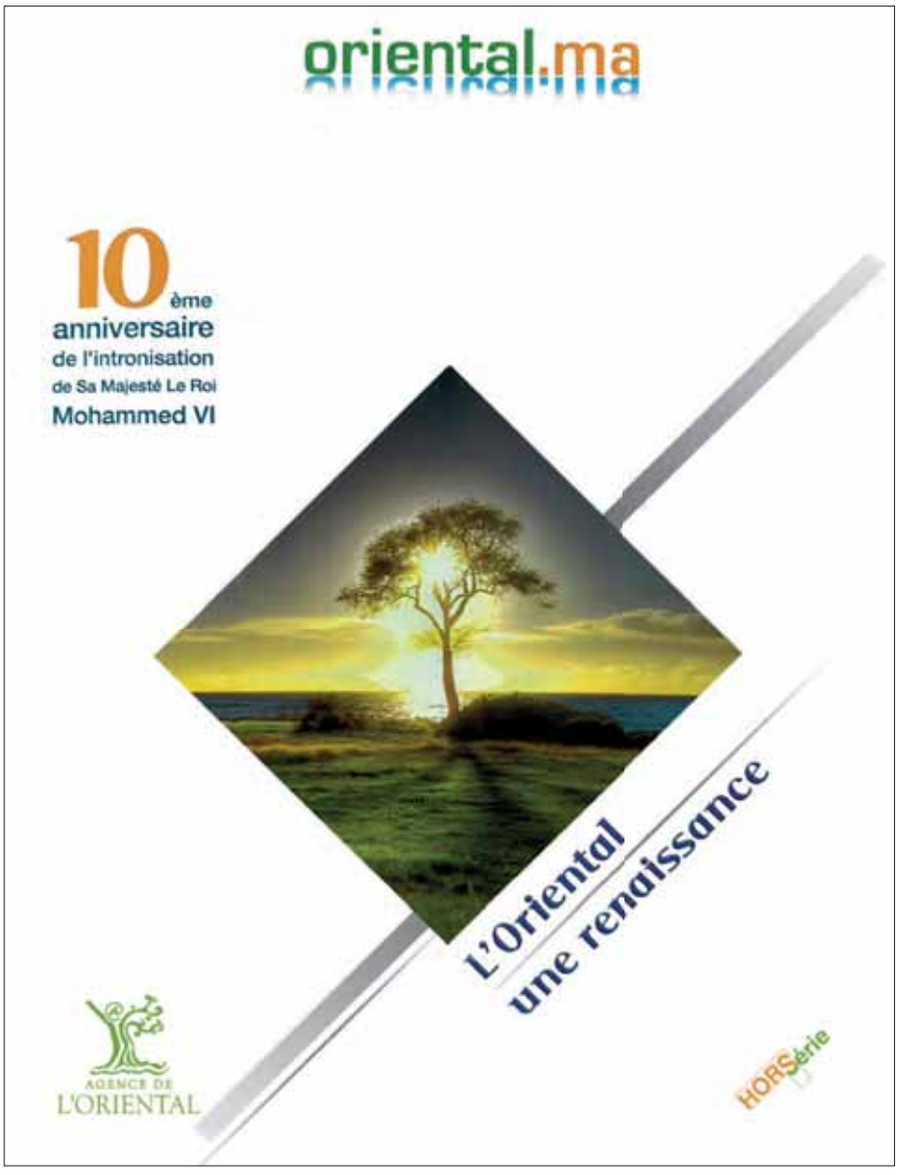
وهذه التسمية كان عليها في نفس الوقت تحديد الوكالة بوضوح وربطها بتراب جهة الشرق.
لقد جددت المبادرة الملكية الأمل، وأعادت الطموح وأرجعت المستقبل إلى الجهة. وكلمة «نهضة» موافقة تماما لهذا الأمر. وقد استعملته الوكالة في عنوان أحد كتبها الأساسية. وانطلاقا من هذا المفهوم الرئيسي، كان ممكنا تأسيس تصميم تخطيطي ليؤدي إلى هوية بصرية تستطيع ترسيخ التسمية. وقد فرضت الشجرة نفسها بسرعة كرمز قوي لـ»النهضة»، بفضل قدرتها على الإزهار والنمو مع فصل الربيع، مستمدة عبر جدورها النسغ المغذي للارتفاع إلى الأعلى، ... إلى التنمية.
وقد كان بإمكان الشجرة وبشكل طبيعي أن تستقر على قاعدة زرقاء –الماء- سواء تعلق الأمر بالبحر الأبيض المتوسط في الشمال أو بالمنظومة المائية التي تمنح الحياة للفضاءات الزراعية الشاسعة للجهة، كالمساحات المرتبطة بنهر ملوية بالنسبة لسهل تريفا. وقد فرض اختيار الألوان المرتبطة بالجهة أيضا نفسه بسرعة في التصميم، وبالطبع:

الأخضر يرمز للشمال الفلاحي للجهة (وخاصة أقاليم الناظور وبركان) ؛
الأحمر الأمغر، ويحيل إلى الأقاليم القاحلة في إتجاه الجنوب (كجرادة وفجيج) ؛
والمجموع مطروح على أزرق الماء (البحر الأبيض المتوسط، الأودية، والفرش المائية الباطنية).

ويبقى فقط تحديد درجة الألوان لخلق مجموعة منسجمة ومقبولة. فالبيئة (المرموز لها بالشجرة) والإنسان (على شكل خيال) هما عمادين أساسيين للتنمية – وقد تم إظهاره مرارا - وتطورهما بتآزر وتناغم وحده يسمح بتطور سليم لأي مجتمع وبتنمية مستدامة لكل مجال ترابي. لذا، فكل منهما يستند على الآخر: وهذا هو بالضبط الشعار البصري لوكالة جهة الشرق. الخطاب الأخير: إشارة «أروباز» الموضوعة على جدع شجرة مشَكل في صفة خيال إنسان، يثمن توجه الجهة نحو الحداثة، ويحيل على الذكاء الاصطناعي، مؤكدا انخراط الوكالة في التكنولوجيات الجديدة في سيرها المهني كما في تواصلها.
وأخيرا، فإن مجموع الرسم التخطيطي المشكل ينبغي أن يستجيب لزاما لمهمتين اثنين أخريين:

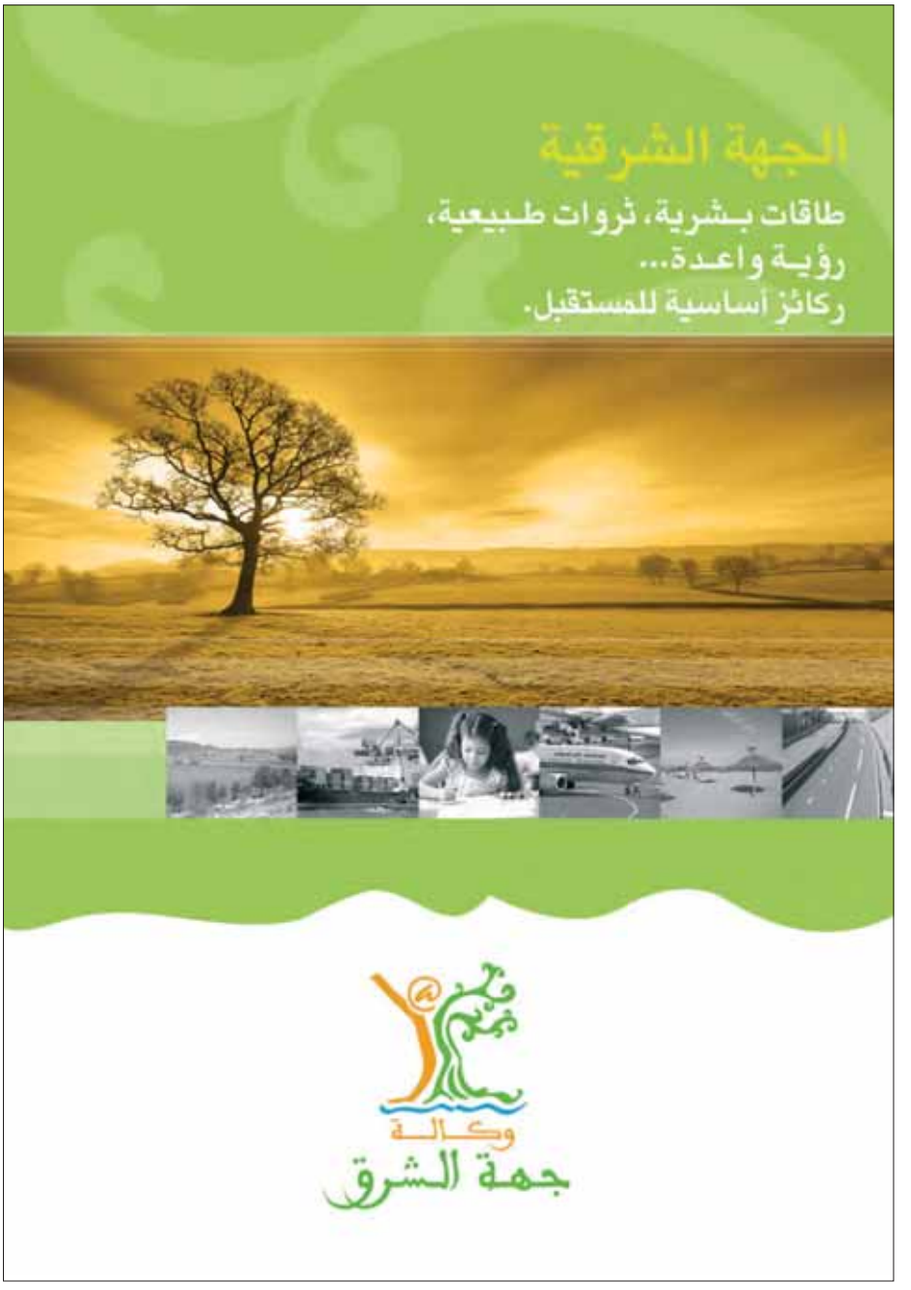
حمل عنوان الوكالة بشكل واضح جدا بصريا، لأن الوكالة بدأت مهامها بدون سابق شهرة وعليها أن تكتسبها، وبالتالي فرض إسمها ؛
التصريح بصريا (شعور فوري ضمني) بصلابتها، واستقرارها وبقاعدتها المؤسساتية (وصاية الوزارة الأولى).

وقد اعتبر هذان الهدفان كمطلبين إلزاميين موكلين للتصميم.



في بداية 2009، وتخليدا للذكرى العاشرة لتربع صاحب الجلالة الملك محمد السادس، نصره الله، على العرش، احتفت الوكالة بالفوائد النابعة من المبادرة الملكية بإصدار هذا الكتاب حيث كلمة «نهضة» مقدمة فعلا ككلمة مفتاحية لهذه الفترة بالنسبة لوكالة جهة الشرق

وقد تم بلوغ هذين الهدفين بوضع عنوان الوكالة كقاعدة أفقية مؤكدة لمجموع الهوية البصرية للمؤسسة.
وقد تم (بالنسبة للعنوان بالحروف اللاتينية) اختيار الحرف الذي يترجم هذا التموقع وقوة هذا التواجد. وقد استعمل حرف الطباعة «Goody Old Style» في صيغته العادية، أي لا رفيع (الذي قد يفقد من الوضوح ويظهر هشا) ولا غليظ (الذي قد يوحي بالثقل أو الخشونة).
وهذا الحرف الطباعي يشبه الحرف التقليدي «Times»، وهو يوفق بين الحديث والكلاسيكي، كما يدل على ذلك إسمه.



عند انطلاق التواصل، أنجزت وكالة جهة الشرق هذا الكتيب الأول الذي يكرس الأهداف المعروضة هنا

والخيار الطباعي ينقل إذا ضمنيا جزءا لا يستهان به من القيم التي تريد الوكالة أن تؤكدها وتجسدها.

1-2-4 عنوان علامة «الشرق المغربي»

التواصل، هو أولا أن تُسمي.
على من، على ماذا، ستقوم الوكالة بالتواصل؟
عنوانان ممكنان كانا يشكلان مساوئ من شانها أن تضعف أو تزعج صورة العلامة:
«جهة الشرق» (Région de l'Oriental) تحيل إلى تقسيم إداري له مشروعيته ومنطقه بالبلاد، ولكنه قابل للتطور (كما حصل بالفعل). ويبدو كتعريف مبسط ومقصر يجهل، مسبقا، وخاصة بالنسبة للخارج، الأبعاد الثقافية والتاريخية التي تميز بقوة هذا المجال الترابي،
«الشرقي (l'Oriental)» وهي أيضا تسمية قد تكون لها في صيغتها الفرنسية عدة معاني، حيث أن الكلمة قد تحيل إلى الشرق البعيد، وحتى إلى آسيا، أو إلى الشرق الأوسط أي المشرق، المرتبط أيضا بمصر وإلى أصقاع أخرى من هذا الفضاء الجغرافي والثقافي.

وبالتالي، ومن أجل تعيين جهة الشرق، اختارت الوكالة استعمال وتثمين عبارة جهة «الشرق المغربي» (في صيغتها الفرنسية).
وتتميز هذه العبارة بكونها :
تؤكد مغربية التراب الجهوي، وهي نقطة لا يستهان بها في هذا الفضاء الحدودي،
توصف عبارة «الشرق» بتحديد مجال جغرافي لها، وفيما أبعد من ذلك، تشرك الجهة في الثقل الإيجابي جدا للصورة العالمية للمملكة المغربية، التي تؤكدها كل التحقيقات والوقائع،
جمع الكلمتين أمر مثير، لأنه غير عادي، ويطرح السؤال لكل من يصادفهما، مما يجعل من الأمر تساؤلا مثمنا لأن الكلمتين لهما دلالة إيجابية.

وفي النهاية، فإن الوكالة وصّفت مجال تدخلها أي الجهة بالمفهوم المجدد «جهة الشرق المغربية»، ونشرت هذه التسمية لتجعل منها العنوان الترويجي الأمثل، كما يُظهر ذلك الرسم التوضيحي التالي.

5-2-1 هوية بصرية واحدة ومتعددة: الميثاق التخطيطي والعلامة «Oriental.ma»

لقد أظهر النقاش حول الهوية البصرية، أن من بين الأهداف الأساسية للتسويق، أهمية تطوير تواصل حول «مشروع ترابي أو مجالي»، الذي هو في آن واحد طموح للجهة، وأفق للحياة بالنسبة للساكنة، ووعد بالنسبة للمستثمرين، الخ. فمنذ 2004، تم إعطاء الانطلاقة لدينامية غير مسبوقة من المشاريع التنموية، أغلبها وضع تحت رعاية صاحب الجلالة، الذي يتتبع ويوجه سيرها من خلال زياراته المتعددة بالجهة. وقد غطت الموجة الأولى من الإنجازات، في الفترة ما بين 2005 و2010، العديد من جوانب التنمية، بعد دراسات أنجزت بأقصى سرعة ممكنة:

إعطاء الانطلاقة للمشاريع الكبرى المهيكلة؛
الخدمات للسكان وتأهيل التنظيم الاجتماعي؛
تكوين الرأسمال البشري؛
محاربة الفقر؛
تثمين مختلف أشكال التراث والهويات الثقافية؛
حماية البيئة؛
التجديد الحضري ورد الاعتبار للأحياء ضعيفة التجهيز؛
الولوج إلى الماء الصالح للشرب.

وتظهر سنة 2010 كأفق استكمال الموجة الأولى من المشاريع، وهو هدف تم بلوغه عموما بشكل متميز، ولكنه تطلب تواصلا للانتظار والوعد خلال السنوات التي تلت المبادرة الملكية. وتشمل هذه الفترة إقامة علامة «وكالة جهة الشرق» بعد أكثر من ثلاث سنوات بقليل من المبادرة الملكية، وبعد بضعة أشهر من انتهاء الدراسات المتعلقة بالمشاريع الكبرى المهيكلة للموجة الأولى، وحتى بُعيد انطلاق المشاريع المقابلة التي كانت توفر صورا تمكن من الملاحظة العينية لمصداقية المشروع الترابي. لقد مثل الأمر حقا منعطفا. لقد كان الانتقال من الفترة التي سبقت المبادرة الملكية والفترة التي تلتها، يضع بحدة رهان تنمية استراتيجية طموحة، ومعقدة ونوعية، من شأنها إعطاء

عبارة «جهة الشرق المغربية» بالفرنسية، فرضت نفسها بشكل كاف لكي تثبت كعنوان لموقع اكتشاف جهة الشرق

مصداقية للتطلعات الجديدة لجهة تتحرك وفق مراحل عدة:

مرحلة التأسيس والانطلاقة، أولا؛
مرحلة الوعود المرتبطة بالمشاريع المنطلقة، بعد ذلك؛
ثم مرحلة الإنجازات؛
وأخيرا مشاريع جديدة مبنية على استكمال المشاريع الأولى.

وقد مكن عمل مسبق حول الهوية البصرية والميثاق التخطيطي للوكالة من تكوين صفيف خلفي تتعدد تشكلاته.

وتعطينا هذه التفرعات تصورا عن الإمكانيات المتعددة للتواصل دعما لتنمية يراد أن تكون متعددة الأبعاد : اجتماعية، واقتصادية، وثقافية وقطاعية... ومثلا، تم تبني مفهوم oriental.ma وهذا المفهوم واسع الانتشار عبر حوامل التواصل التي صممتها الوكالة ونشرتها، سيوحد وحدتها البصرية، وخاصة مختلف المجموعات المنشورة ورقيا من طرف الوكالة (مجلات، دراسات وأوراق أحداث، وكتب جميلة...).
وقد استعمل أيضا كعنوان للموقع الإلكتروني المؤسساتي للوكالة.
في الواقع، إنه سيضع للوكالة، بشكل فعلي وملموس، الرابط الحميمي والتفاعلات الكثيفة بين العالم الافتراضي والعالم

توصيف لعلامة وكالة جهة الشرق «مفهوم oriental.ma» عرف سريعا شكلا تخطيطيا مرتبطا وهو هكذا حاليا.

التقليدي لإنتاجات التواصل[4]، كيفما كانت أنساق انتاجها وطبيعة الحامل المادي.
وقد ساهمت الأرضية المفاهيمية المعدة خلال هذا العمل في تصور استراتيجية للتواصل شاملة وتدريجية، تلخص فيما يلي.

1-3 تحديد استراتيجية التواصل : مقاربة شاملة تتناغم مع التحول البنيوي للجهة

تلخص أهم مراحل منهج التواصل الترابي الذي أطلقته وكالة جهة الشرق فيما يلي.

1-3-1 الإرهاصات التي سبقت انطلاق استراتيجية التواصل :

21 أبريل 2006، إصدار ظهير إنشاء الوكالة ؛
خريف 2006، انطلاق منهج إعداد الهوية البصرية للوكالة والتفكير حول التسويق الترابي الذي ينبغي تصوره للترويج لجهة الشرق ؛
نهاية 2006، اعتماد الهوية البصرية للوكالة، ثم لميثاقها التخطيطي، وتعيين مكتب استشاري لإعداد استراتيجية التسويق والتواصل الجهوي التي ستطورها الوكالة لفائدة الجهة.

1-3-2 انطلاق الاستراتيجية

لقد تقرر تبني استراتيجية التواصل في صيف 2007. وفورا بعد ذلك، بدأ تصميم وإنجاز أدوات التواصل التي برمجتها هذه الاستراتيجية.
وقد سبقت فترة طويلة التجليات الأولى الملموسة وذات الأهمية للمشاريع على أرض الواقع. وقد صاحب ذلك تواصل سمي بتواصل الانتظار، بغرض خلق حافز للانضمام لمروحة عريضة من التحولات الجارية الناتجة عن المبادرة الملكية، تركز على موضوع موحد ومعبأ : «*يجري شيء ما بجهة الشرق، وهي مغامرة اقتصادية وبشرية استثنائية، وينبغي أن نكون فيها*».
وفي بداية تطبيقها المركز على «**تواصل التأسيس أو الانشاء**»، استعادت الاستراتيجية الأولوية لدى الوكالة - إعطاء الانطلاقة للتغيير- أي غرس هذه الفكرة وإعطائها قيمة، ومعنى ومحتوى. وضمن هذا المنطق، فقد ترجم التوقيع الأول الذي تم تبنيه في كل وثيقة هذه الاستراتيجية: «**المستقبل، هو جهة الشرق**».
وفي 2008، بدأ «**تواصل الوعود**» حيث تروج الوكالة لما ستكون عليه الجهة في مختلف أبعاد التنمية. وهذا التواصل كان ذا أبعاد متعددة، حيث أنه كان موجها للمواطنين المقيمين بجهة الشرق وكذا لمستهدفين في جهات أخرى بالمغرب أو بالخارج.
ومنذ 2009، بدأ تدريجيا «**تواصل للنتائج**». وهو ينسجم مع التواصل السابق، حيث يُظهِر (بالدليل، وهي آلية معروفة جدا لدى المعلنين) بأن تواصل الوعد (أو الانتظار) كان يقول دوما الحقيقة (آلية إعادة التأمين المعروفة).

...تطوير استراتيجية للتواصل طموحة، ومعقدة ونوعية...

[4] هذا التفاعل بين مختلف الحوامل عن طريق مفهوم oriental.ma يمثل في حد ذاته مشروعا ناجحا للتواصل.

توجهات الاستراتيجية العامة للتسويق والتواصل التي أرادتها وكالة جهة الشرق من أجل الترويج للجهة: مقتطفات من طلب العروض المكرس لتعيين مكتب استشاري

تواصل الجهة حول الجهة، بصفتها الفاعل/الميسر/والمبادر إن اقتضى الحال/ والمساهم ربما، وفي وضع يمكنه من تحمل أو إسناد أي من المشاريع رابح-رابح للجهة.

وعد للمستهدفين/مفهوم شامل

المؤهلات، والمكتسبات، والإنجازات الجارية أو القادمة، تجعل من جهة الشرق جهة حقيقة صاعدة دائمة التنافسية والجاذبية، حيث يحلو العيش، والعمل والاستثمار من أجل تحقيق المشاريع الأكثر طموحا وتحقيق الذات. هذا هو المفهوم الشامل للتسويق الترابي لجهة الشرق، والذي كان محل تفرعات عديدة.

شخصية الوكالة

تكتسي الوكالة الصفات التالية :
الطموح (للجهة في إطار المبادرة الملكية بالخصوص وللمملكة بشكل عام) ؛
انفتاح وجودة الانصات؛
شعور مرهف ودفئ في مواكبة المبادرات ؛
التفاعل وحتى الاستشراف ؛
قدرة التفكير والتواضع ؛
الصرامة والضرورة الملحة للأداء الجيد ؛
الأخلاقيات والتصرف المواطن.

حقول التواصل

إنها الحقول التي يتم التعبير فيها عن طموح الجهة :
التنافسية والأداء المرتفع ؛
الوطنية والمواطنة؛
الوفاء وحب العمل (*) ؛
التنمية المستدامة (البشرية، والاقتصادية، والبيئية، والاجتماعية) ؛
الأخلاقيات والحكامة الجيدة ؛
عولمة المبادلات.

أهداف التواصل

على الصعيد العملياتي، يمكن أن نصنف المستهدفين كالتالي :
السكان المحليين، والمنتخبين، (في احترام لهويات كل منها)، وتنظيمات المجتمع المدني، والسلطات العمومية والممثلين المحليين للإدارات الكبرى ؛
القاعدة التكنوقراطية الوطنية، والسلطات، والمؤسسات العمومية، وخاصة تلك التي تلعب دورا في توجيه الاستثمارات أو التي بإمكان قراراتها أن تأثر كليا أو جزئيا على مستقبل الجهة ؛
العالم الاقتصادي الوطني، وخاصة أرباب القرار الذين يستعدون للاستقرار بالجهة أو الذين يرغبون في تعزيز أنشطتهم بها.

(*) ساكنة «ذات الإمكانات الهامة والمؤهلات البشرية المتميزة بالإرادة القوية والجدية في العمل» (الخطاب الملكي لـ 18 مارس 2003)

وهو يساهم في إعطاء مصداقية بَعدية (ولكن أيضا قبلية فيما بعد) للوكالة كفاعل «يتكلم بصدق» والذي يفي بوعوده وكذا مجموع آلياته التواصلية.

وأخيرا، ابتداء من 2010، وانطلاقا من الإنجازات التي أصبحت ظاهرة على أرض الواقع، انطلق «**تواصل الصورة**»، المعدة لنقل الواقع الجديد للجهة.

نُشرت استراتيجية تدخل الوكالة، وهي تسبق بقليل تبني استراتيجية التسويق والتواصل، منذ صيف 2007

4-1 تواصل التأسيس: إعطاء الانطلاقة للتغيير (2007 – 2008)

1-4-1 وكالة جهة الشرق تجسد التغيير

لقد تم تصور تواصل التأسيس بموازاة مع تفعيل الروافع الأساسية للتغيير بالجهة. فقد كان ينبغي بالتالي بناء الصورة التي على الوكالة أن تنقلها بنفسها من أجل إبلاغ وعد التغيير المنتظر للمبادرة الملكية، كنقطة انطلاق مؤسسة لاستراتيجية التواصل.

وهكذا، فقد تموقعت الوكالة كمؤسسة :

حاملة للتقدم ومبادِرة لمشاريع طموحة (ذات مصداقية، وناجعة ومنتجة) ؛
حريصة على الجودة، والحقيقة، والتنافسية، وكذلك على القرب ؛
رامزة لقيم المرفق العمومي المطوّر وذو الأداء العالي.

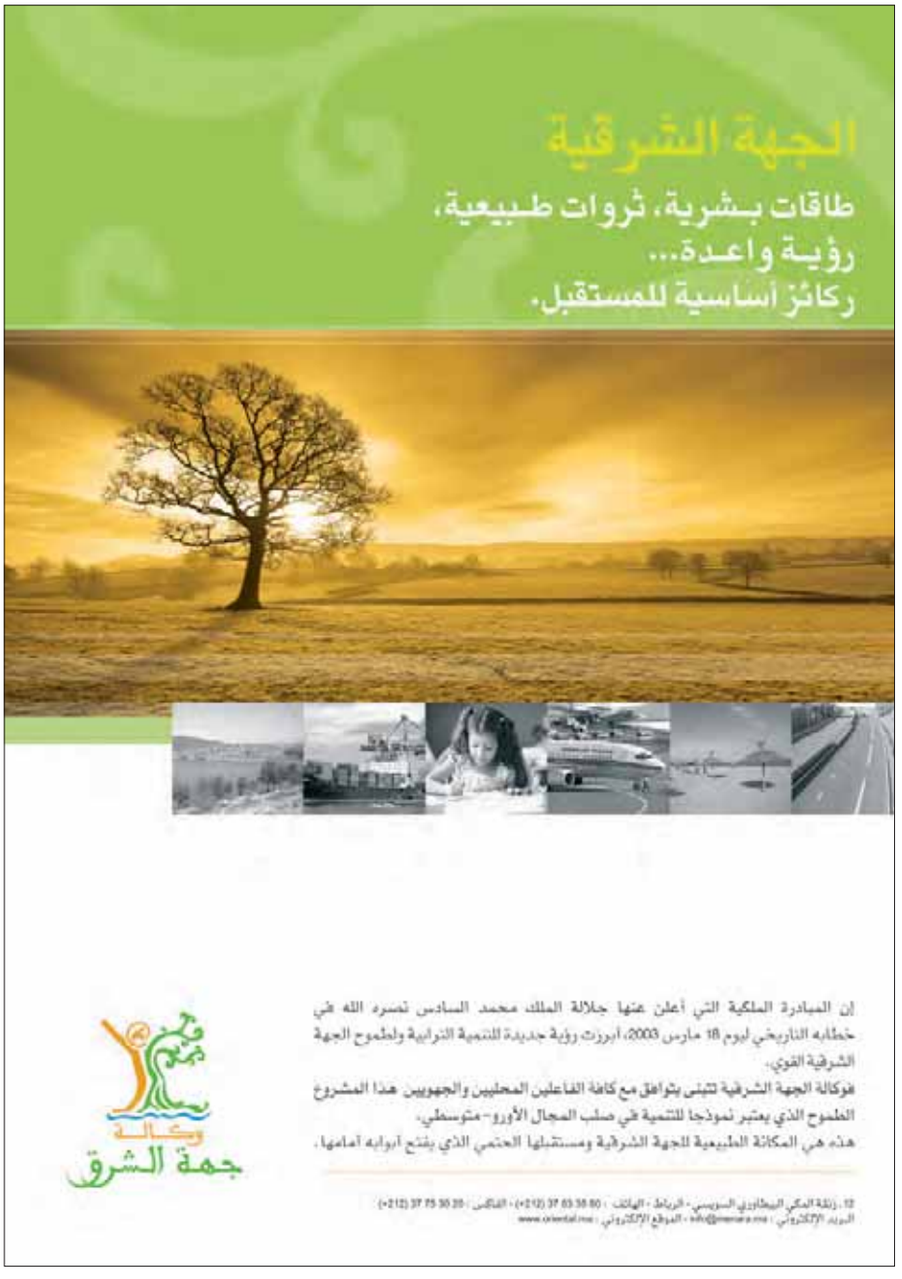
وقد تقمصت الوكالة صورة جهة طموحة، وجذابة، وسائرة لتحتل مكانا بين المجالات الترابية الأورومتوسطية والمغاربية الرائدة[5].

[5] https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/04/File_17_291.pdf

1-4-2 عمليات التأسيس

العمليات	المحتوى	الهدف	الحامل
العلامة المؤسساتية	مفهوم الإنسان/الشجرة		
الميثاق التخطيطي والهوية البصرية	كل الجوانب التخطيطية الدالة على العلامة	تجسيد	كل
	إدراج الهوية البصرية في الوثائق التي تصدرها الوكالة	التغيير والابتكار	الحوامل المنتَجة
تحديد استراتيجية التواصل	التفكير، التشاور، الخبرة، والاستشارة		

أول إدراج لتأسيس وكالة جهة الشرق صدر في الصحافة المكتوبة سنة 2007 و 2008



دشنت العمليات الملخصة في الجدول السابق تواصل التأسيس.
ووفق التوجهات المحددة في استراتيجية التواصل، فإن الفئات المستهدفة في مرحلة الانطلاقة هي على وجه الخصوص الأهداف المحلية (المواطنين، المقاولات، المصالح، التجار، الجمعيات، الجامعة، الطلبة...). مع آخرين كأفراد الجالية.

1-5 التواصل بالمعرفة والخبرة

1-5-1 استراتيجية النشر

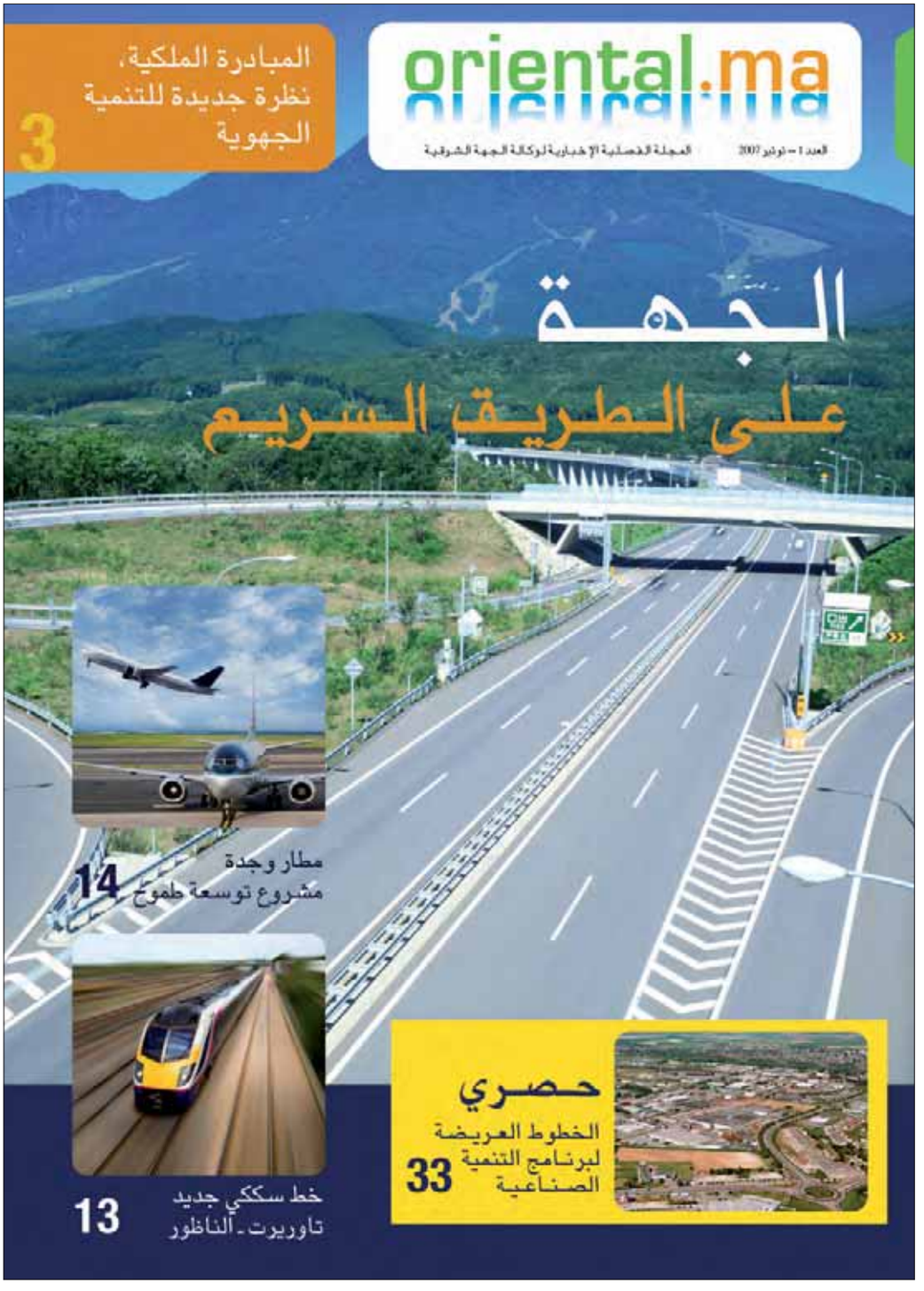
لقد شكلت تعبئة المعرفة بعدا استراتيجيا لأهداف تواصل الوكالة. فمنذ مرحلة الانطلاقة، تبين أنه من الضروري تنمية «المعارف» بتراب الجهة من أجل:

إبراز ميزات الجهة، الظاهرة والمستترة، لجمهور واسع ؛
إنتاج المعرفة ومعطيات مفيدة للفاعلين المهتمين بالتنمية الجهوية ؛
تعبئة الخبرة حول التنمية الترابية، «علم حول التراب» صاعد وقتذاك.

وقد تجسد تواصل المعرفة بواسطة استراتيجية الإصدارات. وقد اتخذت إصدارات الوكالة أشكالا ومجموعات مختلفة. بينما أخرى نتجت عن شراء مساحات.

2.5.1 لائحة توضيحية للعمليات المنجزة

الوسائط	المحتويات	الاهداف
انطلاق مجلة Oriental.ma	تعبئة الخبرات	التعريف بالمبادرة الملكية
انطلاق مجموعات Oriental.ma	التواصل بواسطة الذكاء، والمعرفة في خدمة التنمية الجهوية توثيق التغيرات والمؤهلات الجهوية	التعرف على الروافع الجديدة للتنمية الجهوية وإظهارها
تطوير موقع www.oriental.ma	تأمين انتشار واسع لدى الفاعلين الجهويين، والوطنيين والدوليين	التعريف بغنى وتنوع مؤهلات الجهة



نشر المعرفة يترجم بالأساس عبر استراتيجية للإصدارات

بُعيد اعتماد استراتيجيتها للتواصل، أصدرت الوكالة العدد الأول من مجلتها Oriental.ma، منذ نونبر 2007، وقد خصص بالطبع لأوراش البنية التحتية

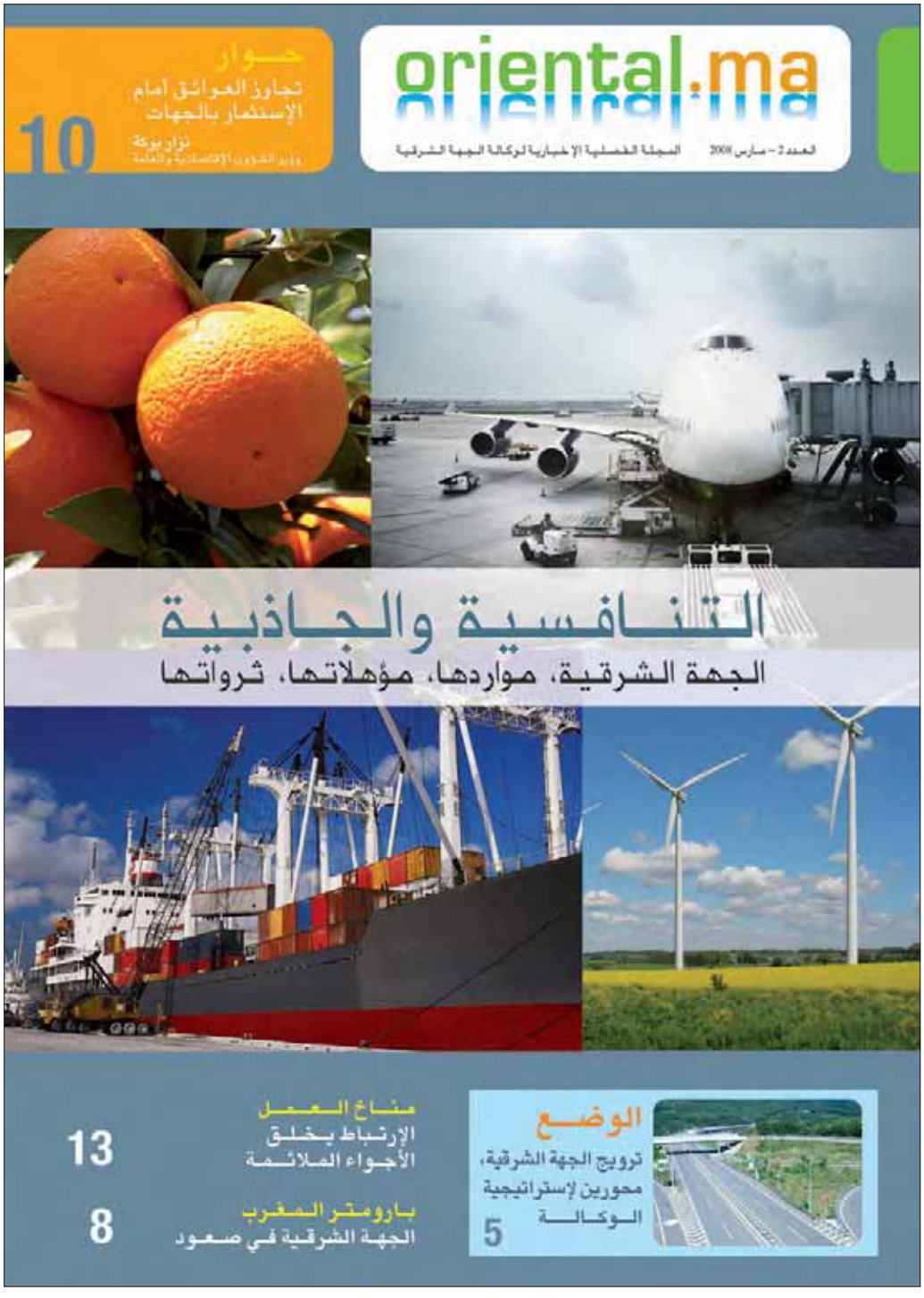
6.1 التواصل عبر الإنعاش الاقتصادي

1.6.1 جعل الإنعاش الاقتصادي محورا عرضانيا للتواصل

يعد الإنعاش الاقتصادي مهمة مشتركة لمجموعة من الفاعلين المحليين: المجلس الجهوي، المركز الجهوي للاستثمار، غرف التجارة، والصناعة والخدمات، القطاع الخاص...

ومع ذلك، فإن وكالة جهة الشرق، بوصفها «وكالة الإنعاش والتنمية الجهوية» كما توضح ذلك تسميتها، ستجعل منه العمود الفقري لبرنامج عملها[6] وفق الظهير المحدث لها.

ولهذه الغاية، أعدت وفعّلت استراتيجيتها التواصلية بإدراج برمجة عمليات وحوامل للإنعاش الاقتصادي، والاجتماعي والثقافي حسب التوجهات الكبيرة التالية:



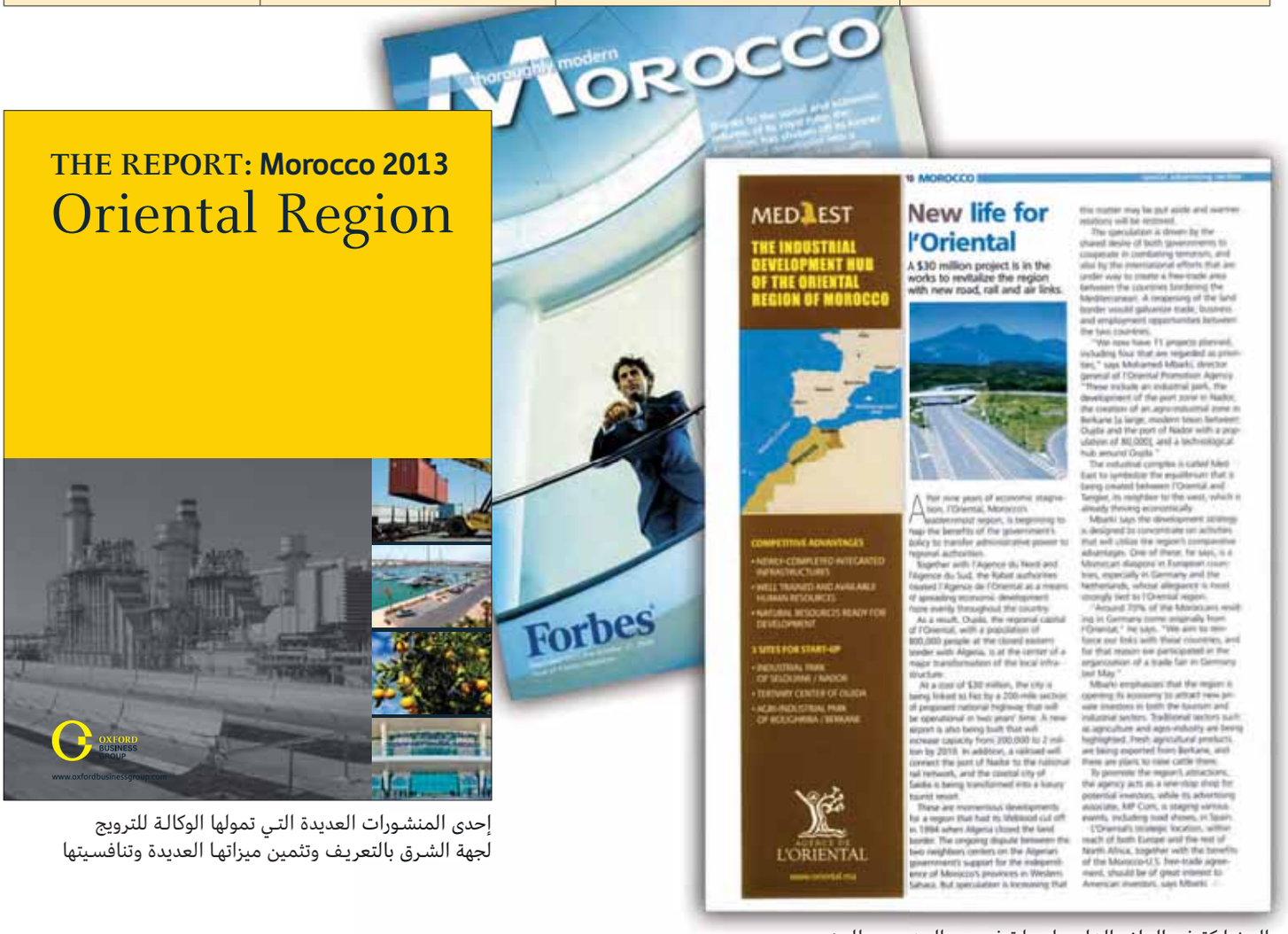
في خضم مرحلة التأسيس، تجسد الوكالة التغيير وخاصة بإحدى وسائطها الذاتية، مجلة Oriental.ma (هنا العدد 2) بتبني خطاب اختراقي يهدف في آن واحد ا لإغراء والإقناع

تطوير دبلوماسية ترابية وتشبيكات وطنية ودولية، للفاعلين العموميين والخواص، زرع جانب تواصلي وترويجي لكل مشروع تدعمه الوكالة،

المساهمة في بروز الجهة في التظاهرات الوطنية والعالمية.

2-6-1 لائحة توضيحية للعمليات

العمليات	المحتويات	الأهداف	الحوامل
مشاركات ظاهرة في التظاهرات الجهوية، والوطنية والدولية، وضع استراتيجية لدعم التظاهرات **تطوير دبلوماسية ترابية : توأمة مؤسساتية، شراكة مع مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، والتعاون الألماني، واليونيسف...** **شريط مؤسساتي وإصدار حوامل مكرسة**	إبراز التحولات الاقتصادية والاجتماعية الجهوية، مشاركات ظاهرة ومروجة إعلاميًا مواضيع اقتصادية، تثمين البنيات التحتية	تأمين حضور منتظم ومتواصل للجهة على الصعيدين الوطني والدولي توحيد التواصل مع فاعلين آخرين ومنظمي التظاهرات بإبراز جهة الشرق	رواق، ملصقات، توزيع المجلة وكتب مجموعات ORIENTAL.MA مقابلات، تقارير، بث الشريط المؤسساتي...



إحدى المنشورات العديدة التي تمولها الوكالة للترويج لجهة الشرق بالتعريف وتثمين ميزاتها العديدة وتنافسيتها

المشاركة في الملف الخاص لمجلة فوربس المخصص للمغرب

[6] تسمية وكالة إنعاش وتنمية جهة الشرق وكذا نصوص إحداثها تخول لها مهمة العمل للارتقاء بالجهة وبالأقاليم التي تتبعها والترويج لها.

الجهة الشرقية

قدرات بشرية عالية
تجعل من غنى الطبيعة
خيرات محلية قابلة للتصدير.

تعتبر الجهة الشرقية مجالا خصبا لإنتاج مواد فريدة من نوعها قادرة على غزو الأسواق الوطنية والدولية. ومن أجل تنظيم مختلف مراحل الإنتاج والتحكم في آلياته والإستفادة من التقنيات العصرية للتسويق وتشجيع المبيعات، تكاثفت جهود السلطات المحلية والقطاعات الحكومية (وزارة الفلاحة والتنمية القروية ومكتب إعادة التأهيل الفلاحي والمياه والغابات...) والمركز الجهوي للإستثمار بجانب عدة فاعلين حكوميين آخرين وخواص من أجل الرفع من قيمة المنتوجات المحلية. وفي هذا الصدد أبرمت وكالة الجهة الشرقية اتفاقيات شراكة مع برنامج الأمم المتحدة للتنمية الصناعية ONUDI وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي PNUD ووزارة التجارة والصناعة وتأهيل الإقتصاد و غيرها من المؤسسات الحكومية والدولية.
فالطبيعة، بالجهة الشرقية، غنية والقدرات البشرية تجعلها أكثر غنى.

طاقات بشرية، ثروات طبيعية،
رؤية واعدة... ركائز أساسية للمستقبل.

وكالة
جهة الشرق

12، زنقة المكي البيطاوري - السويسي - الرباط - الهاتف : 80 35 63 37 (212+) - الفاكس : 20 30 75 37 (212+)
البريد الإلكتروني : info@oriental.ma - الموقع الإلكتروني : www.oriental.ma

هذه الادراجات رامزة لمجموعة من الإعلانات المنشورة في الوسائط المكتوبة (الصحفية بالخصوص) للترويج للجهة

الجهة الشرقية

رغبة كبيرة في خلق المشاريع ودعمها لتقوية وتعزيز وتيرة المبادرة الوطنية للتنمية البشرية.

يعتبر النسيج الجمعوي الذي يحتل مكانة مهمة في الجهة الشرقية شريكا أساسيا لإنجاح المبادرة الوطنية للتنمية البشرية عن طريق دعم ومواكبة حاملي المشاريع وتشجيع خلق أنشطة تنموية مدرة للدخل.

فالسلطات المحلية والقطاعات الحكومية وكذا وكالة الجهة الشرقية والغرف المهنية والوكالة الوطنية لإنعاش التشغيل والكفاءات وجهات أخرى... الجميع يسير بنفس الخطى وبنفس القناعات...

شراكات فعالة وفاعلة مع المجتمع المدني والفاعلين الخواص بدعم مساعدات المنظمات الدولية قصد بلورة وتقوية ثقافة المبادرة المقاولاتية لبلوغ الأهداف السامية التي جاءت بها المبادرة والوطنية للتنمية البشرية.

طاقات بشرية، ثروات طبيعية،
رؤية واعدة... ركائز أساسية للمستقبل.

وكالة جهة الشرق

12، زنقة المكي البيطاوري - السويسي - الرباط - الهاتف : 80 35 63 37 (212+) - الفاكس : 20 30 75 37 (212+)
البريد الإلكتروني : info@oriental.ma - الموقع الإلكتروني : www.oriental.ma

أنتجت هذه الحملة الأولى من الإدراجات نموذجا: 7 إعلانات مصورة على 3 أسابيع حول 7 مواضيع للترويج. هنا، بعد اقتصاد المنتوجات المجالية، يأتي دور دعم إحداث الأنشطة مع المبادرة الوطنية للتنمية البشرية ليتم الترويج له

المرحلة 2 : التدعيم

1-7 مواكبة تحول الاقتصاد الجهوي (2008-2009)

1-7-1 تواصل المشاريع : صدمة التغيير

رأت النور العديد من المشاريع المهيكلة للاقتصاد الجهوي خلال هذه المرحلة من التنمية. ومشاريع الأخرى كانت قيد الاتمام ك :

المحطة الشاطئية ميديرانيا السعيدية (الأولى ضمن المخطط الأزرق) ؛
الفضاءات الصناعية من الجيل الجديد لاستقبال أنشطة (كالقطب التكنولوجي لوجدة، والقطب الفلاحي لبركان بمداغ، والمجمع التكنولوجي لسلوان بالقرب من الناظور) ؛
التجديد الحضري ؛
المطار الجديد لوجدة ؛
السكة الحديدية الرابطة بين الناظور وفاس (وبالتالي بمجموع شبكة السكة الحديدية الوطنية) ؛
انشاء أقطاب جامعية جديدة (مركز استشفائي جامعي، كلية الطب...) ؛
المشاريع الاجتماعية والبشرية (الصحة، التربية، المبادرة الوطنية للتنمية البشرية...)، الخ.

كانت الجهة في تحول متسارع نتيجة التحفيزات الملكية المتواصلة خلال الزيارات الملكية للجهة: زيارة إلى زيارتين في السنة، تم خلالها تدشين العديد من المشاريع وإعطاء الانطلاقة لعدد آخر.
وقد أعادت العناية الملكية الأمل للسكان.
ومنذ ذاك، حصلت صدمة نفسية حقيقية للتغيير، صدمة معبأة وإيجابية بعد معاناة عقود عديدة من التقهقر والتهميش الاقتصادي الناتج أساسا عن إقفال الحدود في الشرق[7] وغياب أفق مغاربي. وقد تم إعداد عمليات تواصلية من أجل تغذية هذه الدينامية ومواكبة التحول البنيوي للتراب.

وقد دمجت التوجه الإصلاحي، من أجل:
توسيع قاعدة الجماهير المستهدفة ؛
تعبئة فاعلين جدد (مستثمرين أجانب، أفراد الجالية، التعاون الدولي...) ؛
تثمين عوامل الجاذبية للجهة.

ونجد فيما يلي لائحة توضيحية لعمليات التواصل المتعلقة بالمشاريع.

العمليات	المحتويات	الأهداف
دعم أفراد الجالية	دعم الملتقيات التي تنظمها الجالية بالخارج	توسيع دائرة الشركاء الدوليين للوكالة والارتقاء بدور الجالية في التنمية الجهوية
إنجاز دليل للاستثمار بشراكة مع مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية	تطور استشرافي لدبلوماسية ترابية مع منظمات دولية، وبلديات وجمعيات مقرها بالخارج	
اقتناء رخصة e-invest التي طورها مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية	التعريف بجهة الشرق بالخارج عبر المنظمات الدولية والسفارات	
وضع مشروع للهجرة والتنمية لجهة الشرق بالناظور في اتجاه المغاربة المقيمين بالخارج بألمانيا	تجريب حلول ملموسة خاصة بالجالية لدعم الاستثمار	نشر معلومة موثوقة لتحفيز الاستثمار بالجهة
وضع مركز للموارد والخدمات يموله الاتحاد الأوروبي بشراكة مع الوكالة الأندلسية للتعاون الدولي	إحداث أدوات ملموسة للشراكة وللتشبيك الوطني والدولي	
تنظيم قافلة دبلوماسية في جنوب الجهة بشراكة مع مؤسسة ديبلوماتيكا	تطوير مقاربة للقرب مع السلك الديبلوماسي ومرافعة اقتصادية، وثقافية واجتماعية لفائدة جهة الشرق	جعل الرافعة الدبلوماسية عامل للإخبار ومعرفة ميزات الجهة

[7] تقرر إقفال لحدود من طرف السلطات الجزائرية أولا من سنة 1975 إلى 1988، ثم من 1988 إلى 1994. منذ 1962، أصبحت فترات الإقفال أطول من فترات الفتح. وبالنظر لصلات القرب الثقافية والبشرية القوية جدا بين السكان القاطنين في جهتي الحدود، فقد تسبب ذلك في صعوبات عديدة للساكنة الحدودية: اقتصادية، واجتماعية، وعائلية وإنسانية...

تسجل سنة 2008 مرحلة كما أنها تصادف الذكرى الخامسة للمبادرة الملكية. وقد خلدت حملة صحفية امتدت لأسبوع هذه الذكرى

دليل الاستثمار هذا، الذي يعتبر ثمرة العمل الدبلوماسي الذي قامت به الوكالة (هنا في نسخته الصينية)، أنجز استثنائيا بشراكة مع مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية

الطاولة المستديرة للممولين كانت أصل مجموعة من التعاونات. وقد تطرق تواصل الوكالة لها واستغلها لفائدة صورة الجهة

1-7-2 التواصل الشمولي : عمليات القرب اتجاه المجالات الترابية المنعزلة

من أجل تقديم وشرح فرص وفوائد المبادرة الملكية بالمناطق البعيدة واستشارة السكان عن قرب، تم تنظيم قوافل للقرب بالمناطق البعيدة عن المراكز الحضرية، وخاصة بجنوب الجهة.

وقد شمل هذا النوع من التواصل إقليمي جرادة وفجيج بالخصوص. واستراتيجيا، فقد شجعت «قافلة قرب وحوار» مقاربة شمولية للمؤهلات الجهوية، عبر حوامل ملائمة (حافلة مهيأة، أروقة، ملصقات، وثائق مختلفة...).

1-7-3 التواصل الشمولي : في لقاء الجالية المنحدرة من جهة الشرق

قافلة
حوار وقرب
نحو المجالات
الترابية النائية

الوسائط المحدثة	المحتويات	الأهداف
تظاهرات للترويج لدى الجالية بمدن باريس، وروتردام، وفرانكفورت، وبروكسيل، ومارسيليا، ومونبولييي، بشراكة مع سفارات المغرب في الدول المعنية. شراكات مع وسائل إعلامية مكرسة للجالية	شراكة مع ممثلي الجالية في العواصم الأوروبية الكبرى اتفاقية شراكة مع قناة كنال أطلس : نشر وثائق وتقارير تخص الجالية	تجسيد الرؤية الملكية الرامية إلى إدماج الجالية في عملية التنمية الجهوية

يعتبر المغاربة المقيمون بالخارج مكونا أساسيا، وربما حيويا، من حيث المساهمة في التنمية الجهوية. وبعددهم الهام – قرابة 1,5 مليون مواطن يعيشون بالخارج بجمع الجيل الأول، والثاني والثالث – فهم يكوّنون رصيدا كامنا استثنائيا بالنسبة للاقتصاد الجهوي. وبالتالي، فقد كان من الواجب على وكالة جهة الشرق أن تطور قنوات للتواصل مع المغاربة المقيمين بالخارج بشكل أولوي.

4-7-1 تواصل النتائج : تثبيت الصورة الجهوية الجديدة

ابتداء من منتصف 2008، بدأت الوكالة «تواصلا للنتائج» يتمحور حول الإنجازات.

العمليات	المحتويات	الأهداف	الحوامل
الحضور والتدخل في مناظرة السياحة المنظمة بالسعيدية **حملة للملصقات بأهم المحاور الطرقية** **تنظيم مؤتمرات صحفية لتقديم الدينامية التنموية الجارية بجهة الشرق** **إعطاء الانطلاقة للتواصل الرقمي**	جمع القوى الحية الوطنية والجهوية لتدشين محطة ميديترانيا السعيدية المشاركة الظاهرة للوكالة كفاعل أساسي في التنمية الجهوية تدخل المدير العام للوكالة في الجلسة الافتتاحية جاذبية كل مجال ترابي معني وأمثلة عن تثمينه	استغلال هذه اللحظة التاريخية كمرحلة رئيسية في تواصل النتائج تطوير تواصل مبتكر سيما بواسطة الرقمي تواصل بخصوص مسار التنمية الجهوية والحداثة كعامل للجاذبية	التواصل البصري والسمعي البصري إصدار العدد رقم 9 لمجلة ORIENTAL.MA حول السياحة دعوات للصحافة الوطنية والجهوية للمؤتمرات الصحفية

وقد تم التركيز على تقدم البرامج الجهوية الكبرى للبنيات الأساسية، وكذا على البرامج الكبرى للوكالة التي تندرج في استراتيجية تدخلها. ثم، منذ 2009، دعمت الوكالة تواصلها على مشاريع وطنية ودولية، مثل مناظرة السياحة التي انعقدت في جرادة والتي صادفت تدشين المحطة.

وهذا الحدث البارز في التاريخ الحديث للجهة، يبرز جيدا تحقيق المشاريع. ولتوضيح حملات إقرار الصورة، عبأت الوكالة مزيجا من الصور من الميدان وقاعدة صور من أجل تحفيز الخيال عن طريق مشاهد موحية ومغرية، بحيث تستقر حقائق جديدة قيد الإنجاز في الأذهان قبل أن تكون قائمة فعلا.

وخلال الموجة الثانية لإتمام المشاريع، تم التقاط صور واقعية تكاثرت في الأدوات التواصلية للوكالة للترويج للانبعاث الجهوي.

وتحظى الجودة باهتمام خاص (لا سيما باختيار دقيق للمصورين) من أجل إبراز مصور جيد للإنجازات العديدة الجديدة والمبتكرة داخل الجهة. وهذا التواصل المتجدد يحدث ويتزامن مع[8] :

عمليات تواصلية جديدة تهم مواضيع جديدة ؛

المزيد من تواصل الصورة، إما لتوطيد الصورة الجديدة للجهة، وإما لرفع صيتها المرتبط بالانطلاق، والتنافسية والجاذبية ؛

مختلف تواصلات النتائج، من أجل إعطاء مصداقية لخطاب الوكالة وفق مبدأ «التدليل بالدليل»، بإرساء اليقين بأن الجهة هي حقا فضاء للوفاء بالعهود ؛

تواصل الطموح، المصاحب لزيارات صاحب الجلالة للجهة، والتي تستخلص مادتها من المؤهل الجهوي، والمصلحة الوطنية في تطويره، واهمية ووقع القرارات الملكية المتعلقة به.

ونجد هنا لائحة توضيحية للعمليات من هذه النوع التي تم إنجازها.

[8] *https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/04/File_17_291.pdf*

الجهة الشرقية

بنيات جديدة، استثمارات صناعية كبرى...
الجهة الشرقية تقوي تنافسيتها.

وكالة
جهة الشرق

إنجازات كبيرة تعرفها المنطقة الشرقية... الميناء المتوسطي بالناظور المنفتح على العالم الأورو-متوسطي... عملة تقوي الدينامية الاقتصادية بالجهة الشرقية. البنيات التحتية الجديدة، تمكن من تسريع وتيرة التنمية الاقتصادية : الطريق السيار فاس-وجدة، الطريق الساحلي المتوسطي، طرق مزدوجة متجددة، أو حديثة العهد، وصول الخط السككي إلى مدينة وجدة في أفق ثلاث القطار ذي السرعة العالية TGV الذي سيربط مدينة الرباط بوجدة، عمارات في أوج التطور... لقد أصبح من السهل الاستقرار بالجهة الشرقية وتصدير المنتوج نحو مختلف المدن المغربية، بل و الأوروبية للوصول إلى 500 مليون مستهلك.

هكذا إذن، نجد سوناسيد، الرائدة في مجال صناعة الحديد والصلب بالمغرب، مستقرة بالناظور وتزود زبناءها عبر ربوع المملكة على الأخص من وحدتها الإنتاجية بهذه المدينة. ان تواجد سوناسيد بالجهة الشرقية، يجعلها أكثر من أي وقت مضى فاعلا محوريا وأساسيا في التنمية الاقتصادية للجهة. ومن ثم، فهي تعتبر بالفعل محركا قويا لخلق دينامية جديدة ومحت حديثة، مما يخلق فرصا كثيرة للشغل.

اليوم، الجهة الشرقية تتمكن من أن تحتفي بثقة أكبر الأسماء في عالم الصناعة.

SONASID

12، زنقة المكي البيطاوري - السويسي - الرباط - الهاتف : 80 35 63 37 (212+) - الفاكس : 20 30 75 37 37 (212+)
البريد الإلكتروني : info@oriental.ma - الموقع الإلكتروني : www.oriental.ma

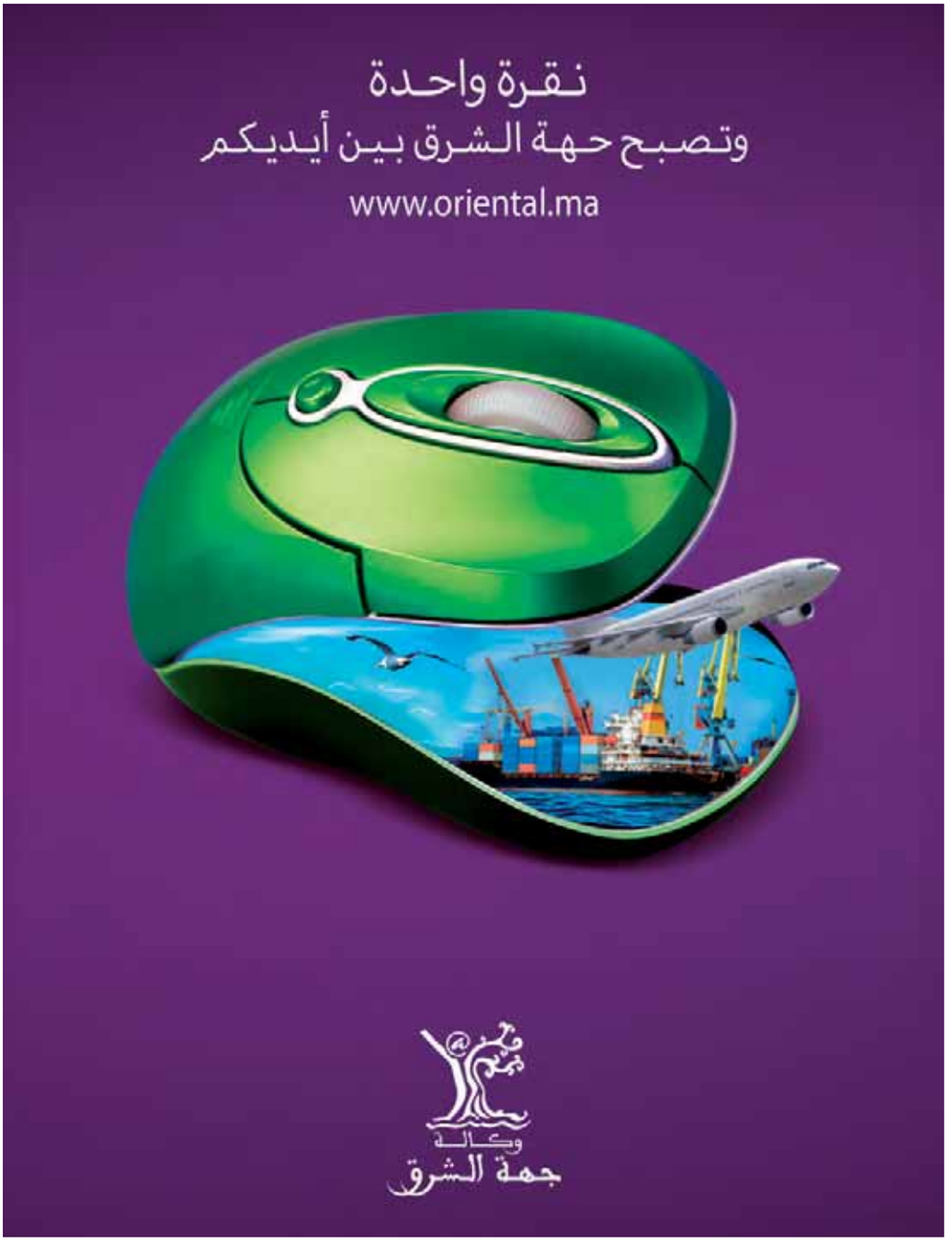
لإعداد الانتقال إلى مرحلة جديدة من التواصل وإخبار الجمهور المستهدف بالنتائج التي تم بلوغها، تشترك الوكالة مع الصناعيين الكبار بالجهة وتضع معهم لائحة للفوائد الأولى للمبادرة الملكية

تواصل النتائج يضع نفسه هنا في خدمة الترويج الاقتصادي بخطاب تقوم فيه مقاولات صناعية أو خدماتية تتحدث إلى مقاولات أخرى

8-1 انطلاق التواصل الرقمي

عرفت التكنولوجيات الرقمية والانترنيت مع بداية القرن العشرين تطورا سريعا (جودة العروض، تضاعف الإمكانيات، بث أكثر فأكثر كثافة، أدوات استهداف أكثر فأكثر دقة، الخ.).
وبالتالي، فقد برز الرقمي بقوة كمجال جديد في تمدد سريع ويمنح امكانيات تتوسع بشكل مضطرد للإعلام والتواصل.
وتمنح الشبكة العنكبوتية أدوات مبتكرة بإمكانها توسيع مروحة المتحاورين الكامنين والارتباط بهم بدقة أكثر.

وقد عرفت الفترة ميلاد «الويب التفاعلي» (شبكات التواصل الاجتماعي) والحوامل الرقمية من الجيل الجديد (الهواتف الذكية، اللوحات الالكترونية، الخ.): إنها عوامل جديدة أحدثت تطورا كبيرا ف مجال التواصل. إنها قنوات جديدة تنضاف إلى الحوامل التقليدية وأحيانا تضاعفها، مانحة فرصا جديدة وحقيقية للمجالات الترابية للمضي لاقتحام أهدافها.
وقد طورت الوكالة منذ 2008، استراتيجية رقمية تستجيب لهذا الرهان الجديد، الذي هو ثمرة رؤية طموحة وقناعة راسخة: فتنمية جهة الشرق، في سياق معولم، تمر أيضا عبر التكنولوجيا.



منذ إحداثه سنة 2008، تم الترويج للموقع الإلكتروني في الصحافة المكتوبة وسوف يعرف بعد ذلك تطورات عديدة، إلى حد أنه أعيد تشكيله مجددا

استراتيجية رقمية في خدمة قناعة راسخة

المرحلة 3 : بعد 2010، الطموحات الجهوية الجديدة

1-9 المبادرة الملكية، مرجعية مهيكلة وملهمة للتواصل الجهوي

1-9-1 جعل التواصل عملية مهيكلة، فضلا على الصورة والصيت

صممت الوكالة استراتيجيتها وحملاتها التواصلية في إطار روح المبادرة الملكية. وهكذا برزت كفاعل مركزي للتواصل الترابي ضمن «المشروع الجديد للتراب» وذلك بـ :

التطرق لمواضيع جديدة من أجل إزاحة الصور النمطية السلبية التي ظلت تكبح إقلاع الجهة ؛
تعزيز التصور الجديد للجهة المستند على عوامل جاذبيتها ؛
إبراز المكتسبات الجديدة والنجاحات الملموسة للفاعلين المحليين والمتدخلين بالجهة ؛
الاهتمام بصيتها وصورتها عند مستهدفيها ؛
تطوير سياسة للتقاسم المنتظم للمعلومات حول المبادرات التي تقوم بها وشركاؤها.

بعيدا عن الصورة، والصيت والترويج الاقتصادي، استثمرت الوكالة أيضا حقولا جديدة مبتكرة للعمل نقدمها فيما يلي.

1-9-2 تنصيب التواصل الترابي كمصدر لخلق القيمة

في استراتيجية التواصل، أدرجت الوكالة المعطيات الجديدة النابعة من السياقات (الوطنية والعالمية) التي تأثر على التنمية الجهوية، التي تندرج فيها الطموحات الجهوية الجديدة.
وهكذا، فإن العناصر المأخوذة بعين الاعتبار هي :

السياق الدولي، في ظل الانعكاسات الجهوية للأزمات المتتالية الشاملة (الأزمات الصحية، والمناخية، والمرتبطة بالهجرة، الاقتصادية وتلك المتصلة بالتضخم) ؛
السياق الوطني، المطبوع برهانات كبرى (ومنها «الجهوية المتقدمة»، و «النموذج الجديد للتنمية»، وحتى القيمة النموذجية –أو الرائدة- لبعض الجهات، كجهة الشرق) ؛ سياق التعاونات، وخاصة مع الاتحاد الأوروبي [9] ؛
السياق الجهوي، المشاريع المهيكلة الكبيرة التي أنجزت بجهة الشرق، وهي مفاتيح تنافسية جديدة (ومنها الجارية، كالمدن السبع لبحيرة مارشيكا، والمركب المينائي والصناعي المستقبلي الناظور غرب المتوسط...).

ومن شأن إلتقائية هذه المشاريع أن تجعل من جهة الشرق «رأس الحربة» للهجوم الاقتصادي للمغرب بالبحر الأبيض المتوسط. يجب إذا تشجيع جاذبية جهوية جديدة في سياق وطني ودولي متغير، يقترب أكثر فأكثر من النوع المعروف بـ [10]، أي الهش، والمتقلب، والمعقد والمبهم.
وإذا، فالتواصل خلال هذه الفترة المفصلية، ابتداء من 2010، يحمل طابعي الاستمرارية مع اشكال التواصل السابقة والانفتاح إلى آفاق جديدة ستتوضح تدريجيا. ولهذه الغاية، تكرست رؤية جديدة للتواصل، والتي أصبحت مصدرا لإنتاج القيمة، بالأهداف التالية :

خلق الاهتمام بدينامية جهوية تتقدم ؛
تكوين شبكات حلفاء مقتنعين بفائدة المساهمة في تنمية جهة الشرق وبث الرغبة في المشاركة فيها ؛
حمل طموحات التنمية الجهوية لخلق الانخراط، والاقتناع، وحتى الاغراء، انطلاقا من الرؤية الجهوية الجديدة، والمشاريع التي تقود إليها والمنطق المتبع ؛
تثمين ميزات ومؤهلات الجهة، بحيث يتم نفض الغبار عن الاستثنائية التي تجعل من جهة الشرق مرجعا، ونموذجا فريدا للتنمية الجهوية.

> *التواصل كفاعل مركزي في المشروع الترابي*

[9] قامت وكالة جهة الشرق بتجربة توأمة مؤسساتية مولها الاتحاد الأوروبي والتي مكنت بالخصوص من إحداث مركز للموارد والخدمات بوجدة.
[10] VUCA : Vulnerablility, Uncertainitiy, Complex, Ambigü

هذه السلسلة من 8 وثائق بصرية ضمن حملة صحفية في سنة 2010 تجمع بين الكلمة المفتاحية «نهضة» وفوائد المبادرة الملكية التي بدأت بوادرها تظهر في كل مناطق الجهة

بالجهة الشرقية، يمكن أن نرى أحلامنا تتحقق

2019

الجهة الشرقية، من النهضة إلى الإزدهار

تطوير الأنشطة المدرة للدخل والتنمية في إطار المبادرة الوطنية للتنمية البشرية • دعم سلاسل المنتوجات المحلية • تسليم الشطر الأول للقطب التكنولوجي لوجدة • تدشين ملعب الريكبي لوجدة • مشروع المركب المينائي الصناعي ناظور غرب المتوسط • انطلاق أشغال القطب الفلاحي لبركان • تعدد المواقع الثقافية إعادة التأهيل الحضري • المطار الدولي الجديد لوجدة • تنمية السياحة المستدامة والعادلة

وكالة جهة الشرق

الجهة الشرقية • المملكة المغربية • www.oriental.ma

«النهضة» الجهوية تدعم صورتها بالطفولة، وهي رمز فارق للمستقبل

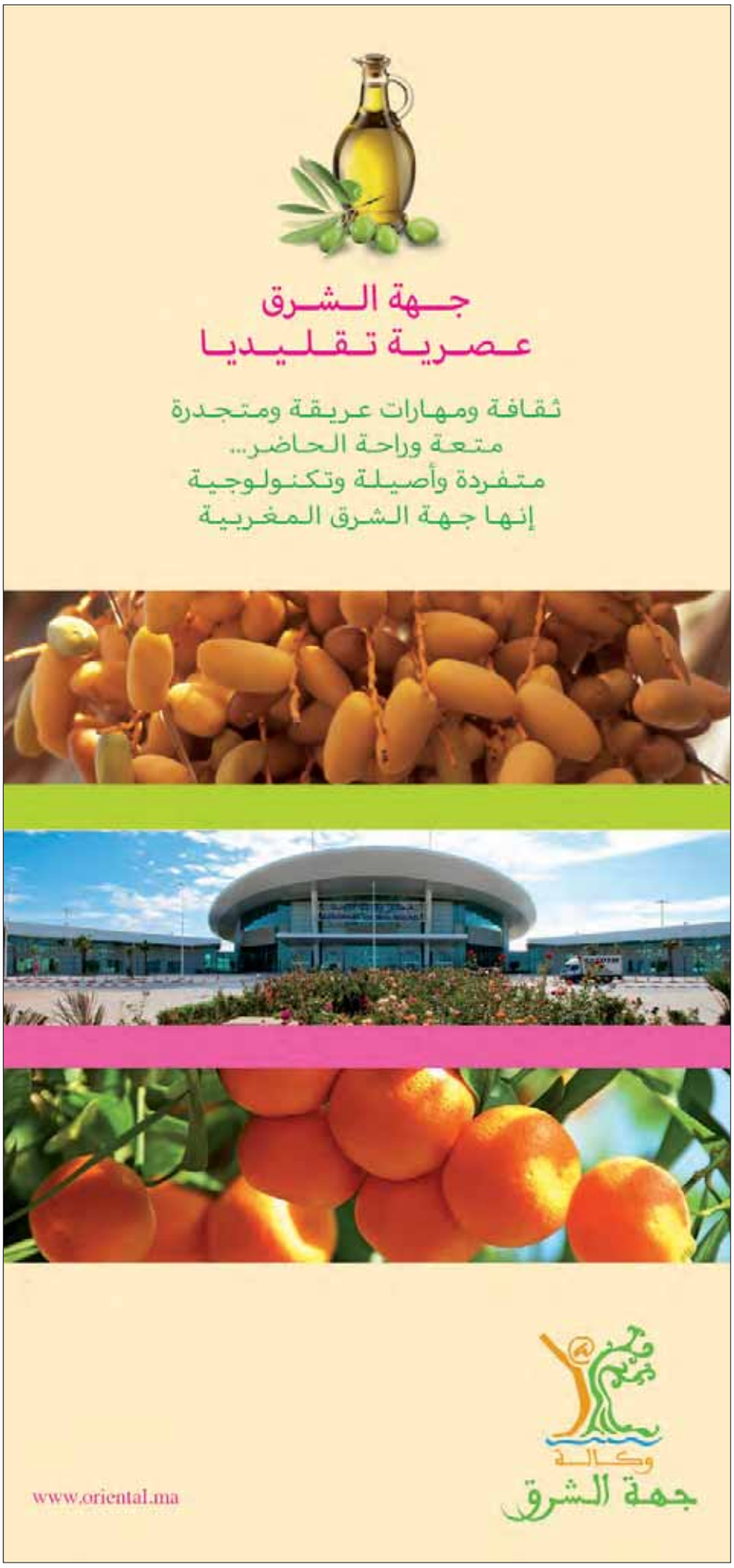
10-1 مستقبل زاهر وامتداد طبيعي لماض عريق

تستند التنمية الجهوية على هوية قوية يدعمها العمق التاريخي الذي يبديها كإرث، وملك تتناقله وتغنيه الأجيال المتعاقبة. وبالتالي، فإن الصعوبات الآنية أو تلك الناتجة عن ماض قريب تبدو كأنها غفوة في التاريخ الكبير للجهة، وينبغي لكل مكونات الجهة مجتمعة أن تقود جهتها نحو الرفاه والازدهار.

فقد أصبحت الجهة قوية بتطورها الجدري وطموحاتها المتجددة النابعة من المبادرة الملكية. ولتأكيد هذه الطموحات، فإن التسويق الجهوي يسعى إلى إعادة الصلة مع الماضي المرموق لجهة الشرق. ولهذه الغاية، تم اعتماد توقيع جديد :

«جهة الشرق، حديثة بحُكم تقاليدها».

وهذه الصيغة المركزة والمعبرة تربط الماضي، والحاضر والمستقبل بإعطاء حيوية للسمات الجهوية : التقاليد، الموروثات الثقافية التراثية، الصناعات التقليدية، روح الانفتاح، الرغبة في التحديث والتقدم...



في مارس 2011، بمناسبة ملتقى «التراث والتنمية الجهوية بجهة الشرق المغربية» المنعقد بمقر اليونسكو بباريس، ظهرت على كاكيمونو صورة جديدة والتوقيع الجديد الذي حظي بتعليقات إيجابية من طرف المشاركين. وقد استعمل هذا التوقيع الجديد فيما بعد بطرق متعددة

جـهة الـشـرق
عـصـريـة تـقـلـيـديـا

الجهة الشرقية • المملكة المغربية • www.oriental.ma

مناطق للتكنولوجيا النظيفة ومحترفات للصناعة التقليدية، طرق سيارة ومسالك للتجوال، فنادق راقية ومآوي قروية، جامعة ومعاهد لتكوين نخب راقية ومدارس من بين الأقدم بالمملكة، صناعة فلاحية غذائية ومنتجات محلية... حافظت الجهة الشرقية طوال القرون على تراثها المتنوع وعلى تقاليدها مع التمسك بقصب السبق لتأكيد حداثتها.

وكالة
جهة الشرق

إحدى الاستعمالات المتعددة لمفهوم «عصرية بحكم تقاليدها» ؛ هنا، في إحدى الادراجات الصحفية

2

حوامل من أجل تواصل ذكي وناجع

لقد تم خلق انسجام بين الشكل والمضمون في مجال التواصل. واستراتيجية التواصل هي رهينة أيضا باختيار وجودة حوامل التواصل وبمحتواها، وبنجاعة الأشكال التي تكتسيها وبتحديد الأهداف.

لقد لخصنا فيما سبق استراتيجية التواصل التي تبنتها وكالة جهة الشرق، بارتباط بديناميات التنمية الجارية بالجهة والتي تتعلق، في نفس الوقت أو بشكل مميز، بمستويات عدة: جغرافية، ومجالية (حضرية وقروية)، وتاريخية، وسوسيولوجية، واقتصادية، وثقافية... وتُستعرض في هذا الفصل تشكلات التواصل عبر حوامل وأدوات أخرى حسب الأصناف المستهدفة. وتتبع الاختيارات التي تتم لخيارات استراتيجية منتقاة بعناية، وقد تَمثل الرهان في بناء أُسس تواصل ذكي، مندمج تماما مع مسلسل التحول والجاذبية للاقتصاد الجهوي.

وفي هذا الصدد، فقد استمد التواصل الذي تقوم به الوكالة مفاهيمه من علوم الاقتصاد الترابي والذكاء الاقتصادي. وقد تم الاحتفاظ بمقاربة دينامية ومتنوعة لأدوات وحوامل التواصل من أجل :

الجمع بين اليقظة الاستراتيجية والتواصل حول المواضيع التي تلامس الجهة ؛

إبراز الإشارات الرئيسية (الموثوقة والقوية) للتطور الاقتصادي والاجتماعي للجهة ؛

تطوير أرضيات للتشاور ولتقاسم الخبرات والمعارف ؛

وهكذا أمكن، بفضل مقاربة الذكاء الترابي، تزويد آليات التواصل المعبأة بمحتويات مهمة. وقد كان الأمر يتعلق بإعطاء أقصى وقع للتواصل الترابي مع الأخذ بعين الاعتبار الموارد المالية المحدودة. وقد تم الحفاظ على انسجام حول المضمون، المتمثل في تثمين غنى العرض الترابي بأكمله، تاركا اختيار الشكل التواصلي الأنسب للفئة المستهدفة.

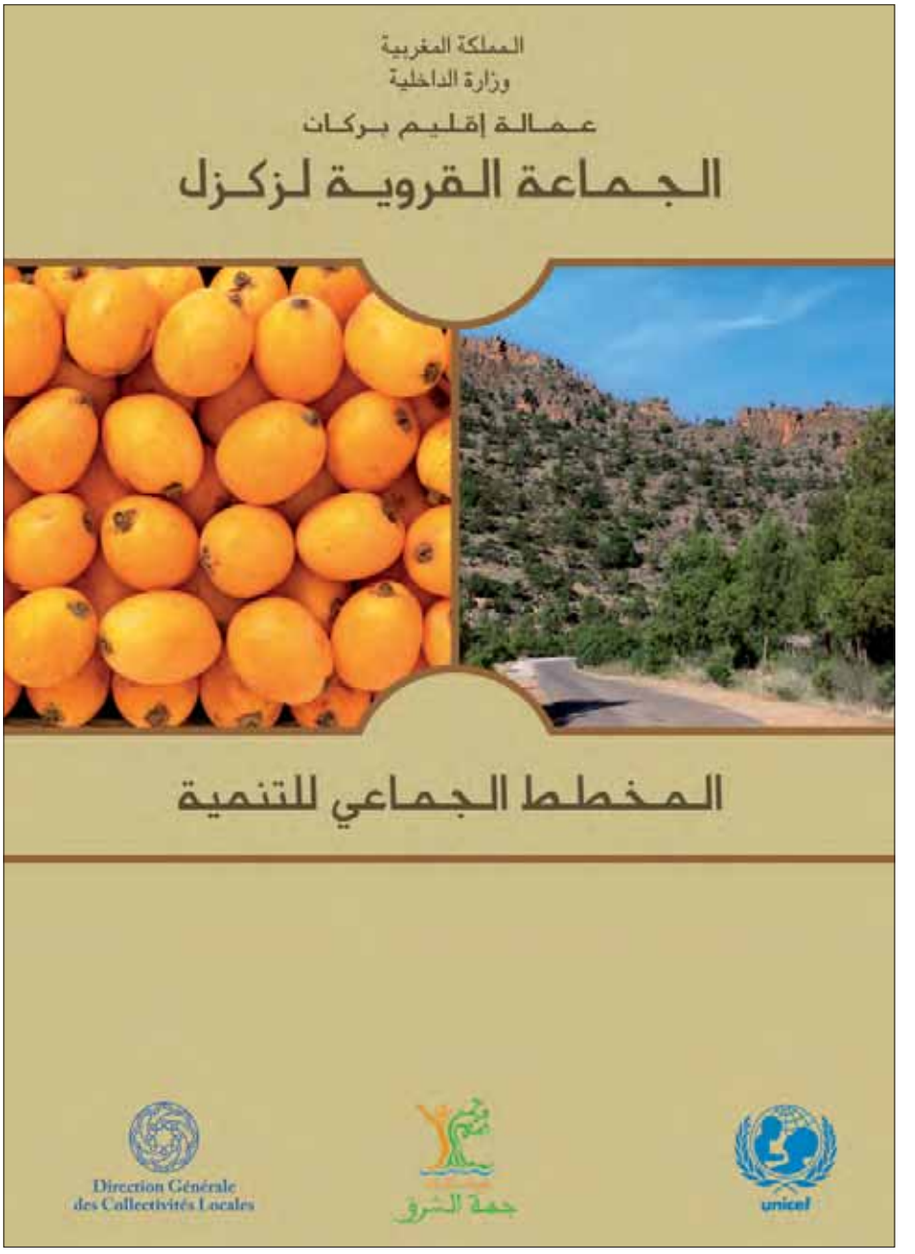
التواصل بواسطة المعرفة

1-2 المعرفة في خدمة التنمية الجهوية

2-1-1 جهة الشرق والتواصل الترابي : الجهة كرافعة مجالية للتنمية الترابية بالمغرب

لقد كان بروز الجهة بالمغرب، ككيان ترابي وإداري، محل تفكير متطور بخصوص واقعها السياسي، والمؤسساتي، والاقتصادي، والاجتماعي، والثقافي...

في إطار برنامج التنمية المحلية المندمجة لجهة الشرق، أصدرت جهة الشرق مجموعة من المخططات المحلية للتنمية، وخاصة مخطط زكزل، في صيغتين، كتيب ملخص، ومنشور مطوي



وقد أفرز هذا التفكير استراتيجيات لسياسات عمومية تتطور عبر مراحل بالموازاة مع الأهداف المتتالية للامركزية واللاتمركز، ونحو «الجهوية المتقدمة» في تاريخ أقرب. ولم يتوقف هذا المسلسل على التجدد، وخاصة بعد توسيع سياسات تهيئة التراب في التسعينيات، والتي مكنت من إحداث حركة خصبة للتخطيط الترابي. وقد تجلى ذلك بالخصوص باعتماد مخططات جهوية لإعداد التراب، ومخططات إقليمية لإعداد التراب، ومخططات التهيئة الحضرية، وابتداء من 2000، للتصاميم الجهوية للتنمية، والتصاميم الإقليمية للتنمية، والمخططات المحلية للتنمية. وقد اتضح بأن الجهة، بالمغرب، هي المستوى المجالي الملائم لتحديد تخطيط لا مركزي شامل ومرتبط مع المستوى الإقليمي والجماعي. وقد تجسدت هذه المقاربة في حث السلطات العمومية على إنجاز المخططات الجهوية، والإقليمية والمحلية للتنمية، والتي من أهم أهدافها تحديد رؤية شاملة ومندمجة للتنمية الجهوية مرتبطة ومتكاملة على المستويين الإقليمي والجماعي. وإضافة إلى ذلك، فإن هذه المقاربة تسهل في نهاية المطاف ممارسة الذكاء الترابي كمصدر لمعرفة مؤهلات وميزات التراب المعني.

2-1-2 الذكاء الاقتصادي في خدمة التواصل الترابي

خلال العقود الأخيرة، أفرز التخطيط الترابي (إعداد التراب، التعمير، البداوة...) اهتماما بالاقتصاد الترابي والذكاء الاقتصادي المطبق في فهم الديناميات الترابية. وقد مكنت هذه التخصصات العلمية من تشكيل مقاربات مبتكرة في مجال التنمية الترابية.

وبعد أن كان الوطن المرجع الوحيد تقريبا، أعادت الأبحاث في مجال الاقتصاد الترابي، بقوة، إدراج مفهوم «المستوى المجالي» لفهم الظواهر الاقتصادية، بالاهتمام، مثلا، ببناء «فضاءات لمشاريع ترابية» من لدن فاعلين محليين.

ولم يعد ينظر للتراب كفضاء حامل لمشاريع قطاعية فقط، بل كمنظومة معقدة لعلاقات اقتصادية والتي ينبغي بشأنها تتبع «الذكاء» الذي يحرك الديناميات المحلية.
وفي هذا المنظومة، يعتبر عمل وتفاعل الفاعلين المحليين عناصر حاسمة في تحديد اتجاهات التنمية للتراب المعني. وهذه المقاربات المبتكرة كانت مفيدة جدا في سياق العولمة والشمولية الاقتصادية حيث على المجالات الترابية أن تتأقلم مع ظواهر خارجية تزداد تعقيدا، وحيث تتداخل رهانات شاملة ومحلية.
وتظهر الفترة القريبة، التي تميزت بتوالي الأزمات الكبرى (أزمات، صحية، ومالية، واقتصادية، وحروب ونزاعات...) أيضا، أهمية فهم الظواهر التي يشار إليها بـ «محلية العولمة»[11] وتحديد التفاعلات التالية :

الطريقة التي يتجدر بها الاقتصاد الشمولي بأشكال مختلفة في الهياكل الترابية التاريخية ؛
الطريقة التي يتغدى بها الشمولي من المحلي بشكل متواصل ويحوله ؛
الطريقة التي تؤثر بها التوجهات الكبرى للاقتصاد العالمي في الديناميات الترابية.

كما اغتنى الاقتصاد الترابي من المقاربات الاقتصادية المسماة مقاربات الابتكار، بالتأكيد على أهمية «القرب المجالي» في التفاعلات الاقتصادية، والاجتماعية والثقافية للفاعلين المحليين كعامل لخلق القيمة ونشر التكنولوجيا. وبالنسبة لجهة الشرق، فإن هذا التشابك يشمل عناصر تعقيد إضافي بسبب الحدود المقفولة شرقا والتي تقلص الفرص الجهوية للتعاون والتنمية.
ومن هنا تظهر أهمية الجمع بين التواصل، والاقتصاد الترابي والذكاء الاقتصادي، من أجل إبراز ومواجهة مجموع الرهانات، والعقبات والفرص، و «المشروع الترابي» لجهة الشرق.

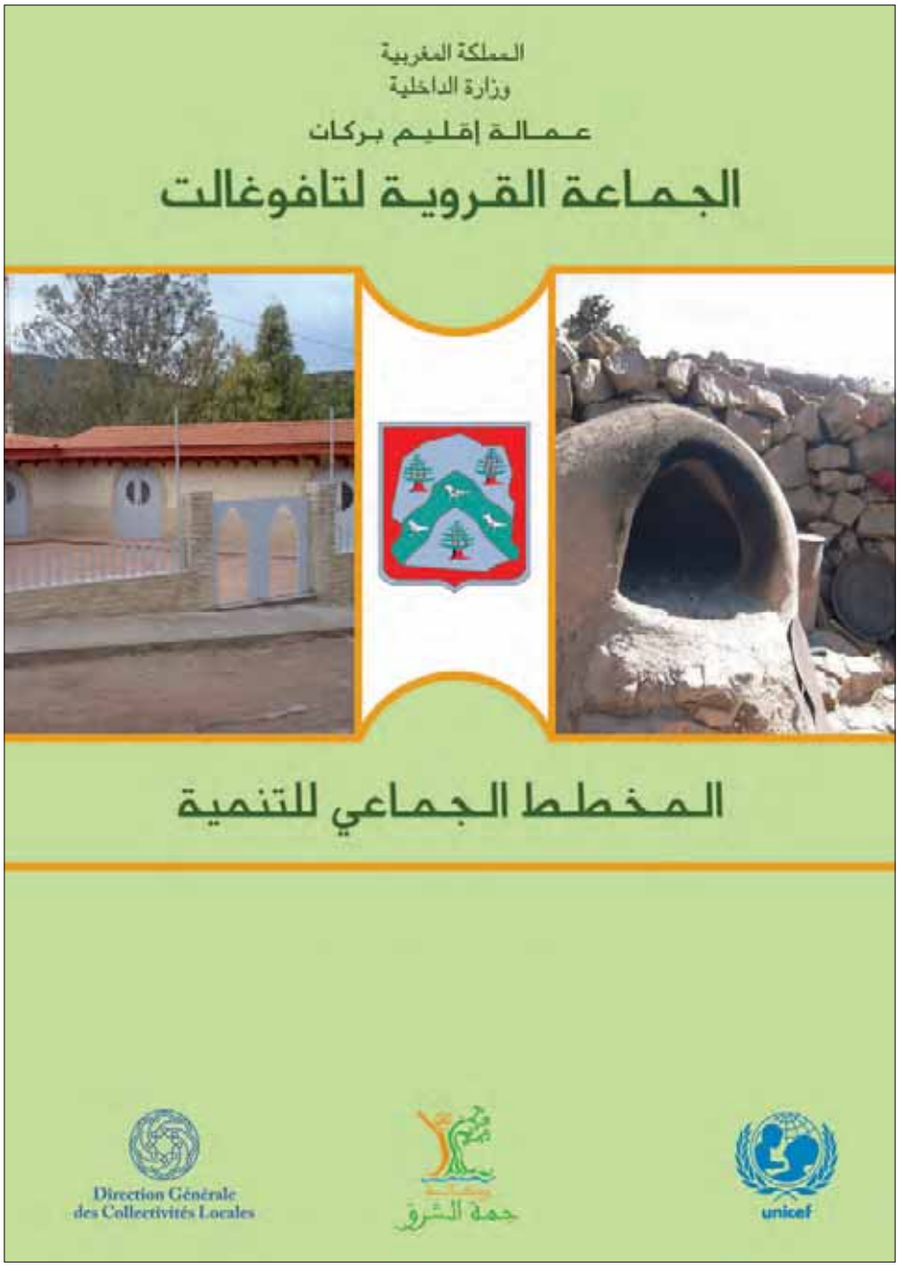
[11] المصدر : مقال بالفرنسية لتوفيق بودشيش بيومية Le Matin du Sahara تحت عنوان « La diplomatie territoriale au service du développement régional »

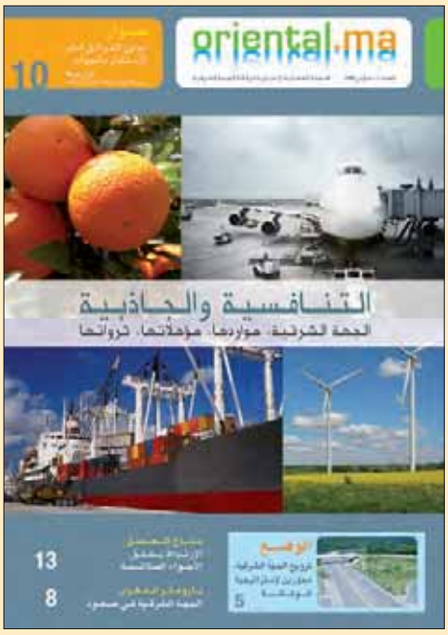
2-1-3 استراتيجية تعبئة المعرفة الجهوية

منذ إحداثها، أعدت الوكالة واتبعت استراتيجية للتواصل مبنية على المعرفة. وقد مكنتها من تطوير مهارة في ميادين :

اليقظة الاستراتيجية والموضوعاتية تهم المجالات الترابية لجهة الشرق ؛
التعرف على خبراء وطنيين ودوليين وتعبئتهم. وهذا من شأنه المساهمة في تحسين المعرفة بالجهة ؛
استكشاف وإبراز ميزات ومؤهلات التنمية بالجهة.

> ...الجمع بين التواصل، والاقتصاد الترابي والذكاء الاقتصادي...





ولهذه الغاية، فقد برزت مجلة Oriental.ma التي أحدثتها الوكالة، كمنصة تحريرية ثمينة من أجل تقاسم الخبرة والمعلومة حول المواضيع التي تهتم بالتنمية الجهوية.
وقد شكلت أيضا بالنسبة لأصحاب القرار، والمنتخبين، وزعماء الرأي، والمستثمرين والمفكرين المحليين، وخاصة الجامعيين، إحدى الأدوات التواصلية التي تمكن من فك العزلة عن التحليلات، والأفكار، وبشكل عام، عن كل الإنتاجات العالمة الجهوية، بمنحهما ولوجا جديدا ومرموقا لقراء مميزين في جهات أخرى من المملكة وحتى في الخارج.
ووفقا لاستراتيجيتها التواصلية، اغتنت السياسة التحريرية للوكالة بالعديد من أنواع الإصدارات مثل :

دلائل عملية ؛
أعداد خارج السلسلة لمجلة Oriental.ma حول المواضيع و/أو الأحداث ذات الطابع الاستثنائي التي أمكن بشأنها جمع مادة غزيرة ؛
كتب جميلة ذات النوعية المختلفة ؛
إصدارات أخرى نوعية... ؛
ونجد هنا تذكيرا بمحتوى الحوامل التواصلية لتفصيل عمل الوكالة في مجال النشر.

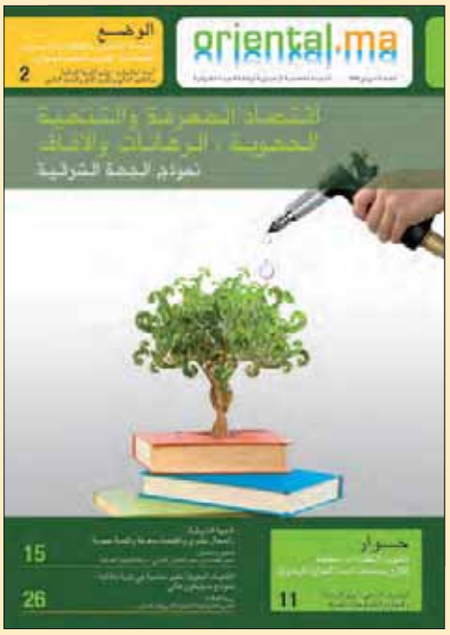
2-2 مجلة Oriental.ma، مجلة فصلية، علمية وموضوعاتية

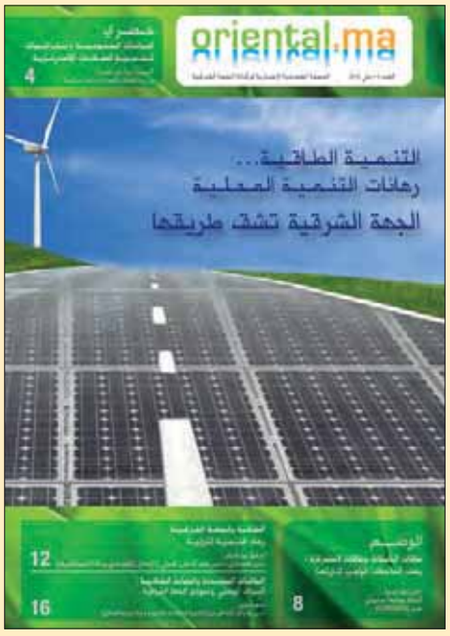
2-2-1 الخاصيات التقنية لمجلة Oriental.ma

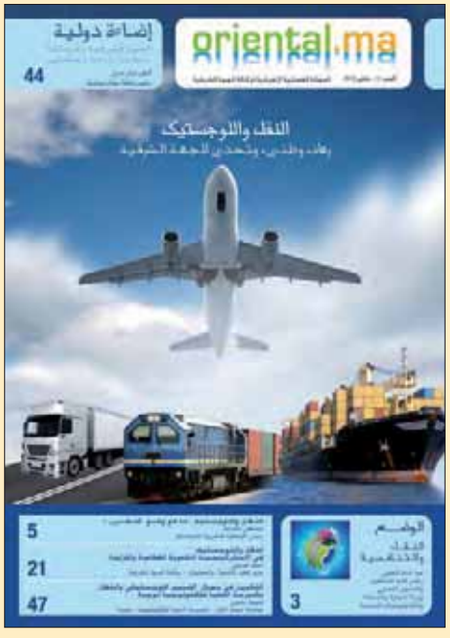
تصدر المجلة وفق الخاصيات التالية :

قياس المجلة مغلقة : 20.5x29.5 سم مغلقة، و 41x29.5 سم مفتوحة
من 64 إلى 72 صفحة حسب الموضوع، محتوى في ورق من سمك 115 غرام (170 بالنسبة للغلاف) ؛
طباعة رباعية الألوان على الوجهين في كل الصفحات ؛
ربط المجلة بواسطة مشبكين ؛
طبعتين (عربية وفرنسية)، بمجموع 2.200 إلى 4.000 نسخة حسب الأعداد والتوزيع.

... فك العزلة عن التحليلات، والأفكار وكل الإنجازات العالمة الجهوية بإعطائها ولوجا مرموقا لقراء مميزين بجهات أخرى بالمغرب وبالخارج...



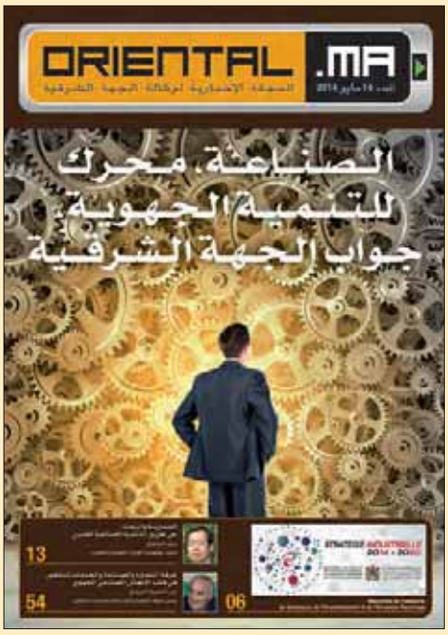




في ميثاقها التخطيطي الأول، تم إصدار 13 عددا من مجلة Oriental.ma ونرى هنا أغلفتها (غلاف العدد الأول يوجد في الصفحة 30)

شكليا، تشبه المجلة المجلات الأسبوعية، لكن مع تشكيل صارم وإبداع تخطيطي متميز في أغلب الأغلفة، أو صورة فوتوغرافية إذا كان الموضوع مناسبا لذلك. وهدف الغلاف كلاسيكي : وهو مسائلة القارئ الكامن وإعطائه رغبة في الاطلاع على محتوى المجلة.

وداخل المجلة كثيف ويظهر محتوا اخباريا وتحليليا موسعا، مكونا من ثلاث أعمدة مع استعمال واسع للصور (حوالي 20% من مساحة الصفحات).



Oriental.ma
أو
كيف نطبع علامتنا ؟

Oriental.ma هو اليوم مشروع تحريري يتفرع عبر مجموعات متكاملة. فالإصدارات تنشر مواضيع قيمة، وقصص تجارب مفصلة ومجموعات لا مثيل لها من المعرفة : وهذه الذاكرة التي لا تقدر بثمن لعَملِ عدد كبير من الخبراء والمفكرين والمحللين والعاملين الميدانيين أيضا، كانت مهددة بالضياع.

وهكذا أصبحت Oriental.ma تسمية لعلامة : إسم يتوفر على قدرة إضفاء علامة الجودة على المحتويات ووسمها بالصفات الايجابية.

وهذا يعود إلى جودة الكُتَّاب، الذين يتم انتقائهم بصرامة.

ORIENTAL .MA

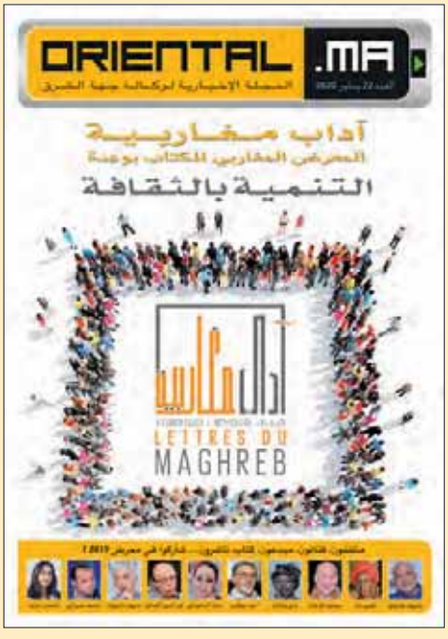
ويعود أيضا لجودة المنتوج، من مواصفات تقنية للمؤلفات وجودة تعبير وإبداعات تخطيطية وتصاميم ورسوم وصور توضيحية، إلخ. وتُموقع مختلف الأعداد أيضا صورة الجهة المرتبطة بها.

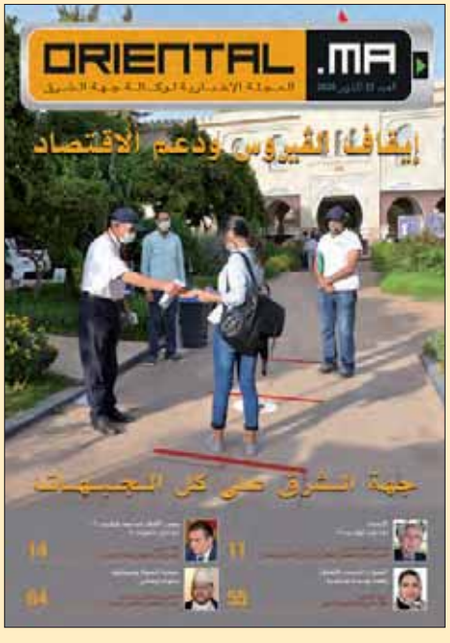
Oriental.ma تعتبر إذا في حد ذاتها قيمة مضافة، وسمة تدفع للقراءة، على الورق أو على الشاشة : إنها ميزة علامة. وقد فرضت هذه الملاحظة معالجة المنتج على هذا الأساس لتطويره أكثر : أولا عبر هوية بصرية راسخة، تنسحب على كل المجموعات، وجد متميزة. كما شكلت الهوية الجديدة أيضا أفضل وسيلة لإخبار الجمهور بمختلف مشاربه بأن المشروع التحريري لـ Oriental.ma يتبنى طموحات جديدة... بإظهارها !

والهوية الجديدة، المعالجة على شكل خرطوشة مثل راية موقع، تحافظ على رموز ألوان وكالة الجهة الشرقية، وهي معزولة عن إطار معمول باللون الرمادي، وبإمكانها التوافق مع تشكيلة واسعة من الخلفيات سواء من اللون الموحد أو من الصور.

وتعرب وكالة الجهة الشرقية عن أملها في أن تكون هذه الهوية البصرية مقنعة ومغرية، وأن يتم حفظها بسهولة وسرعة، وتلتزم الوكالة من جانبها بمواصلة إصدار مؤلفات في مستوى هذه العلامة المتجددة.

العنوان البصري الجديد لـ Oriental. ma والذي أصبح علامة، يقدم في عرض أول لقراء المجلة التي تحمل نفس الاسم في عددها 14 في ماي 2014





مع الهوية البصرية الجديدة، تطور الميثاق التخطيطي للغلاف، فهي تسمح بل وتشجع على المزيد من الإبداع

يوجد العديد من العناصر التوضيحية التخطيطية والفوتوغرافية في الصفحات الداخلية لمجلات Oriental.ma :

صور ملتقطة أثناء إعداد التحقيقات الصحفية ؛
صور من الوثائق المقدمة من طرف كتاب المقالات ؛
صور مقتناة من بنوك الصور ؛
رسوم بيانية وتخطيطات أعدها الكتاب ؛
ومرسومة في الاستوديو التخطيطي ؛
عناصر خرائطية.

2-2-2 المتدخلون في إنتاج مجلات Oriental.ma

تنخرط وكالة جهة الشرق في العديد من أوجه التصميم/الإنجاز لكل عدد، مع مساهمة مقدمي خدمات مؤهلين عند الاقتضاء[12] :

اختيار المواضيع (اقتراح المواضيع المناسبة هي من ضمن عناصر اختيار مقدم الخدمة) ؛
تحتفظ الوكالة ببعض الاقتراحات ولكن بوسعها اقتراح مواضيع، وخاصة تلك التي يبدو لها أن المستجدات الجهوية تفرضها ؛
اختيار المحررين ؛
اقتراح وربما المساهمة بمقالات وعناصر توضيحية ؛
الموافقة على المحتويات ؛
دراسة المحتوى وربما تصحيحه، قبل النشر والموافقة على الطبع.

صدر العدد الأول من المجلة في نونبر 2007. وقد دشن استراتيجية النشر للوكالة. وتوجد المجلة اليوم في عددها 25. ومنذ البداية، لم يحصل أي كاتب في المجلة على تعويض مالي عن إسهامه، وكلهم يتدخلون مجانا بالنظر للطابع المرموق للنشرة وقيمة قارئيه. وقد نتج عن نجاحها لدى القراء تصميم وإنجاز منتوج تحريري غني ومتنوع تواصل نجاحه منذ ذاك.

2-2-3 المجلة Oriental.ma في أرقام

في المجموع، شملت الأعداد الـ 25 من المجلة، إلى نهاية 2023 :

حوالي 650 مقالا ومقابلة ؛
قرابة 500 كاتب.

2-2-4 الأعداد الصادرة إلى غاية نهاية 2023

في سنة 2024، ستنشر الوكالة عددين من المجلة، مخصص أحدها للتعليم ما قبل المدرسي والثاني للبيانات، وهي سوق حقيقية اليوم والتي تعتزم الجهة أخذ حصتها منها. وتوجد لائحة شاملة لأعداد مجلة Oriental.ma المنشورة إلى غاية 2003، وكذا الرابط لتصفحها في المرفق 2 لهذا الإصدار.

2-3 مجلة «تنمية المجالات الترابية»، حامل استشرافي

تم إحداث هذه المجلة سنة 2015 في إطار برنامج التنمية المحلية المندمجة لجهة الشرق التي تتآزر فيها المقاربات، والمناهج وتمويلات برنامج الأمم المتحدة للتنمية مع برامج واستراتيجية وكالة جهة الشرق.
وقد سخرت الأعداد الصادرة لمواضيع استباقية لمستقبل الجهة، ولإشكاليات لا تحظى حسب السكان أو أصحاب القرار أو المسؤولين بالأولوية، ولكن التي ترى الوكالة من واجبها التطرق لها وتعميقها لأنها من بين مفاتيح التنمية المستدامة للتراب على المديين المتوسط أو الطويل.
وتصدر هذه المجلات بلغتين (العربية والفرنسية)، وتفتح من اليمين أو من اليسار حسب اللغة المختارة. ومميزاتها التقنية هي مماثلة لخاصيات مجلة Oriental.ma، لكن ميثاقها التخطيطي نوعي ويتميز بسهولة التعرف عليه. وبطبيعتها -سيما لأنها تعرض غالبا أعمال دراسية أو أبحاث- فإن المقالات المنشورة هي أطول بكثير من المقالات المنشورة في مجلة Oriental.ma.
وبالتالي، فإنها عبأت عددا أقل من الكتاب (قرابة الثلاثين في الأعداد الثلاثة الصادرة). وتوجد لائحة هذه الأعداد من «تنمية المجالات الترابية» في المرفق 3 من هذا الكتاب.

> Oriental.ma هي تقريبا 650 مقالا ومقابلة، مع قرابة 500 كاتب

[12] يتم اختيار مقدم الخدمات عبر طلب عروض، تحدد كراسة مواصفاته الخاصة موضوعه، ومحتواه وشكل المنشور.

2-4 الكتب الجميلة

الكتب الجميلة هي كتب راقية على شكل بطاقة تعريف مفصلة عن تراب ما أو تفصيل لموضوع عرضاني، يتعلق بطبيعته بمجموع الجهة. ويشير العنوان (وغالبا صورة الغلاف) إلى أي نوع من الكتابين يرتبط المؤلّف :

المواضيع العرضانية التي تعكس عموما الموارد المشتركة لكل أجزاء الجهة، ومنها بالخصوص البيئية ؛
الكتب «المحلية» بدأت بمعالجة مجالات ترابية منتقاة انطلاقا من جنوب الجهة، وهي دون شك المنطقة المهملة أكثر من غيرها والتي لم يتم الارتقاء بها والترويج لها منذ عقود.

ثم بدأ التحرك نحو الشمال على امتداد قرابة 12 سنة من الإصدارات، وبلوغ البحر الأبيض المتوسط: وبعد جرادة في نهاية 2021، كانت الناظور وبركان، وكذا المجالات الترابية لهاتين المدينتين، اللتان تشكلان قلبها الحضري النابض، محل إصدارات في 2023 و2024. وتوجد اللائحة الكاملة للكتب الجميلة التي أصدرتها الوكالة إلى غاية نهاية 2003، وكذا الرابط للاطلاع عليها في المرفق 4 من هذا الكتاب.

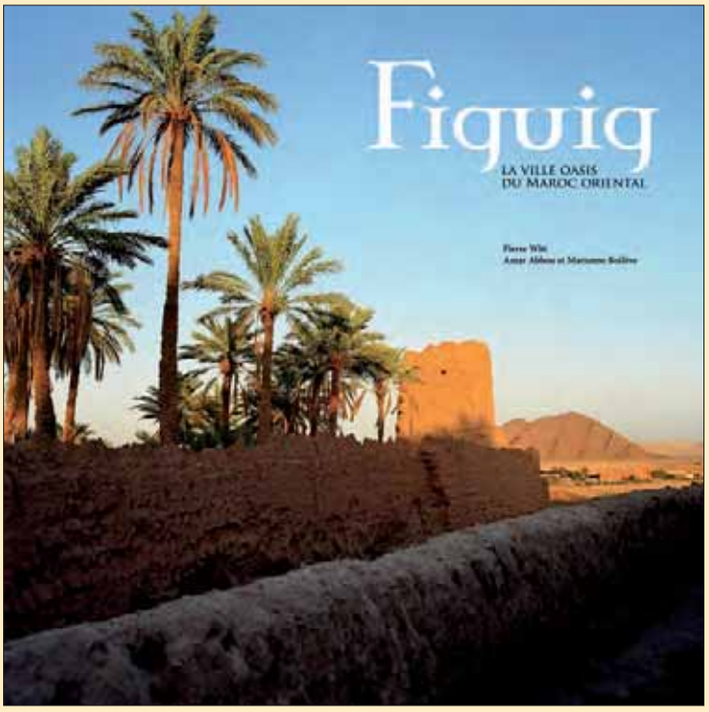
الكتاب الجميل أداة نبيلة تظهر لمستلميه الأهمية التي يحظى بها شخصه

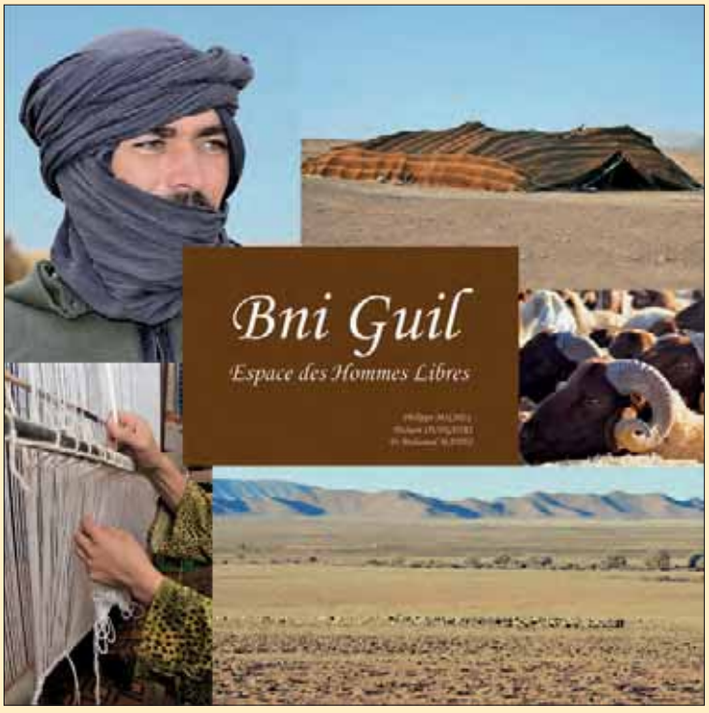
2-4-1 قوة الكتب الجميلة

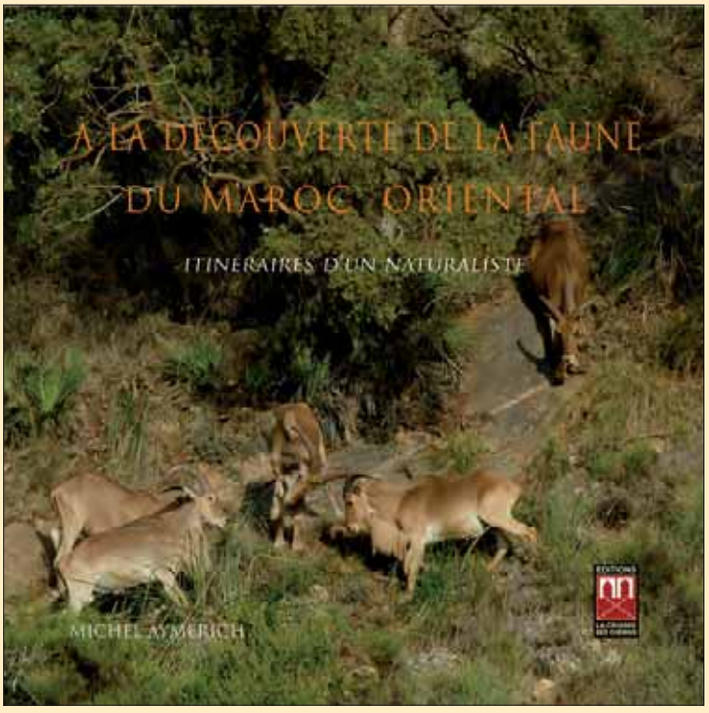
الكتب الجميلة هي وسيطة لترويج موضوعها لدى أشخاص ننتظر منهم قرارا أو عملا لفائدة التراب المعالج وساكنته. والجهات المرسل إليها توجد عموما في موضع القرار، والسلطة والتدخل المساعد للتنمية الجهوية. والكتاب الجميل هو أداة نبيلة تحسس مستلميه بالأهمية التي يحظى بها، خاصة وأن المؤلّف منتوج جميل منجز بعناية بالغة. وهو يهدف في نفس الوقت إلى الإغواء والإقناع، بواسطة :

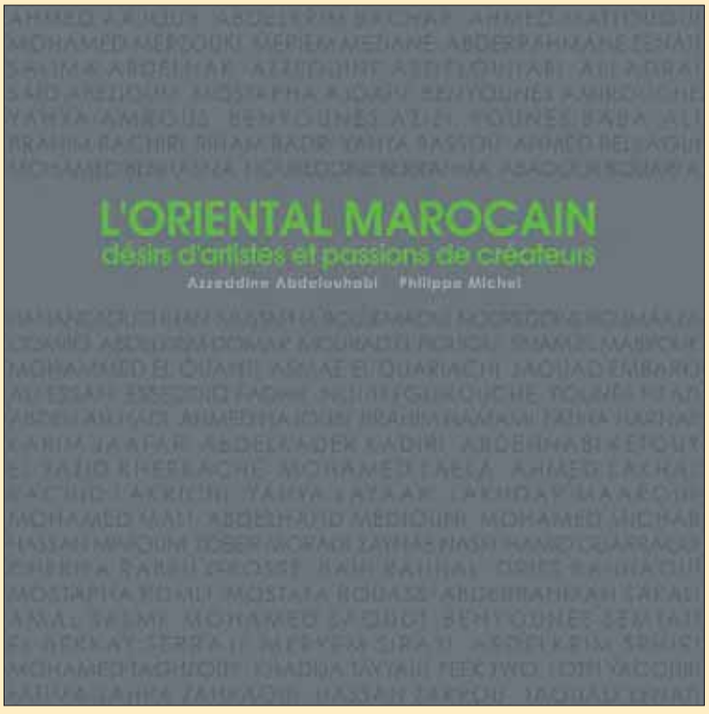
العديد من الصور الفوتوغرافية، التي أنجزها فنانون محنكون، ومنسوخة غالبا بأحجام كبيرة (وتحتل الصور حوالي 60% من مساحة الصفحات) ؛
نصوص معدة من طرف كفاءات خبيرة، ومحررة بأسلوب شيق وسلس.

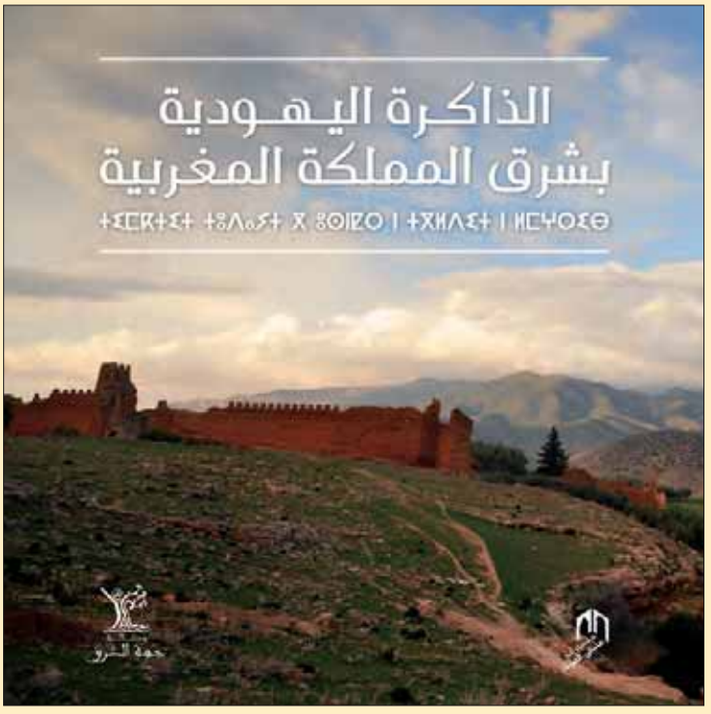
Les Grands Espaces de l'Oriental Marocain
Jean-Marc Porte

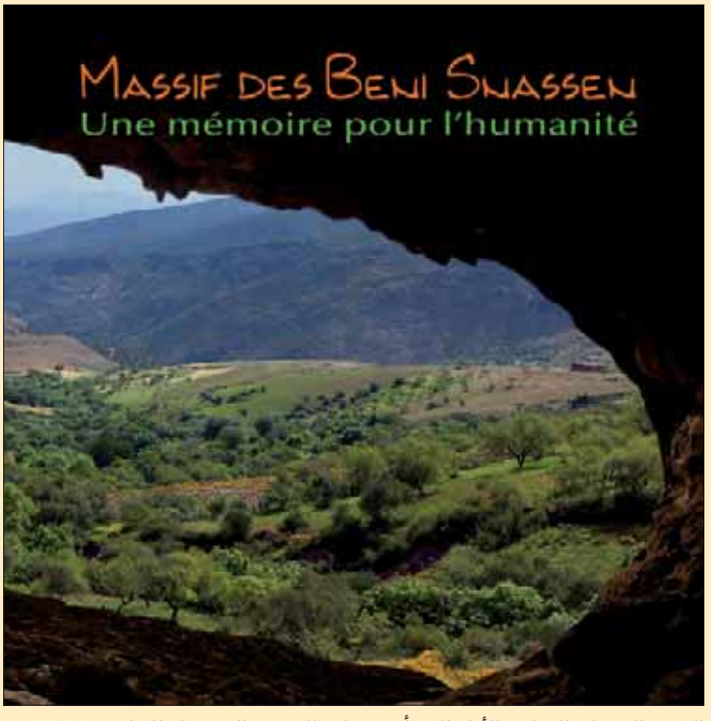

Figuig
La ville oasis du Maroc oriental


Bni Guil
Espace des Hommes Libres


A la découverte de la faune du Maroc oriental
Itinéraires d'un naturaliste
Michel Aymerich







الكتب الجميلة الثمانية الأولى التي أصدرتها وكالة جهة الشرق انطلاقا من 2009

الكتاب الجميل يصلح لقراءة كاملة أو فقط لفقرات أو فصول تكتسي أهمية بالنسبة للقارئ، مما يفرض صياغة تحريرية مستقلة. والكتاب الجميل يعمل على اكتشاف جديد لتراب ما، وتاريخه، وجغرافيته، وتراثه بمختلف أشكاله، وظروف حياته، وآفاقه... وهو يوفر معطيات وتحليلات تخلق الاهتمام، بالاعتماد على كل الجوانب الإيجابية التي أمكن للمؤلفين جمعها وتفصيلها.
وبعنايته بالمحتوى وبالشكل، فإن الكتاب الجميل هو بمثابة هدية قيمة. فهو علاوة على محتواه الإخباري والبصري، فهو يزين طاولة، أو مكتبا أو خزانة كتب، مذكرا قارئه بغنى ومؤهلات التراب المعالج، أي نقط قوة عرضه الترابي.

الكتاب الجميل يعمل على اكتشاف جديد لتراب ما...

2-4-2 الكتب الجميلة في أرقام

في متم 2003، أصدرت الوكالة 13 كتابا جميلا. وقد ساهم فيها حوالي عشرين كاتبا، تم اختيارهم دوما اعتبارا لمستوى معارفهم وقدراتهم التحريرية الاستثنائية.

في نهاية عام 2023، كان هذا المؤلف آخر كتاب جميل أصدرته وكالة جهة الشرق

وتصدر الكتب الجميلة بلغات متعددة (عربية، فرنسية، وحتى الإسبانية و/أو الإنجليزية). وقد حظيت الكتب الأخيرة بنشر موجز باللغة الأمازيغية (حوالي 50 صفحة، بنفس مقياس الكتاب).

2-4-3 الخاصيات التقنية للكتب الجميلة

ماديا، تقدم الكتب الجميلة عل الشكل التالي :

قياس منتهي مغلق 28 x 28 سم ؛
كتيب داخلي من قياس 27 x 27 سم، على ورق من فئة 170 غرام، وطباعة رباعية الألوان على الوجهين ؛
غلاف بقماش على الورق المقوى، مع تفضيض ؛
غشاء حاوي عل ورق من فئة 250 غرام، بطباعة رباعية الألوان في الوجه ؛
تغليف مخاط وملصق ؛
من 160 إلى 350 صفحة داخلية ؛
مجموع 2.000 إلى 3.000 نسخة لكل كتاب، كل اللغات مجتمعة.

2-4-4 لائحة الكتب الجميلة

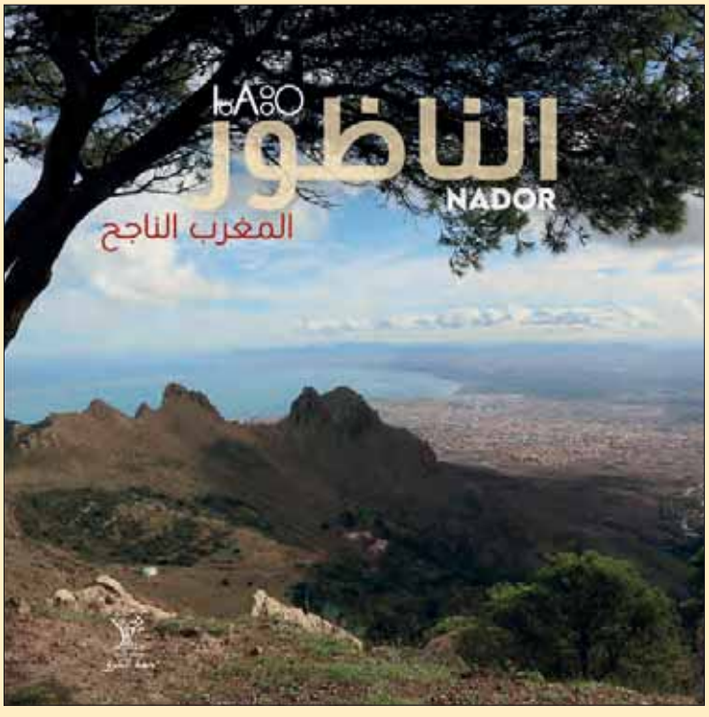
العناصر التوضيحية المرفقة تعرض جميع أغلفة الكتب الجميلة التي أصدرتها الوكالة في نهاية عام 2003.
كما أن الوكالة تعد مؤلفا استثنائيا بالنظر لأبعاده المتعددة (تاريخية، ثقافية، وروحية...) حول الصلات بين فجيج وتمبوكتو : كتاب جميل ينجز بشراكة مع أكاديمية المملكة المغربية.
كما أن هناك كتاب ثان قيد الاعداد مكرس للتراث اللامادي الجهوي.

2-5 الخرائط والتصاميم الحضرية

لقد قامت الوكالة بتوكيل إنجاز 190.000 تصميم للمدن الثمانية الرئيسية للجهة، مع فضائها الداخلي القريب، مع خارطة الجهة في الظهر. وهذه المواد، المنشورة ما بين 2009 و2011، تُحين بدون توقف تصاميمَ ما فتئ يعاد طبعها بدون تحيين، حتى أصبحت متجاوزة ولا علاقة لها بالواقع الميداني.

Leila Marzaq
L'ORIENTAL
ET LA
MEDITERRANEE
Au-delà des frontières

FEMMES
DE
L'ORIENTAL
MAROCAIN
Parcours de vies


NADOR
المغرب الناجح

جراحة
ضفة جديدة
نهضة الشرق

BERKANE
www.oriental.ma
AGENCE DE L'ORIENTAL
NADOR
www.oriental.ma
AGENCE DE L'ORIENTAL
OUJDA
www.oriental.ma
AGENCE DE L'ORIENTAL
Hay Mir Ali
Ancienne Médina
Youssef Tachfine
boulevard Mohamed
Parc Lalla Aicha
Hay Al Massira
Hay An-Naqib
Al Mansour
Kissariat Angad
Hay Boulwi
avenue
Cimetière Chrétien et Israélite

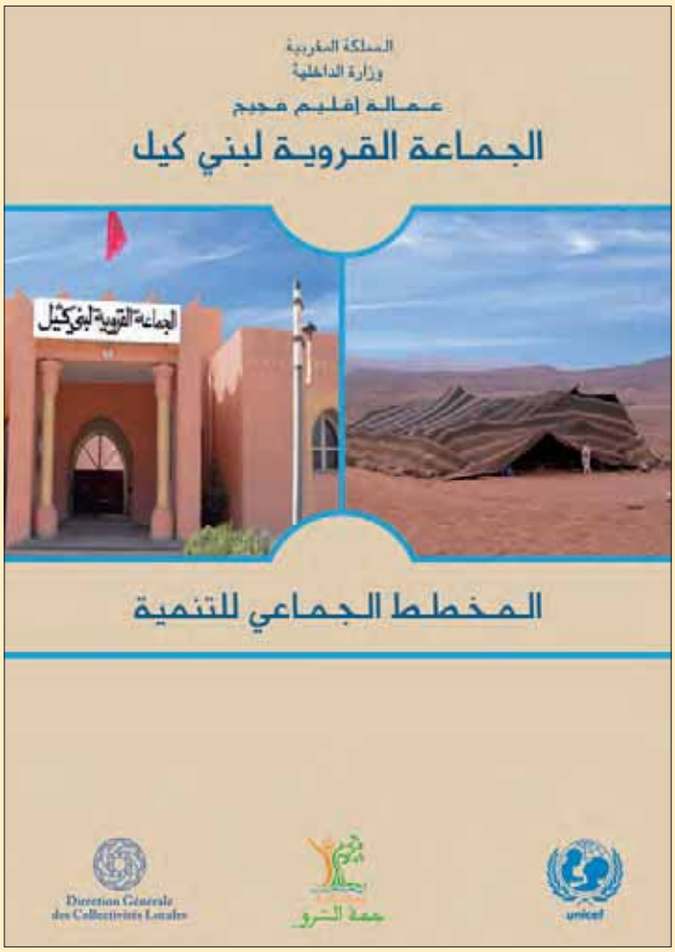
5 من 8 تصاميم حضرية أنجزت من قبل الوكالة وسلمت لهيئات بوسعها تعميمها بشكل مفيد

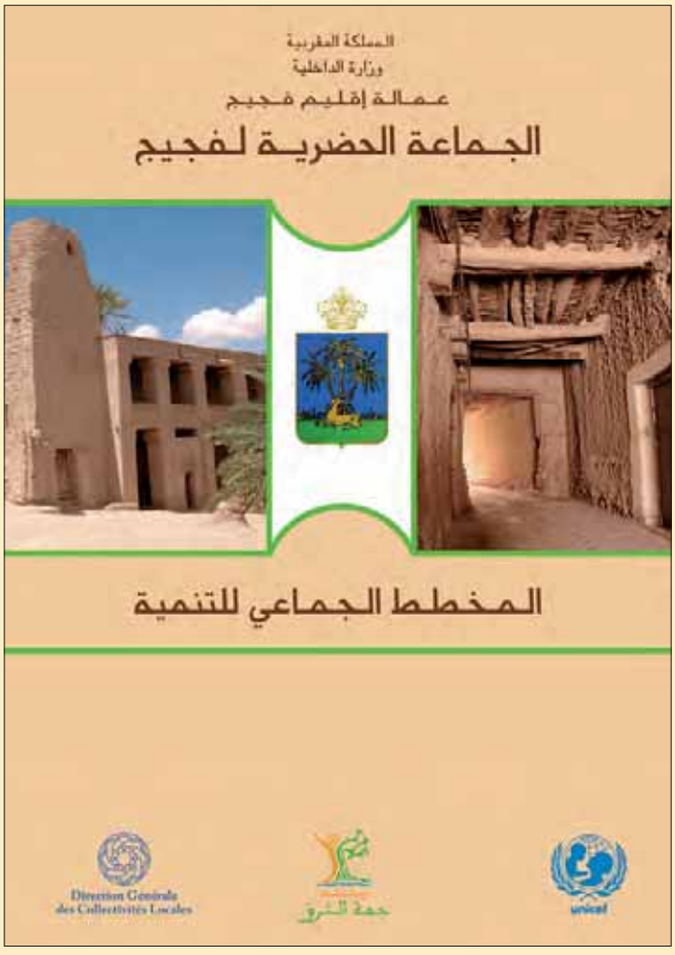
في ظهر التصاميم، توجد خارطة للجهة، مع الإشارة وإظهار النقط القوية والبارزة للتطورات الجارية أو للمكونات التراثية.
وتستهدف هذه التصاميم الجمهور العريض، ولكن أيضا الفاعلين في قطاع السياحة والسواح أنفسهم.
فهي إذا اسهامات مفيدة جدا للأنشطة السياحية. وقد أصدرت الوكالة نشرة أولى للتصاميم المحينة بالأعداد المشار إليها فيما بعد.

نشر تصاميم المدن الرئيسية
50.000 لوجدة
50.000 للناظور
30.000 للسعيدية
10.000 لفجيج
20.000 لبركان
10.000 لوجدة
10.000 لبوعرفة
10.000 لتاوريرت

6-2 المخططات الجماعية للتنمية

بشراكة مع اليونيسيف، تم اللجوء إلى الوكالة للمساهمة في إنجاز مخططات جماعية للتنمية لفائدة الجماعات التي كانت تحتاج إلى المساعدة. وقد تم إصدار هذه المخططات لتصبح مرجعا لباقي جماعات الجهة، تأكيدا على أهمية إنجاز المخططات المتعلقة بها.
وعلى سبيل المثال، استفادت أربع جماعات من نشر مخططاتها الجماعية للتنمية في هذا الإطار سنة 2012 : فجيج، بني كيل، تافوغالت وزكزل.
وقد أعدت صيغتين من هذا المخطط لكل جماعة : الأولى على شكل كتيب مطوي بمصراعين يتضمن عرضا موجزا، والثانية في مثل هيئة الأولى لكن بمصاريع أربعة وبمستوى تفصيل وتفسير وتحليل أوسع.
وقد طبعت هذه الحوامل ثنائية اللغة بـ 1500 نسخة لكل حامل.





التواصل بواسطة الابتكار التحريري من أجل التمييز بين المعارف المنشورة

طورت وكالة جهة الشرق عملا تحريريا من أجل تعبئة الخبرة، وتقاسم المعارف ونشر معلومة نافعة تتعلق بالتنمية الجهوية المستدامة، مع ضبط المعارف المنشورة وفق الفئات المستهدفة.

وقد تجسدت مقاربة إشكالية البلورة، ثم نشر المعارف، في عمل تحريري، وفق استراتيجية إصدار واسعة تكفي لتشمل كل الدوائر المفيدة للتفكير والمعارف.

وقد تسلحت الوكالة بالموارد الضرورية وبالأدوات والوسائل للقيام بالعملية على أحسن وجه. وقد شمل العمل العديد من الجوانب :

نشر أوراق التظاهرات الثقافية والفكرية، والمؤتمرات والندوات المنظمة بمبادرة من الوكالة أو المشاركة فيها ؛

دعم إصدار مؤلفات للغير (كتب، أطروحات، أوراق ملتقيات...) ؛

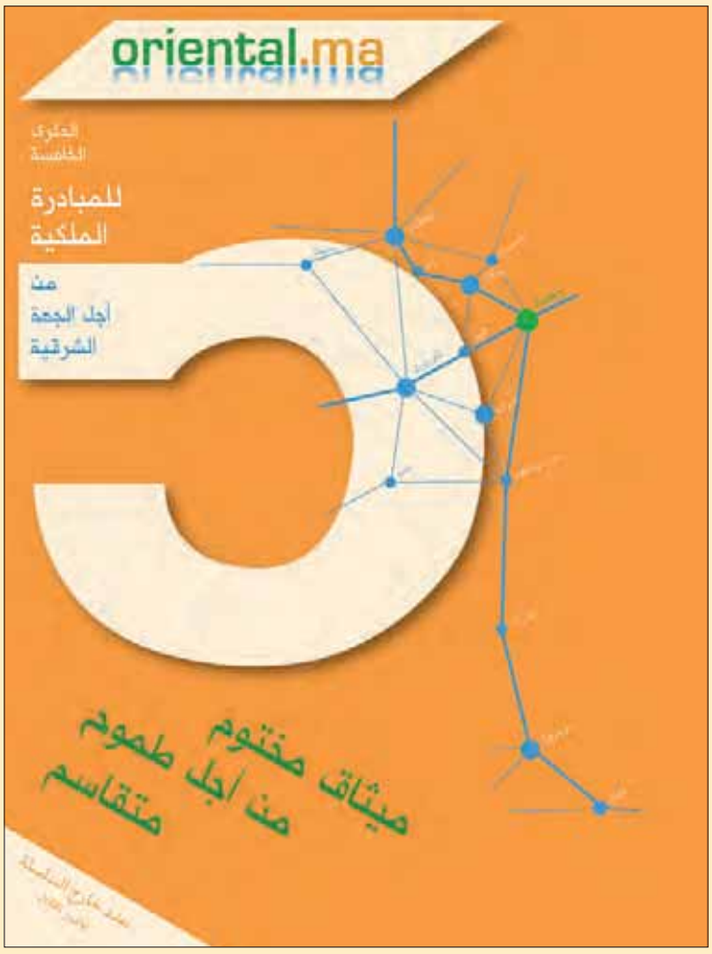
تنظيم المعرض المغاربي للكتاب، «رسائل مغاربية».

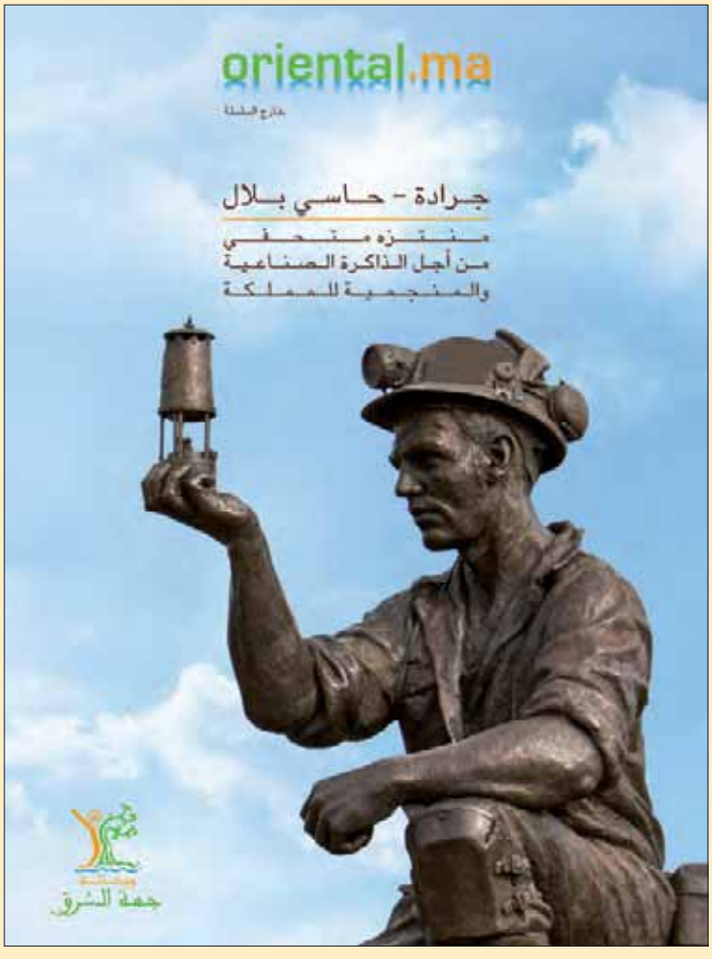
7-2 إصدار أعداد خاصة خارج السلسلة لمجلة Oriental.ma

تقترح مجموعة Oriental.ma عددا كبيرا من الخيارات التحريرية التي تمكن الوكالة من تحسين أمثل لنشر المعارف بانتقاء الحامل الأكثر ملائمة.

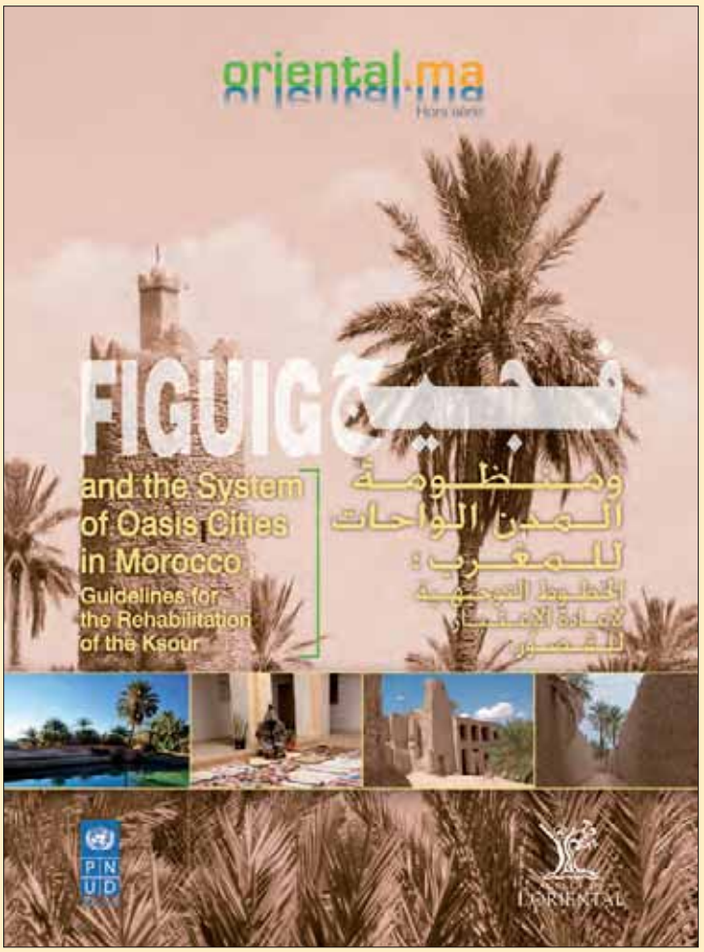
وهكذا، تمنح الأعداد خارج السلسلة إمكانية نشر محتويات حول مواضيع نوعية تتوفر الوكالة بشأنها على مادة غزيرة، عن طريق حامل تحريري يشجع التعميق التعليمي والمصور للموضوع المعني. ويقدم الجدول في المرفق 4 هذه الإصدارات، والمواضيع المنتقاة ورابط الولوج.

وقد سبق تقديم العدد الخاص المكرس للذكرى العاشرة لتربع صاحب الجلالة الملك محمد السادس، نصره الله على عرش أسلافه الميامين، في الصفحة 23.





oriental.ma
منطقتان تزخران بالطاقات
بلاد إيكس
أوراق المنتدى الفرنسي-المغربي حول الطاقات
من 9 إلى 11 فبراير 2011
وجدة
الجهة الشرقية
جهة الشرق


oriental.ma
FIGUIG
and the System of Oasis Cities in Morocco
Guidelines for the Rehabilitation of the Ksour
PNUD
ORIENTAL

جهة الشرق،
لأن كل ما هو محلي هو كوني
متضامنة. تشاركية. مواطنة إيكولوجيا. إفريقية
جهة الشرق

الجهة الشرقية للمغرب
منطقتنا تزخر بالمواهب
قرن من الفنون التشكيلية
جهة الشرق

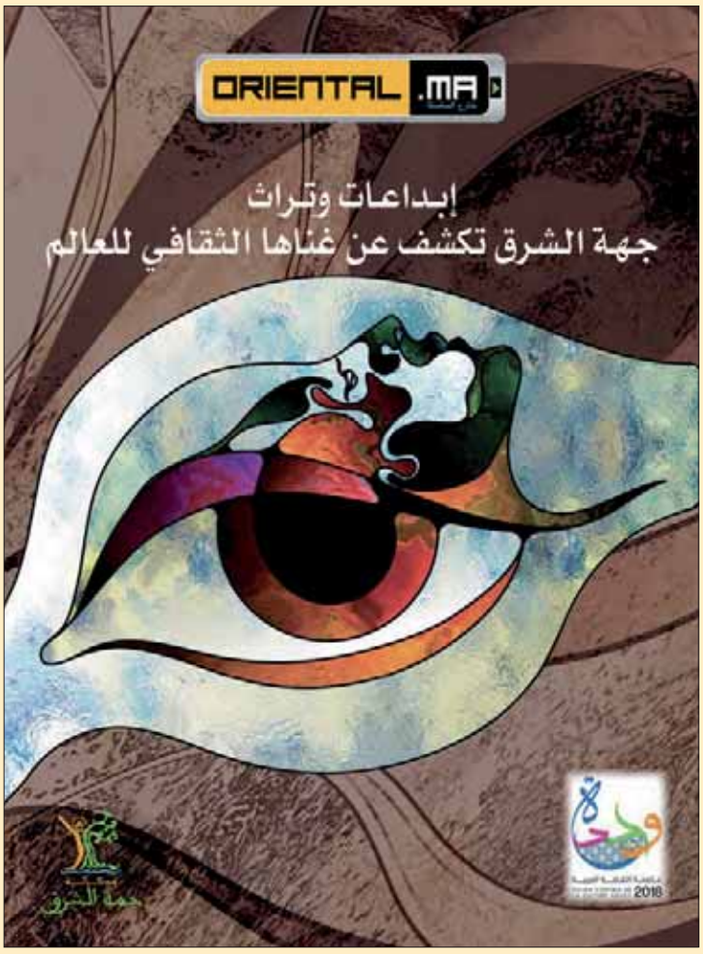
وتحترم الأعداد الخاصة لمجلة Oriental.ma أهم مقتضيات الميثاق التخطيطي للإصدار الفصلي، ولكنها تتبنى أيضا بعض الخصوصيات التي توفر لها مزيدا من الأناقة والجاذبية والإقبال على القراءة. وهذا الأمر يوافق طبيعة الوثائق المرجعية التي يعود إليها القارئ : مؤلفات تصنف ويحتفظ بها في المكتبة. وبنفس الروح، تم القيام بخيارات ثلاثة :

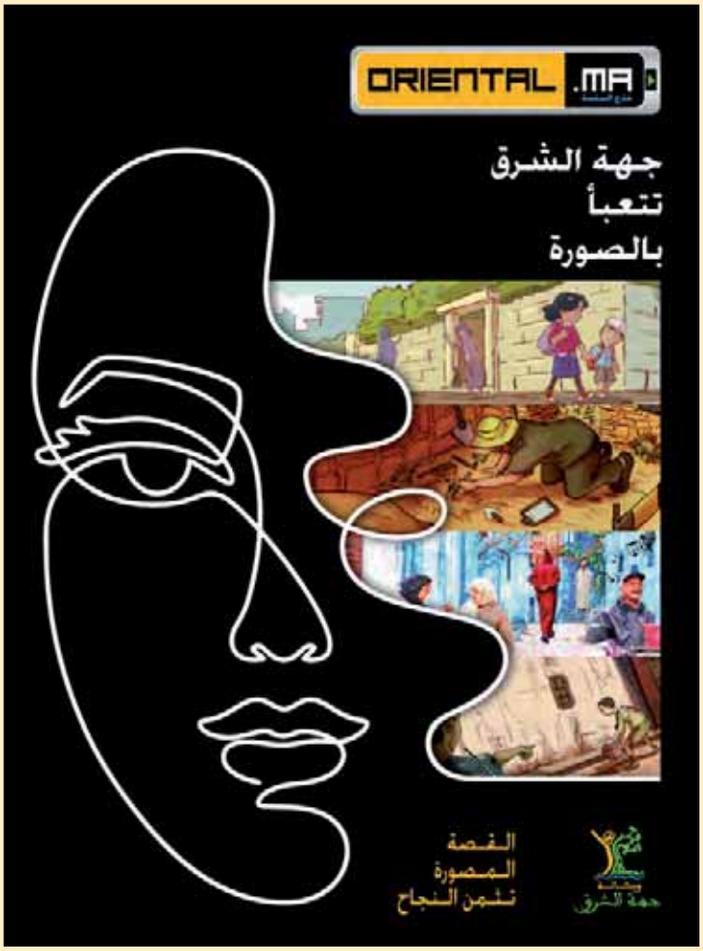
شكل مغلق يكبُر قليلا قياس المجلات الدورية (31x23 سم) ؛
تغليف مربع في الظهر مخاط وملصق لقرابة 100 صفحة داخلية على الأقل ؛
غلاف صلب (ورق مقوى ملبس بورق مطبوع في الوجه).

وهذا الكتاب بالذات صادر كعدد خاص خارج السلسلة لمجلة Oriental.ma

8-2 نشر الدراسات : مساهمة ضرورية للتنمية

أسرعت الوكالة في إنجاز العديد من الدراسات للتعرف على الوضعية في مختلف الميادين التي لها أو ستكون لها علاقة وطيدة بالتنمية الجهوية. وهذه الأعمال مساهمة أساسية من أجل فهم حالة الجهة باعتبار كل ميدان من الميادين ولكن أيضا لاستباق ما سيكون مستقبلها وما يمكن أن تقدمه إيجابيا مختلف التدابير المزمع اتخادها، للاستفادة منها من حيث التنمية المستدامة وخلق الثروات ومناصب الشغل.
وقد ظهر سريعا بأن وضع المعارف المكونة رهن إشارة الفئات المعنية - وبالخصوص المنتخبين، على مختلف المستويات، وأصحاب القرار الذين من شأنهم ان يؤثروا على مستقبل هذه الميادين- يمكن أن تكون لها أهمية كبيرة لكي تتم الخيارات في مجال التنمية على أسس متقاسمة، تعكس التحليلات الأفضل المتوفرة والمعطيات الأوثق. وفي هذا السياق، تم اتخاد قرار إصدار هذه الدراسات وتوزيعها لدى الجهات المعنية المشار إليها أعلاه. وتوجد لائحة الدراسات المنشورة في المرفق 6.





وتظهر أغلفة الدراسات الصادرة فيما يلي.
وقد تم أيضا نشر استراتيجية وكالة جهة الشرق والدراسة التي تؤسسها في هذه المجموعة. وقد وضعت إلى جانب التوطئة بقلم المدير العام في الصفحة 6 من هذا الكتاب.
وتنشر الدراسات على شكل كتب :

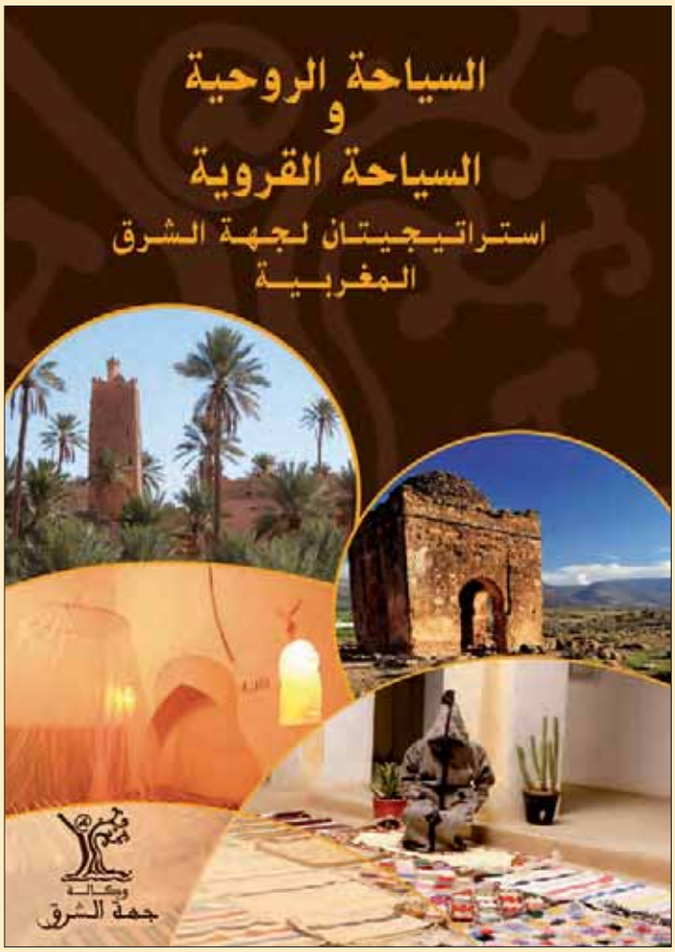
الشكل النهائي المغلق 24x16.5 سم ؛
ورق من فئة 115 غرام ؛
غلاف مرن على ورق من فئة 250 غرام ؛
طباعة رباعية الألوان بالنظر لكثرة الرسوم والصور.
وتصدر الدراسات في 200 إلى 400 صفحة.

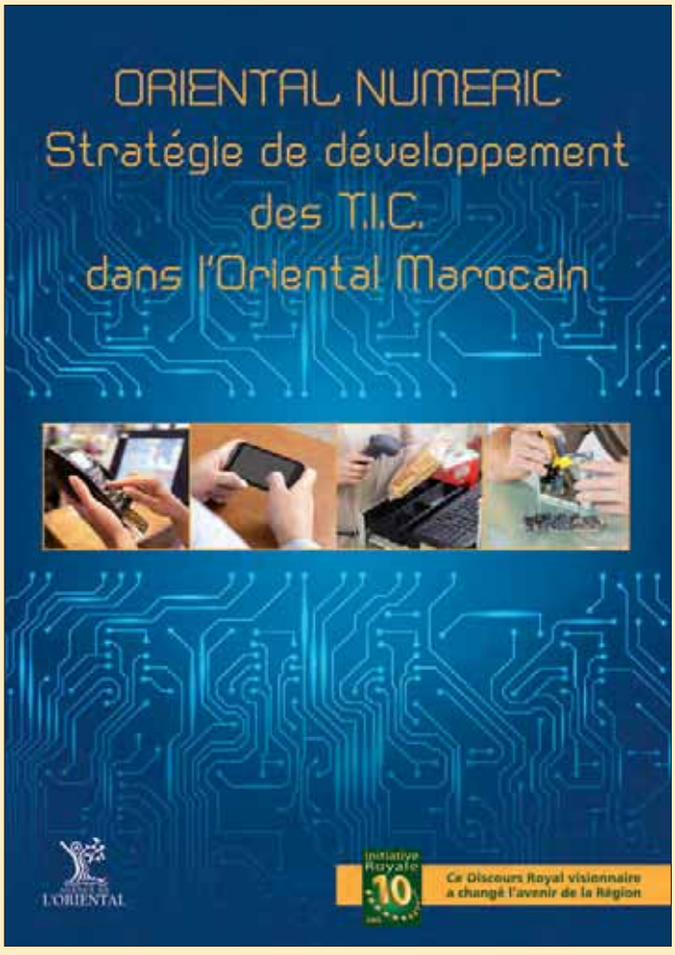
9-2 أوراق التظاهرات الثقافية والعلمية

بخصوص المواضيع التي تتطور بسرعة والتي يجب تحيين المعرفة المتعلقة بها، أو بخصوص مواضيع لم تعالج قط - أو منذ مدة طويلة- فقد ترى الوكالة بأنه ينبغي على وجه السرعة تنظيم تظاهرة عمومية تجمع خبراء وطنيين و/أو أجانب، ليتناولوا الكلمة ربما، ولكن بالخصوص من أجل السهر على نشر المعرفة المكونة لدى المتدخلين الفعليين أو الكامنين في تنمية المجالات الترابية بالجهة. كما أن بوسعها اغتنام فرصة تظاهرة ينظمها آخرون للترويج للجهة، أو لأحد مكوناتها، ومن المفيد هنا أيضا أن يتم ترتيب الخطابات التي تلقى ونشر الاسهامات المكتوبة. والنشر هنا عنصر مميز، ويسترسل عبر الموقع الالكتروني للوكالة.
وتنشر الأوراق في نفس المجموعة التي تنشر في إطارها الدراسات، وهي تتقاسم نفس الخاصيات التخطيطية والتقنية.

10-2 الدلائل الموضوعاتية

منذ إنشاء الوكالة، ظهرت ضرورة ملء فراغ تحريري يتعلق بالتراث السياحي بالجهة.
وقد كان الأمر مهما خاصة وأن الجهة كانت تنتظر في إطار مشاريع سياحية كبرى (ميدترانيا السعيدية، مارشيكا...)، استقبال ساكنة وطنية قادمة من جهات أخرى بالمغرب وزبائن أجانب يرغبون في زيارة جهة الشرق.





لقد تم إذا إغناء مجموعة Oriental.ma بدلائل موضوعاتية تمكن من تثمين بعض الجوانب الأساسية للسياحة الجهوية.
وقد تم إعداد ثلاث دلائل جهوية بدعم من الوكالة، من طرف أشخاص لهم باع طويل في ميادينهم (انظر المرفق 8). وهي مخصصة لنوعيات الزوار الكامنة التالية :

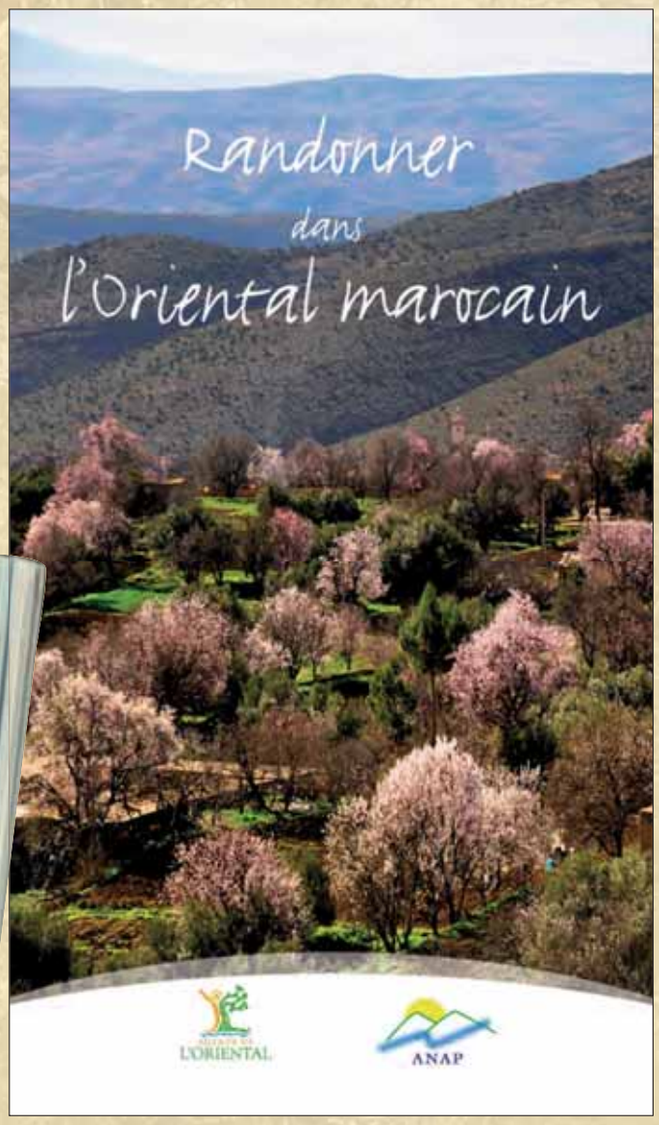
هواة المشي والتجوال ؛
عشاق فن الطبخ الذين يرغبون في التعرف على المطابخ المحلية ؛
الزوار الراغبين في الاكتشاف، المهتمين بآثار وأركيولوجيا الحقب الأولى للبشرية.

وتصدر الدلائل :

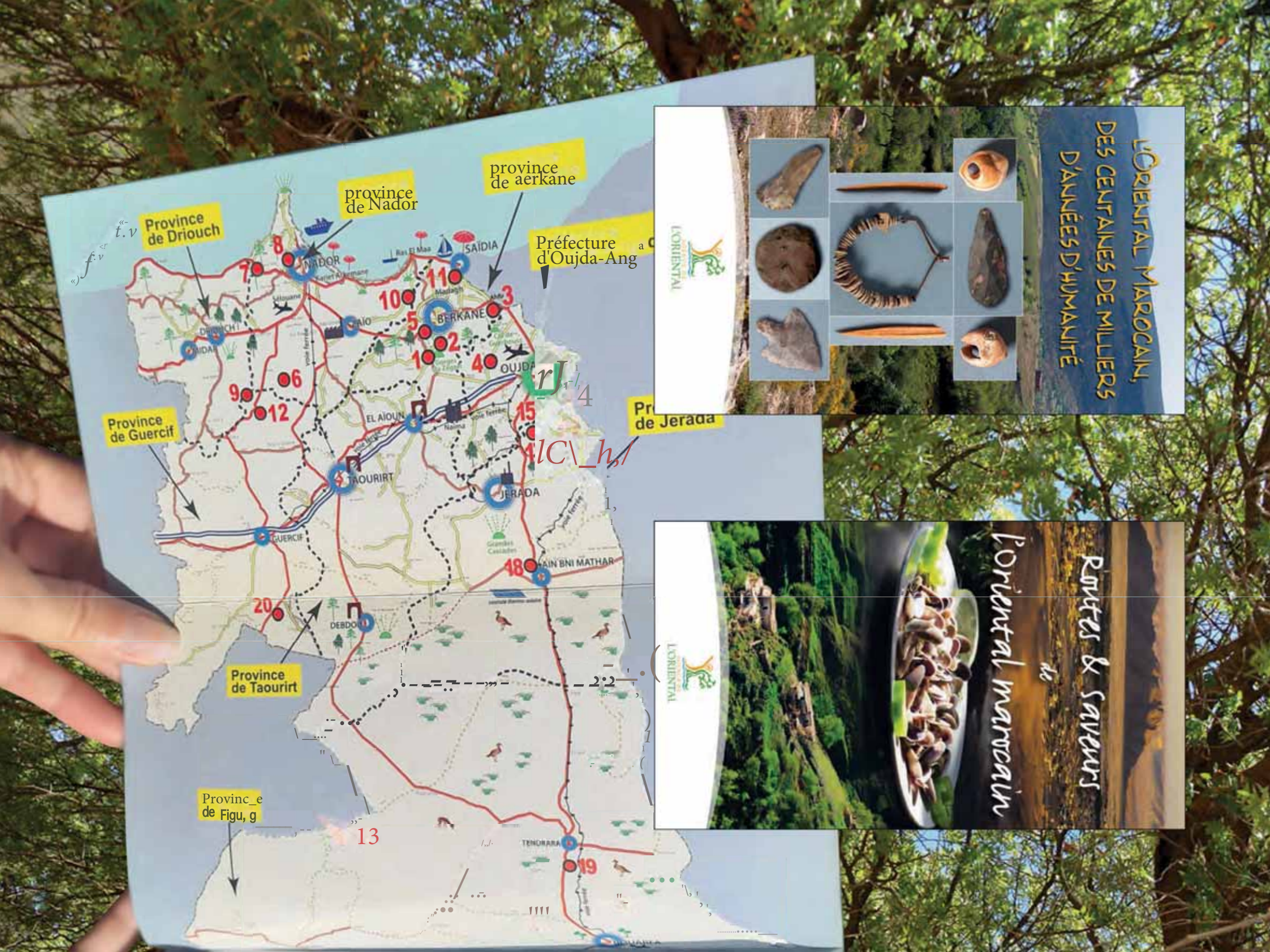
بشكل نهائي مغلق بمقيا 12.5 x 20 سم، أي بحجم يسعه جيب جاكيت ؛
مع خرائط مناسبة ومسارات لزيارات ينصح بها، مزودة بتوصيات من أجل إقامة رائقة وغنية بالاكتشافات واللقاءات ؛
مربوط باللصق والخياطة، ثم مزود بغلاف مكسي بغشاء بلاستيكي رقيق يسمح باستعمال الدليل مرارا دون أن يتضرر.

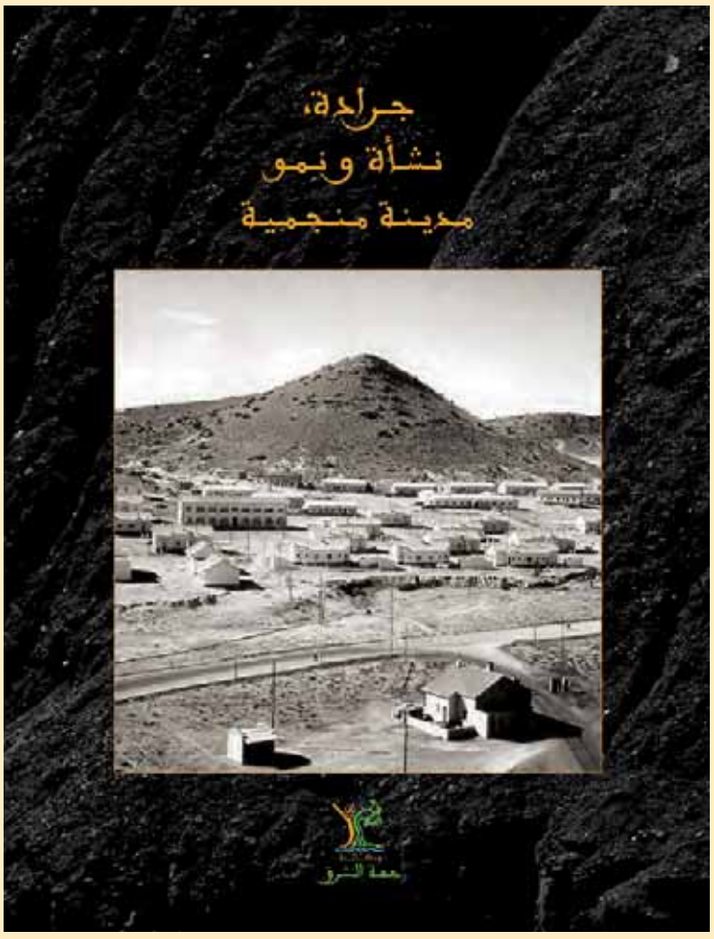
11-2 إصدارات تفرض نفسها أو بمناسبة أحداث أو ظروف

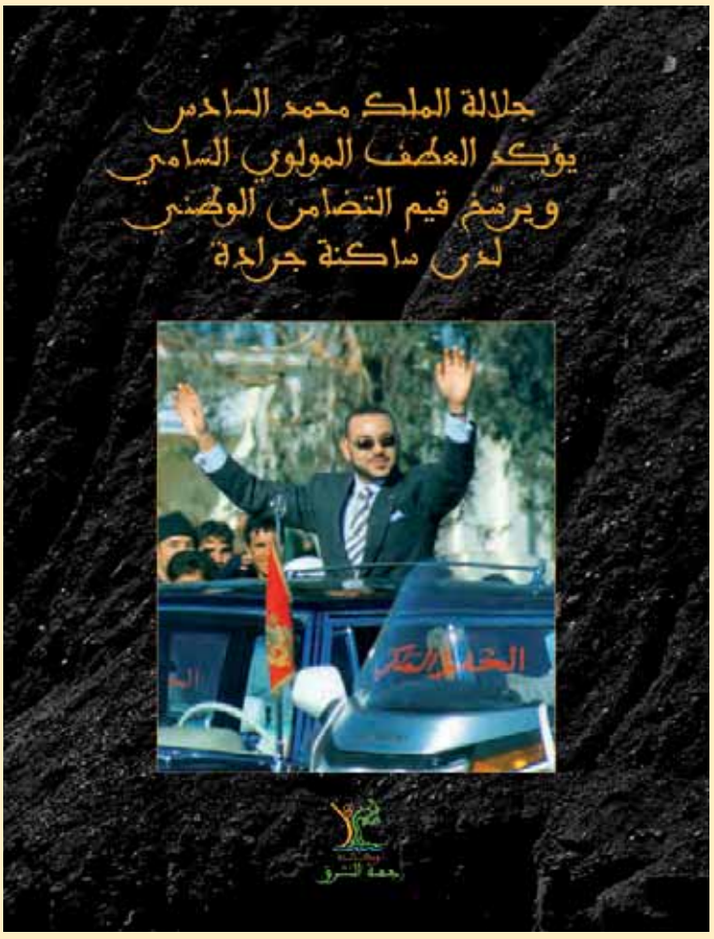
لقد استطاعت ظروف خاصة و/أو حاجات نوعية من فرض إجابات ملائمة من لدن الوكالة، تستدعي إصدارات حتى خارج إطار مجموعاتها وأدوات تواصلها الموجودة إن اقتضى الحال.
وعلى سبيل المثال، قررت الوكالة الإعداد لافتتاح المجمع المتحفي المنجمي لجرادة بوضع ثمانية كراريس موضوعية ثنائية اللغة مكرسة للعديد من المواضيع المتعلقة بتاريخ المنجم وبالمدينة التي أنشأها.
وهذه الكتيبات تختزن العديد من المعلومات والصور المجمعة من أجل تصميم الكتاب الجميل «جرادة، طاقة جديدة بجهة الشرق المغربية» والتي لم يكن بالوسع نشرها في المؤلف لضيق المكان.
وقد صممت لكي تنتج بتكلفة مخفضة وبالتالي أن توزع بشكل واسع، إما بالوحدة وإما عبر علبتين.

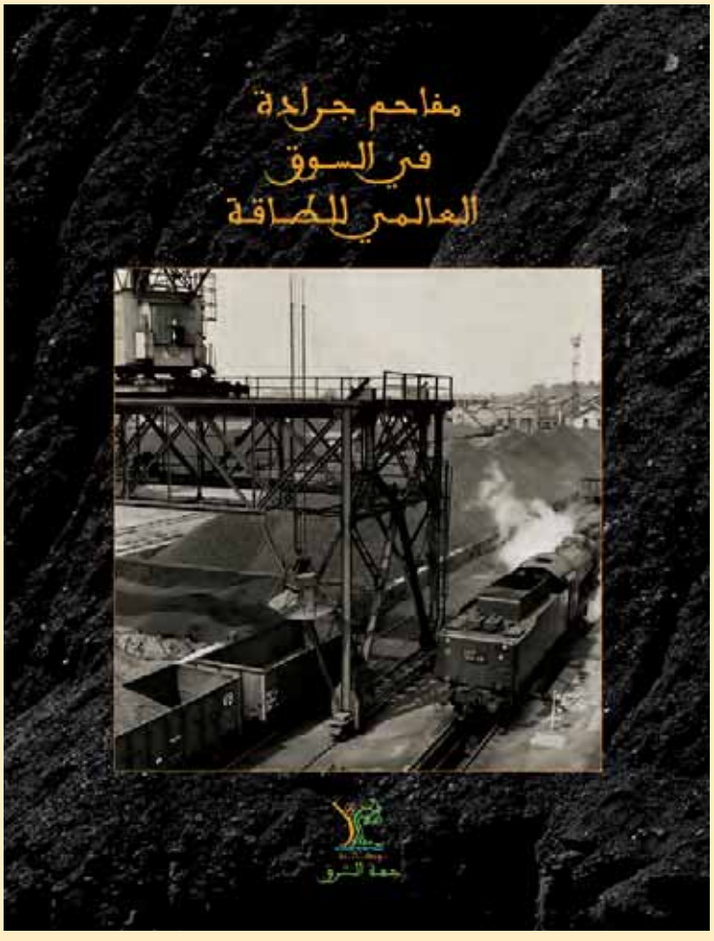


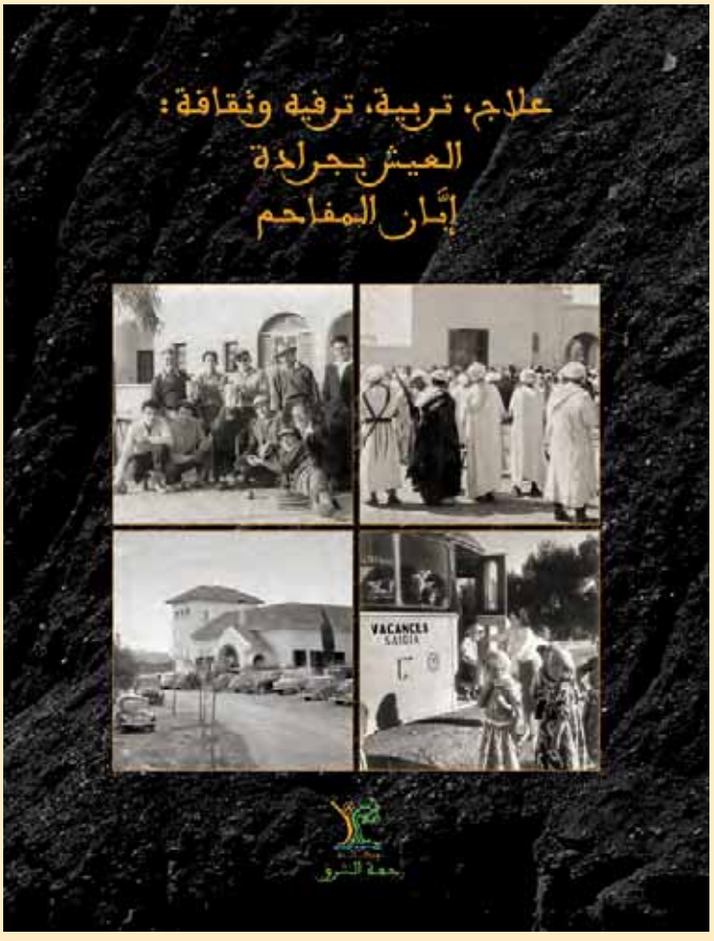
أنجز دليل «التجوال على الأقدام بجهة الشرق المغربية» بشراكة مع جمعية الطبيعة والتراث والمعهد الفرنسي لجهة الشرق. وقد شارك فيه مهنيون مغاربة وفرنسيين في مجال التجوال على الأقدام.
ويطابق هذا الدليل المعايير الدولية في الميدان. وهو يتضمن توصيفا ملخصا لتاريخ، وتراث ومؤهلات كل مجال ترابي يتم عبوره.
وسيتم على الأرض وضع تعليم ملائم بالمسارات باتفاق مع القطاعات والسلطات المعنية، وباستعانة بمساهمة وخبرة الجامعة الفرنسية للتجوال على الأقدام بالنسبة للمسارات العشرين الأولى التي تم اختيارها.

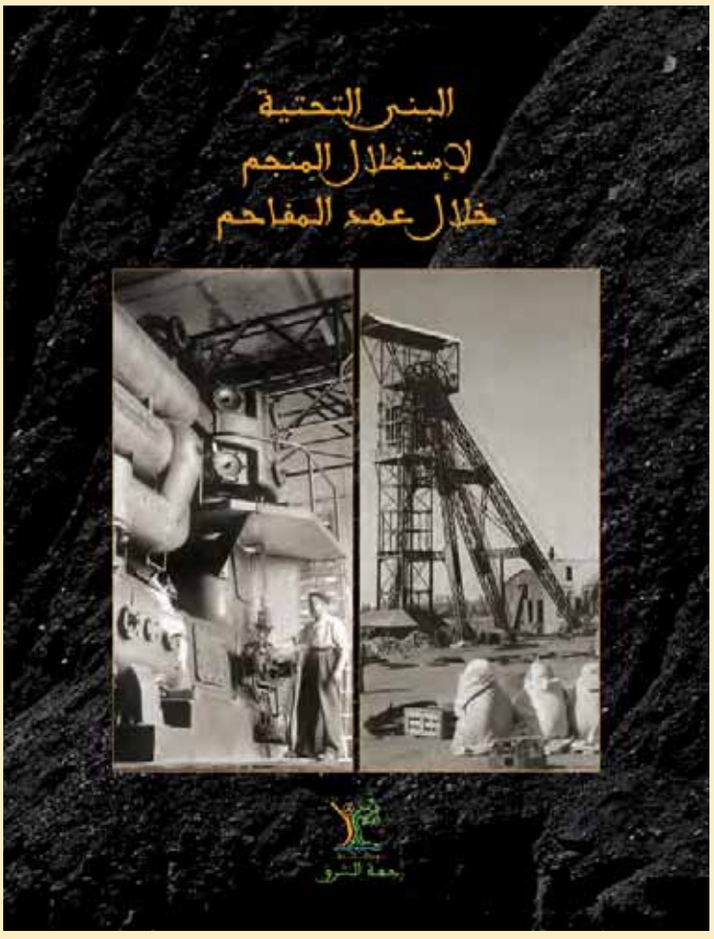

province de Nador
province de aerkane
Préfecture d'Oujda-Ang
Province de Driouch
Province de Guercif
Province de Taourirt
Provinc_e de Figu, g
Pr de Jerada
NADOR
SAÏDIA
BERKANE
OUJDA
TAOURIRT
JERADA
GUERCIF
AIN BNI MATHAR
TENDRARA
L'ORIENTAL MAROCAIN, DES CENTAINES DE MILLIERS D'ANNÉES D'HUMANITÉ
L'ORIENTAL
Routes & Saveurs de l'oriental marocain

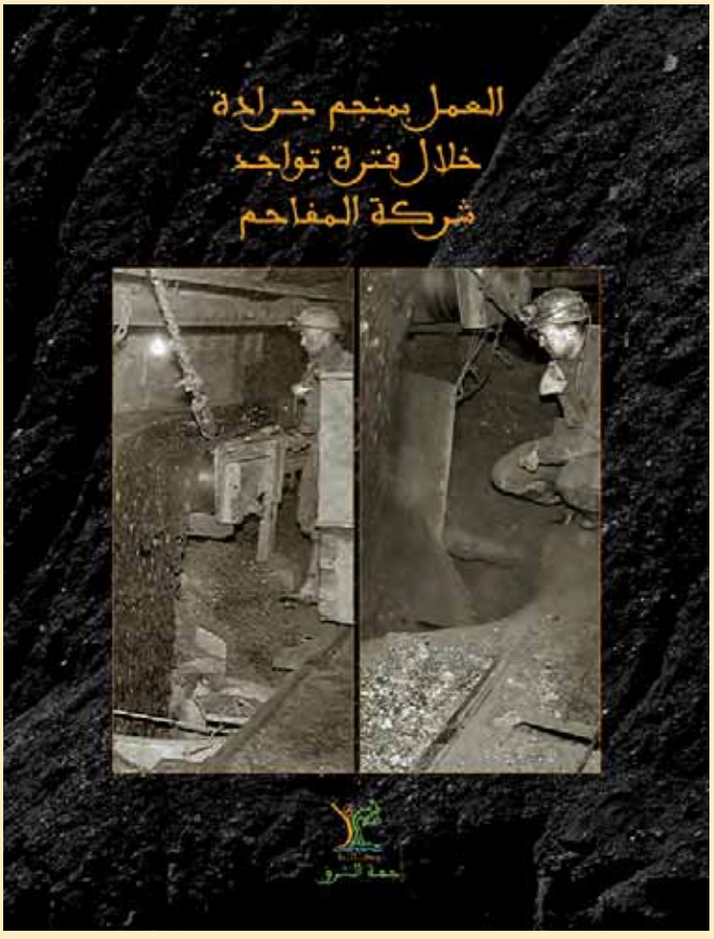

جرادة،
نشأة ونمو
مدينة منجمية


جلالة الملك محمد السادس
يؤكد العطف المولوي السامي
ويرسّخ قيم التضامن الوطني
لدى ساكنة جرادة


مفاحم جرادة
في السوق
العالمي للطاقة


علاج، تربية، ترفيه وثقافة:
العيش بجرادة
إبّان المفاحم





فضلت أغلفة الكراريس الثمانية المناظر التاريخية على واجهتيها، وقد جمعت الكتيبات في علبتين من أربعة كراريس لكل علبة

12-2 دعم إصدارات الشركاء والغير

بالموازاة مع الاستراتيجية التحريرية الخاصة بالوكالة، تمتد عمليات تقاسم المعرفة إلى دعم إصدارات شركائها حينما يتعلق الأمر بتثمين المؤهلات الاقتصادية، والاجتماعية والثقافية للجهة.

وهكذا، فقد ربطت الوكالة علاقة متميزة مع قسم الاستثمارات بمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية. ومن بين نتائج هذه الشراكة، «دليل الاستثمار» الذي أنجز ونشر بالمقاييس الرسمية لإصدارات الأمم المتحدة. وقد سبقته دراسة معمقة[13] للمؤهلات الاقتصادية الجهوية.

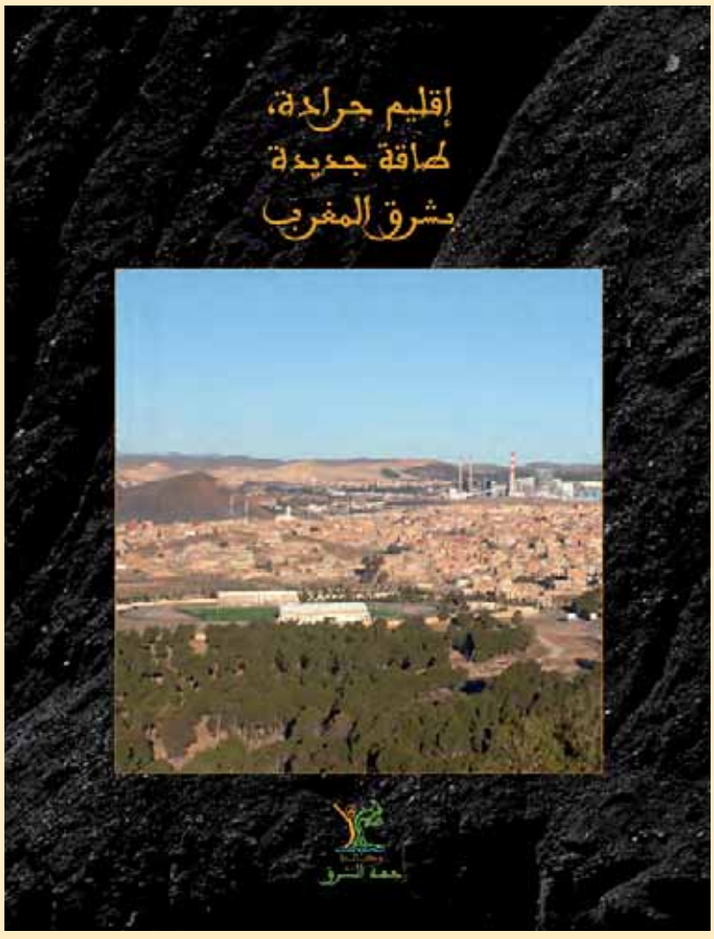
ومن جهة أخرى، وغالبا باتصال مع جامعة محمد الأول بوجدة، حددت الوكالة أبحاثا ودراسات لها علاقة بالتنمية المستدامة للمجالات الترابية الجهوية، أو طُلب منها دعم عملية نشرها لكي يتم التعريف بنتائجها.

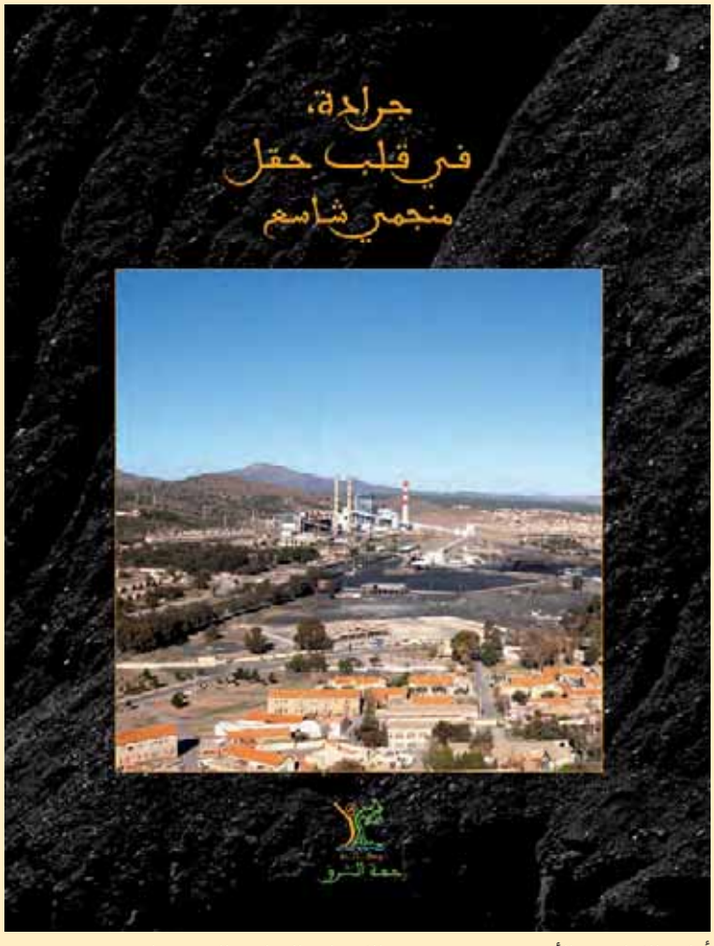
13-2 رسائل مغاربية، المعرض المغاربي للكتاب

بتنظيم المعرض المغاربي للكتاب، واصلت الوكالة، بل كرست، دعمها للنشر بالجهة، بوضع الإنتاج الجهوي في الإطار المفاهمي الأوسع للإصدارات الأدبية والعالمة للفضاء المغاربي.

وقد أستلهم مفهوم المعرض من التوجيهات الملكية التي دعت إلى أن تكون جهة الشرق المغربية رائدة في الربط بين الشعوب والثقافات المغاربية. ومن جهة أخرى، مكن الأفق المغاربي من تصور إنتاجات جهوية ووطنية، من ضمن المحاولات الرامية إلى الدفع بالإبداع في فضائنا المغاربي الثقافي الطبيعي الواسع.

وقد استفادت كل دورة من معرض من حملة ترويجية بوسائط الاعلام، وخاصة الصحافة المكتوبة، ولكن أيضا بالمحاور الطرقية الكبرى لوجدة وفي مداخل المدينة. وقد تم إصدار ونشر أوراق هذه المعارض بصورة كاملة.





أغلفة الكراسين الأخيرين من مجموعة الكتيبات الثمانية الموضوعاتية

[13] «دليل الاستثمار بجهة الشرق»، الصادر سنة 2011 بشراكة مع مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية باللغات الفرنسية، والإنجليزية والصينية.
https://www.oriental.ma/wp-content uploads/2021/05/File_365.pdf

2-13-1 تحديد هوية للمعرض

بصفتها المبادرة لهذه التظاهرة ذات الحجم الدولي، وخاصة بالنسبة للمنطقة المغاربية وإفريقيا، رغبت الوكالة أن تخول لهذه التظاهرة صورة حداثة في الوقت الذي يتهدد خطر كبير المكتوب المطبوع جراء انتشار الإنتاجات الرقمية. وتعكس الهوية البصرية هذا المتطلب. وهي تستعير أحمرها الأمغر من أحد ألوان العلامة البصرية لوكالة جهة الشرق.

2-13-2 الملصقات والتلبيس الحضري

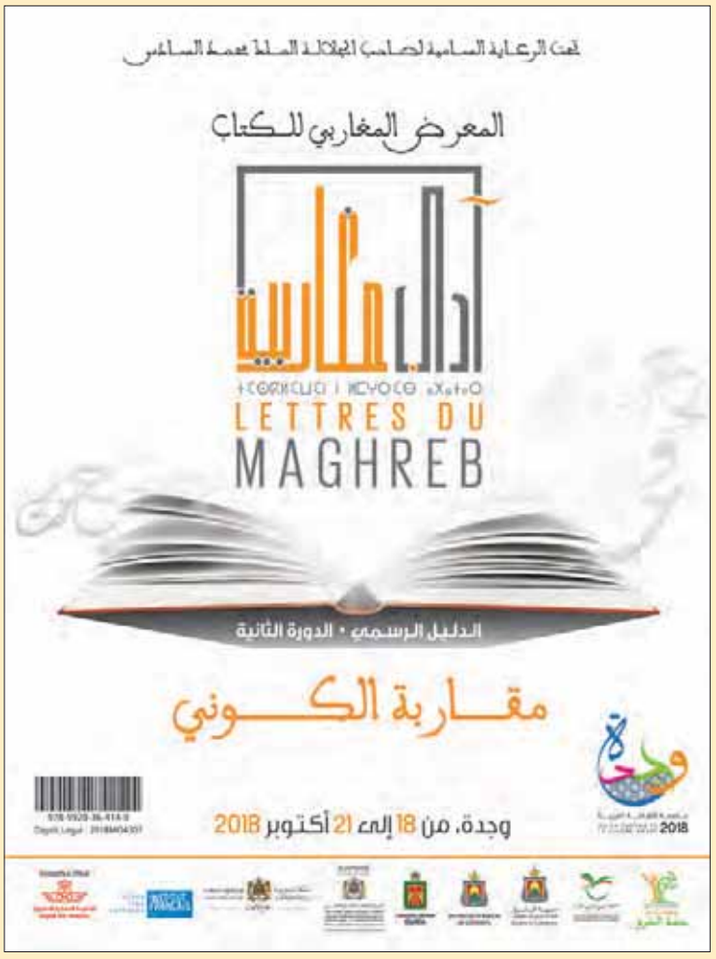
لافتات عبر الطرق، وملصقات دائمة أو مؤقتة بالشبكات، ولافتات (كاكيمونات) على طول المباني (وعلى رأسها مسرح محمد السادس لوجدة) وتلبيس الخيم المقامة من أجل المعرض: إنها أهم أدوات التواصل المستعملة بالتسويق المباشر لكي تحيى وتعيش وجدة حفل المعرض طوال أسبوع.

2-13-3 كتالوجات المعرض وأوراقه

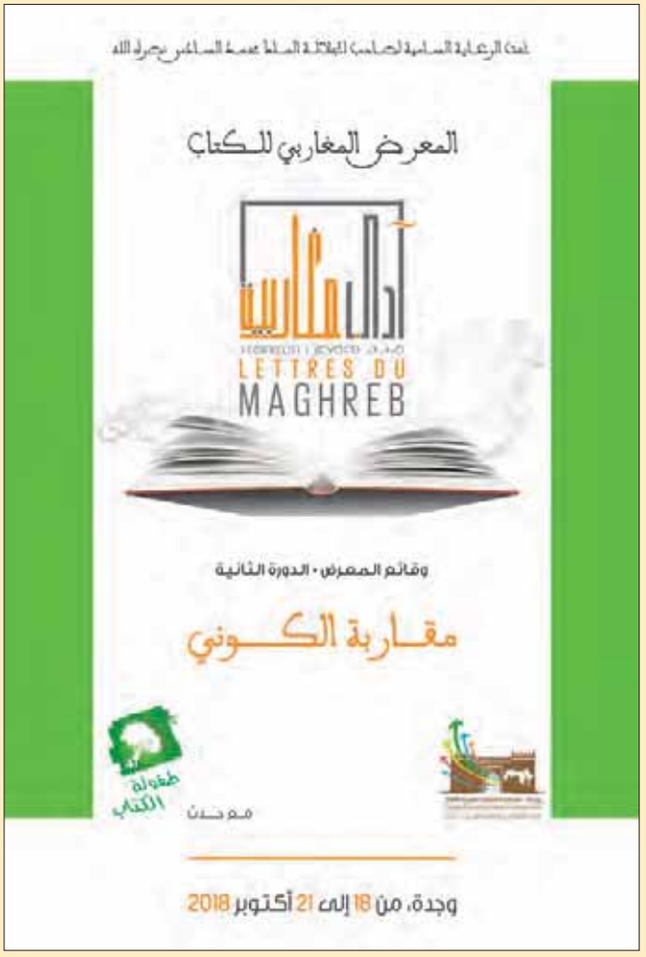
قبل كل معرض ولتقديمه، تنجز الوكالة كتالوجها (مؤلف ثناءي اللغة من 120 صفحة بقياس A4. وهو يتضمن بالخصوص برنامج المعرض، الذي يكون أيضا محل طبعة خاصة. كما تنشر أوراق المعرض في كتب من قياس A5، بقرابة 500 صفحة من التصريحات، والمحاضرات والتبادل.

السنة	طبيعة وعنوان العملية
2017 النسخة الاولى	**كتالوج 2017**
	أوراق المعرض المغاربي للكتاب https://www.oriental.ma/wp-content uploads/2021/05/File_1_816.pdf
2018 النسخة الثانية	**كتالوج 2018**
	أوراق المعرض المغاربي للكتاب https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_1_763.pdf
2019 النسخة الثالثة	**كتالوج 2019**
	أوراق المعرض المغاربي للكتاب https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_1_884.pdf

مدخل مسرح محمد السادس، ملبسة بكاكيمونات للاحتفاء بالمعرض الذي يعقد جزء من فعالياته به



مدخل الخيمة الكبرى المجاورة لمسرح محمد السادس،
حيث تقام العديد من عمليات التنشيط بالقرب من الأروقة



المعرض المغاربي للكتاب
الاتصال

المعرض المغاربي للكتاب
الاتصال
وجدة
09-13
أكتوبر
2019

CAFÉ LITTÉRAIRE المقهى الأدبي

CATALOGUE
OFFICIEL
LIVRE

تنشر إدراجات صحفية المعلومة وتثمن برنامج كل معرض مغاربي للكتاب (هنا ترويج للدورة 2017).
والميثاق التخطيطي المتعلق بها نوعي ومختلف جدا عن الادراجات المخصصة للترويج للميزات الجهوية الأخرى.

« أود الوقوف على واقع التفرقة والانشقاق
داخل الفضاء المغاربي،
في تناقض صارخ وغير معقول
مع ما يجمع شعوبنا من أواصر الأخوة،
ووحدة الدين واللغة،
والتاريخ والمصير المشترك. »

مقتطف من الخطاب السامي الذي وجهه صاحب الجلالة الملك محمد السادس
بمناسبة الذكرى 43 للمسيرة الخضراء، يوم الثلاثاء نوفمبر 2018

تحت الرعاية السامية لصاحب الجلالة الملك محمد السادس
المعرض المغاربي للكتاب

LETTRES DU MAGHREB

خلال 3 أيام :

- 300 مفكر من الأقطار المغاربية والعالم ؛
- « طفولة الكتاب » وهو معرض للشباب ؛
- 40 طاولة مستديرة ومحاضرة ؛
- معرض الفنون التشكيلية و عــرود

سواء على شكل كاكيمونو أو إدراج صحفي،
فإن هذا الشكل الطويل أثار الاهتمام

الأطفال زوار مرغوبون في المعارض،
وقد خصص لهم فضاء واسع يتوفر على العديد من أنواع التنشيط

التواصل بواسطة الترويج والشراكة

2-14 الترويج الاقتصادي، والثقافي والاجتماعي

تم توجيه تواصل الوكالة نحو أهداف للترويج متعددي الأبعاد، وخاصة الاقتصادي، والثقافي والاجتماعي. وقدتم تحديد الاستراتيجية في هذا المجال في وجهتين إثنين رئيسيتين :

الاستجابة لحاجيات الفاعلين المحليين ؛
إنجاز عمليات نوعية للترويج للجهة بالمغرب وخارج المغرب.

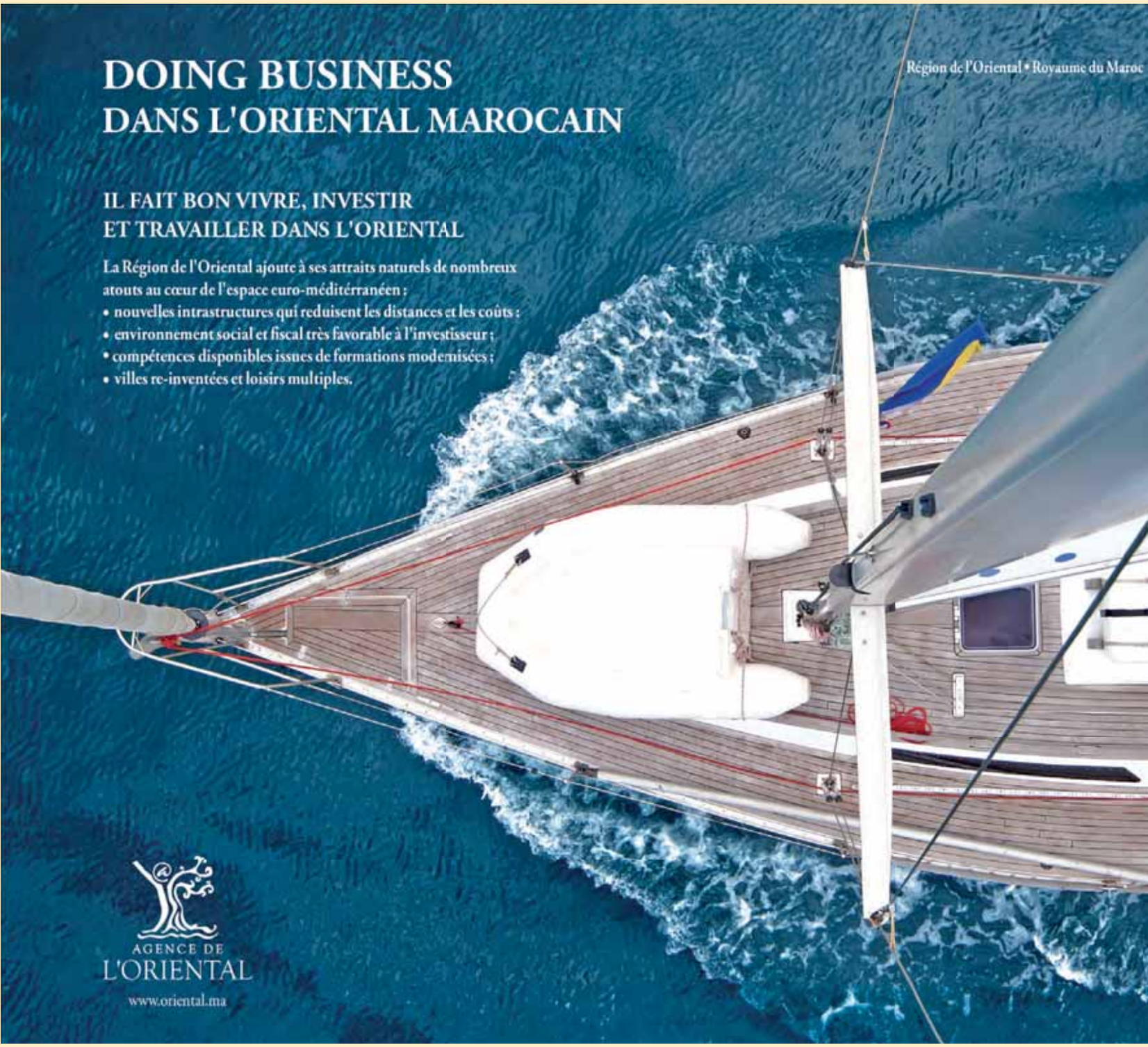
فبالنسبة للهدف الأول، استقبلت الوكالة منذ إنشائها العديد من الطلبات المتعلقة بدعم (و/أو المشاركة) في عمليات للترويج الاقتصادي، والاجتماعي والثقافي. وقد منحت اهتماما خاصا لهذه التظاهرات معتبرة أنها تمثل أرضيات لإبراز جهة الشرق المغربية وللتواصل مع جمهور واسع. وقد عملت على مواكبتها بتواصل مناسب يثمن الجهة.
لقد غطى الترويج الاقتصادي، والثقافي والاجتماعي، بأكثر من 100 عملية، مواضيع متنوعة بعلاقة مع تنمية الجهة: الفلاحة، الصناعات الزراعية، المناخ، الطاقات (وخاصة المتجددة)، التراث المادي واللامادي، الخبرات المحلية والمعارف، القروض الصغرى، الجاليات... وقد أبرزت كل عملية الجاذبية الجهوية.

2-15 الترويج الاقتصادي : إبراز الجاذبية الجهوية الجديدة

قُبيل المبادرة الملكية، كانت جهة الشرق تمثل القليل من الجاذبية اعتبارا لإكراهاتها النوعية: ضعف السوق الداخلية، غياب اندماج جهوي، تكاليف النقل والولوج لأسواق ضعيفة التنافسية...
وقد كانت هذه المعوقات ترهن واقع ومستقبل الاقتصاد الجهوي، وتضر عروضها، سواء على الصعيد الوطني أو على المستوى الدولي. ومن بين النتائج السارة للمبادرة الملكية، كونها صححت هذه الاختلالات بخلق ظروف أفضل بكثير من السابق.

وهذا هو الحال بالخصوص بالنسبة للمناطق الصناعية من الجيل الجديد (القطب التكنولوجي لوجدة، القطب الفلاحي لبركان، المجمع التكنولوجي لسلوان...) وأيضا بفضل الإعدادات السياحية الجديدة (ميديترانيا السعيدية بإقليم بركان، ومارشيكا بإقليم الناظور). كما أن الربط (الطرقي، والسككي والبحري) رفع من التنافسية الاجمالية للجهة.
ومن جانب آخر، تجرب جهة الشرق الابتكارات الجريئة التي تسهم في تجديد وتحديد صورة وجاذبية الجهة.

العديد من الادراجات الصحفية استهدفت عالم الأعمال



ترتبط الاستثمارات أساسا ببعض الرياضات، بالنظر لتكلفة ممارستها، والتي توفر أيضا إمكانية التواصل خلال المنافسات المرموقة، عبر حوامل مخصصة لذلك في الغالب. أما الفئات المستهدفة، فهي أرباب القرار الذين ينبغي إثارة اهتمامهم بالجهة بمنحهم صورة إيجابية عن الجهة، مزدانة بفضائل بعض الرياضات، كالجرأة، والدينامية والرغبة في الانتصار. وبما أن هذه الادراجات الترويجية تهدف أساسا للترويج للجهة على الصعيد العالمي، وقد قدمت في غالبيتها بمختلف اللغات الأجنبية.

DOING BUSINESS
EN EL ORIENTAL MARROQUI

mpcom

LE VA A GUSTAR VIVIR, TRABAJAR Y INVERTIR EN EL ORIENTAL MARROQUI !

A sus conocidos atractivos naturales, la Región del Oriental añade un alto nivel de competitividad.
Numerosos beneficios con su programa de acogida múltiple a los inversores industriales.
El mega proyecto integrado Nador West Med (puerto, energía, industria y comercio)
acogerá pronto los flujos de inversión.
Ventaja geoestratégica : en el corazón del espacio euro-mediterráneo.
Ventaja de las Infraestructuras : su renovación reduce distancias y costes.
Ventaja social y fiscal : un medio muy favorable a los inversores.
Ventaja de competencias : disponibles y dotadas de una moderna formación.
Ventaja medio-ambiental : ciudades reinventadas, gran oferta de ocio.

REGIÓN DEL ORIENTAL • REINO DE MARRUECOS • www.oriental.ma

AGENCE DE
L'ORIENTAL

بناء مخيال إيجابي حول الجهة من أجل جلب المزيد من المستثمرين

ومثلا، تبنت السلطات المحلية لبركان حكامة رقمية متطورة جدا، جعلت من المدينة «مدينة ذكية»[14] نموذجية من آخر جيل.
كما أن الجهة تظهر كجهة ذات رصيد بشري قوي، بجامعة ومدارس عليا للمهندسين مصنفة جيدا على المستويين الوطني والعالمي، وكذا مؤسسات للتكوين المهني تستجيب للحاجيات المحلية من الموارد البشرية.
وكل هذه الميزات التي أحدثت أو طورت بفضل المبادرة الملكية هي غالبا مجهولة وطنيا ودوليا. وكان من المربح تثمينها على أفضل شكل بواسطة ترويج اقتصادي فعال.
ومن بين العمليات البارزة التي قادتها الوكالة، نذكر تلك الملخصة في الجدول في المرفق 9 من هذا الكتاب.

2-16 الترويج الثقافي : التواصل عبر الثقافة

الثقافة مكون أساسي لموارد خلق الثروات، وخاصة في الاقتصاد الإبداعي، والاقتصاد الاجتماعي والتضامني... إضافة إلى دورها كفاعل في الشمولية الاجتماعية. وهي تتبلور بواسطة أنساق الحياة، والاستهلاك وإنتاج السلع والخدمات كما عبر التسامي بواسطة الفنون، والتقاليد ومختلف التعابير الفنية.
وجهة الشرق المغربية غنية بتنوعها الثقافي الذي يتميز بتفردات ناتجة عن جغرافيتها، وتاريخها، وديمغرافيتها وسكانها، ومستوطناتها البشرية، واقتصادها، الخ.

في «المدينة الذكية» بركان، العلاقات مع السلطة الإقليمية مرقمنة

وقد جعلت الوكالة من الترويج الثقافي شغلها الشاغل بإعطاء الأسبقية للعمل المواطن والجمعوي الملتزم على المستوى الجهوي. وقد قدمت دعمها لغالبية الطلبات التي تبرز الرصيد البشري والثقافي للجهة، مركزة خصوصا على الطلبات التي تهم بعض مكونات المجتمع: النساء، الشباب، الوسط القروي، المناطق المعزولة والنائية...وقد كان الهدف منح منصات تعبير لكل المكونات الاجتماعية والثقافية، وخاصة تلك التي يصعب عليها إيجاد الدعم الضروري ضمن الآليات الوطنية التقليدية. وبما أن الثقافة عامل هام لتواصل الأفكار والقيم، فقد أفردت الوكالة اهتماما خاصا لدعم العمليات المذكورة أسفله.

2-16-1 المسرح، والسينما، والابداع الفني

أهم الأنشطة المكرسة للمسرح، والسينما والابداع الفني : 13 مشروعا	مهرجان «كوميدراما» بوجدة مهرجان مسرح «مونودراما» بوجدة «المهرجان الدولي لمسرح الطفل للطفولة الشعبية» للناظور «مهرجان مسرح الطفل» بجرادة «مهرجان المسرح الجامعي» لفجيج وجرادة مهرجان «موكب أدبي» لكفايت مهرجان «أرت رمال للنحت على الرمال» ببركان، وجدة وفجيج مهرجان «أورينت آر اكبريس» (للفنون التشكيلية) بينال «Orient A» (للفن المعاصر) «مهرجان السينما المغاربية» المهرجان المتوسطي «سينما الهجرة لوجدة» المهرجان الدولي «سينما وذاكرة» للناظور دعم تصوير مشاهد أفلام بالجهة، الخ.

[14] بركان، قوة الذكاء، فيليب ميشال ومساعدوه، 254 صفحة، مؤلف من نوع الكتب الجميلة أصدرته وكالة جهة الشرق في 2023

مرور موكب
المهرجان الدولي
لمسرح الطفل
عبر شوارع الناظور

شعار المهرجان الدولي للمسرح يسلم لوكالة جهة الشرق لدعمه للتظاهرة

تمثيل مسرحية
بنو قردون
من طرف جمعية
كوميدراما

ملصق الترويج
لمشروع
نبغي بلادي
لجمعية بسمة

2-16-2 الأنشطة الفنية السنوية

أهم الأنشطة الفنية والسوسيو ثقافية السنوية بجهة الشرق : 22 مهرجانا مهرجانات تتجدد سنويا	مهرجان «موسيقى الغرناطي» مهرجان الأصالة لجرادة مهرجان «المنجمي لسيدي بوبكر» (جرادة) مهرجان «فن الركادة» بالسعيدية المهرجان لدولي لـ «الراي» بوجدة مهرجان «ربيع الأندلسيين» بوجدة مهرجان «ثقافات الواحات» بفجيج مهرجان «الفنون الشعبية» ببركان مهرجان ثقافات الرحل ببوعنان وعين الشواطر مهرجان الثقافة الأمازيغية بالناظور مهرجان «أحيدوس» بتالسينت مهرجان «المنكوشي» بتاوريرت مهرجان «العلاوي» بدبدو فنتازيا «المهايا» بسيدي موسى مهرجان «الفنون البدوية» ببوعرفة مهرجان «الناي» ببوعرفة مهرجان «سياحة الجبل» ببني تاجيت (فجيج) «المهرجان المتوسطي» للناظور مهرجان جهة الشرق للضحك بالناظور المهرجان الأورومتوسطي لفنون الطبخ بجهة الشرق (السعيدية، الناظور، فجيج) مهرجان «الموسيقى، ملتقى الشباب» (جمعية عابرون) مهرجان «ألوان البحر الأبيض المتوسط» بالناظور مهرجان «ليزار» (بالناظو والدريوش)

2-16-3 الأنشطة العلمية

العمليات	طبيعة وأهداف العملية
أهم الأنشطة	أيام «التبرع بالدم» لوجدة وبركان منتدى «شباب جهة الشرق» للناظور (2019-2020) منتدى «السياحة التضامنية» المنظم من طرف «شبكة السياحة التضامنية» لإقليم جرادة (2019-2020) منتدى «السياحة المستدامة» ببركان «قافلة التشغيل» بوجدة «المؤتمر الدولي للتربية على البيئة» لمراكش «مهرجان العلوم» لوجدة «قافلة العلوم»، أدوات بيداغوجية للتربية على البيئة والعلوم في الأوساط المعوزة مشروع «إيفاسن» لبركان مشروع «أنتاريس» مع جمعية أمل للتكافل الصحي بوجدة «المؤتمر الدولي لجراحة المخ والأعصاب لجهة الشرق» «كرنافال الماء» بالسعيدية

يضاف إلى هذه اللائحة عمل كان له صدى كبير وطنيا وعالميا وهو تنظيم الدورة التاسعة من المناظرة الوطنية للسياحة

في اليسار أعلاه، قافلة التشغيل تتوقف بمركز الدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية لوجدة

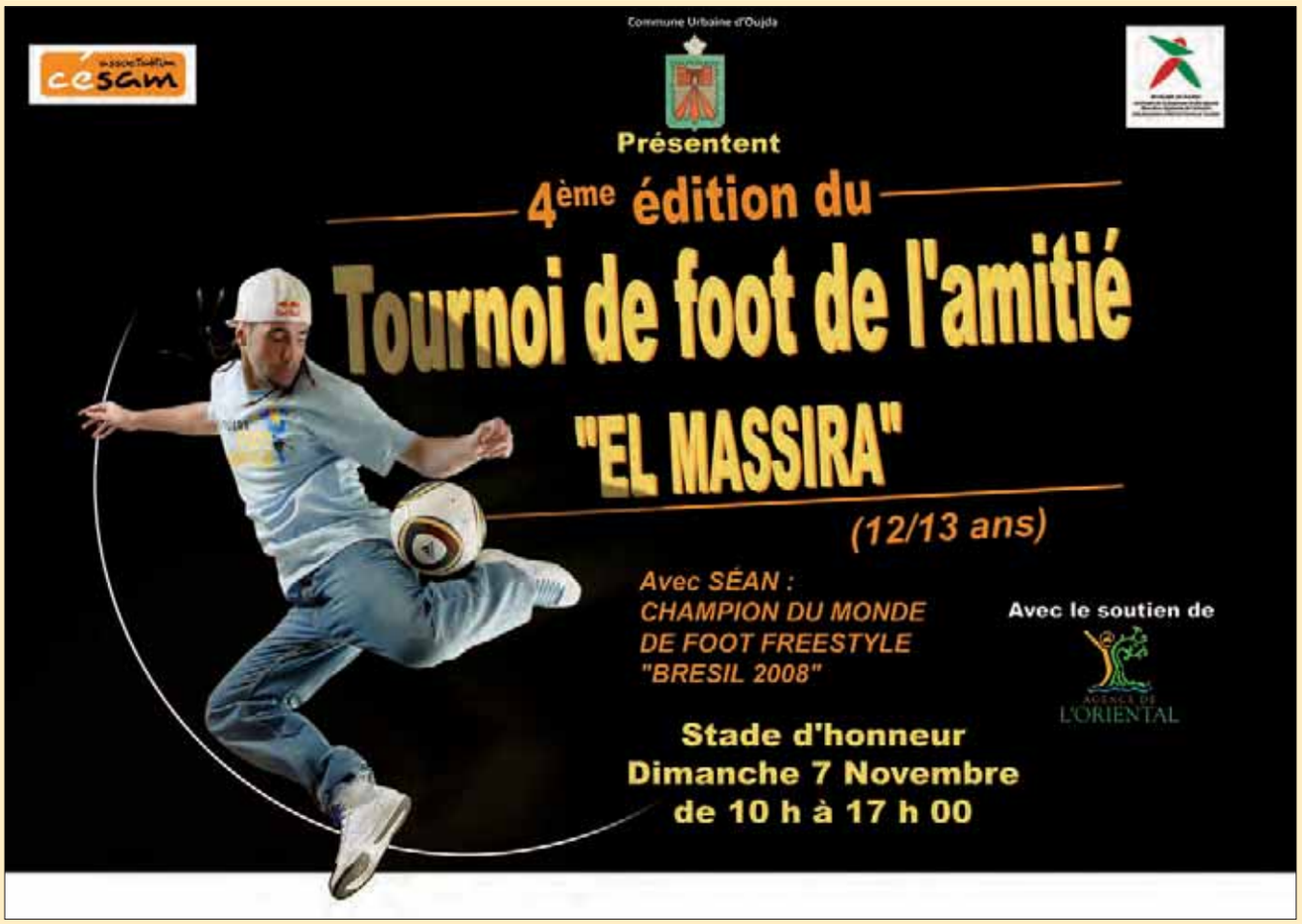
إحدى التظاهرات العلمية التـي تدعمها وكالة جهة الشرق

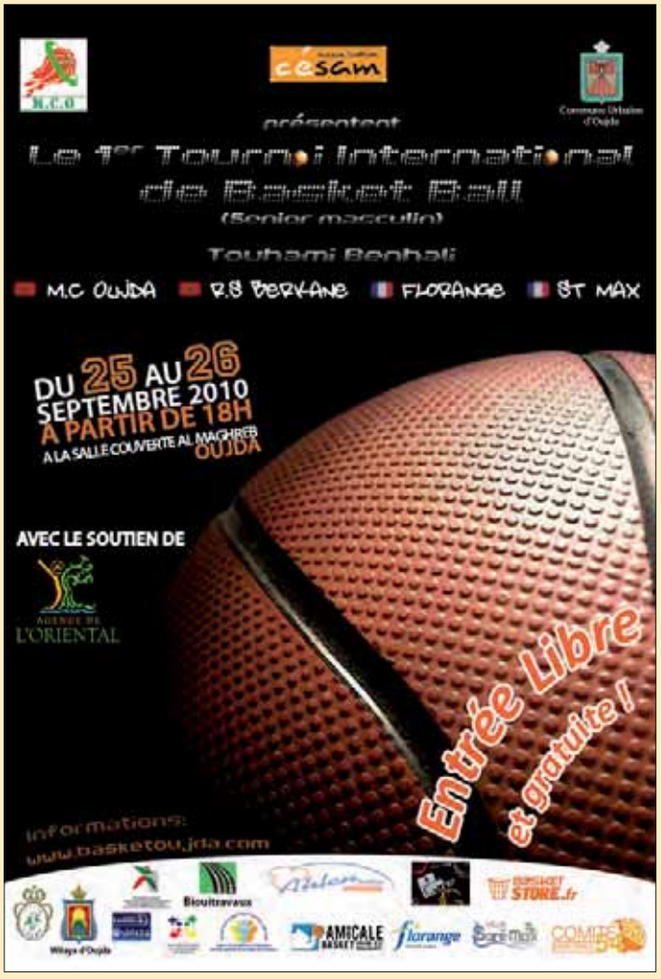
العمليات	طبيعة وأهداف العملية
أهم الأنشطة الرياضية : 9 مشاريع	الملتقى الكبير في رياضة الكولف «أوريانتال ليكند» للسعيدية مختلف الملتقيات حول رياضة الكرة المستطيلة بوجدة وبركان إعطاء الانطلاقة لكرة السلة الهولندية (كورفبال) بالناظور البطولة الدولية لكرة اليد/نساء لوجدة البطولة الدولية للكرة الطائرة بفجيج مختلف أنشطة فنون الحرب بالناظور البطولة الدولية لتكواندو بوجدة نصف الماراطون الدولي لبركان البطولة الدولية في تنس الشاطئ للسعيدية

تدعم وكالة جهة الشرق العديد من التظاهرات الرياضية، المحلية، والجهوية، والوطنية والدولية. وهي ترسي صورة جهة رياضية وديناميةة.

ومن بين أهم التظاهرات التي تعزز صورة وسمعة الجهة، نصف ماراطون بركان الذي بادر بانطلاقته وينشطه البطل هشام الكروج.

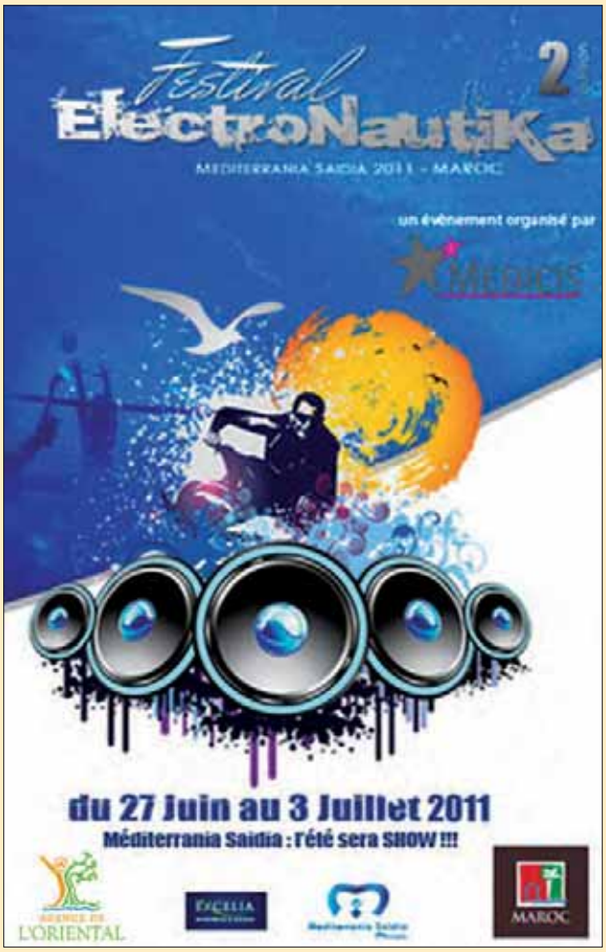
présentent
1er
Aquathlon
international
de Saïdia
avec le soutien de :
L'ORIENTAL
15
Septembre 2012
infos et inscription :
www.aquathlonsaidia.com
> Aquathlon International de Saidia
14H30
UNIVERSITAIRE ET LOISIRS
300M > 3,5KM
Méditel
Partenaire Officiel


Commune Urbaine d'Oujda
Présentent
4ème édition du
Tournoi de foot de l'amitié
"EL MASSIRA"
(12/13 ans)
Avec SÉAN :
CHAMPION DU MONDE
DE FOOT FREESTYLE
"BRESIL 2008"
Avec le soutien de
L'ORIENTAL
Stade d'honneur
Dimanche 7 Novembre
de 10 h à 17 h 00

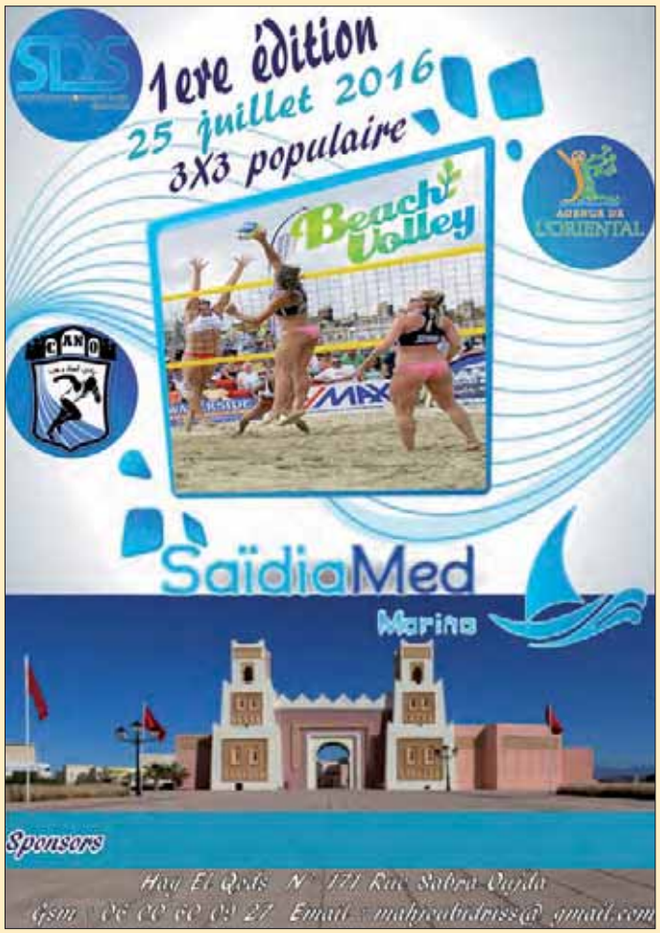


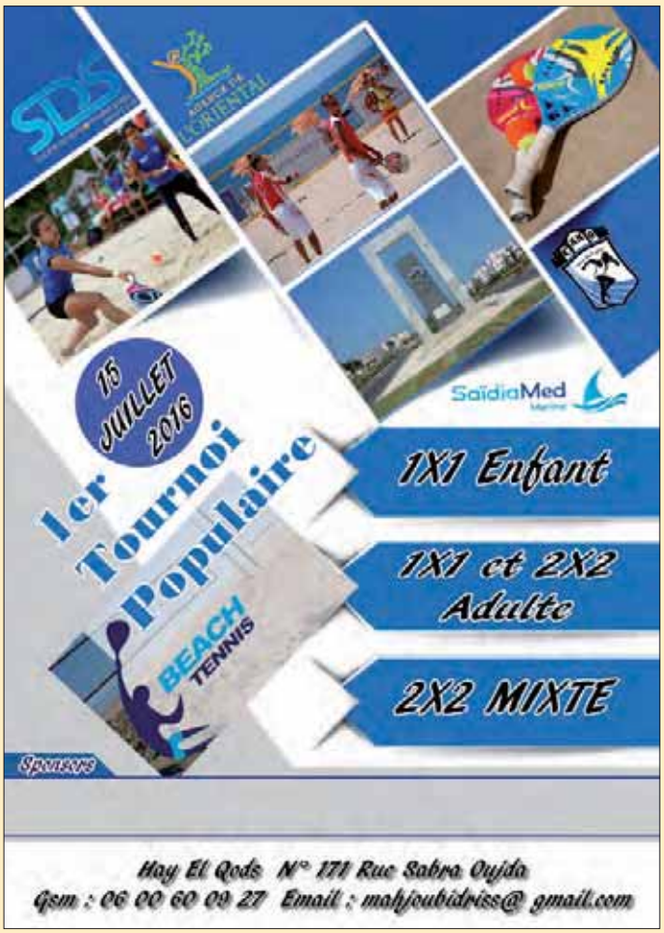
بعض من
التظاهرات الرياضية
العديدة التي تدعمها
وكالة جهة الشرق
لفائدة صيت وسمعة الجهة
ولربط القيم الرياضية
بصورتها الإيجابية

SOUS LE HAUT PATRONAGE DE SA MAJESTÉ LE ROI MOHAMMED VI
SEMI MARATHON INTERNATIONAL DE BERKANE
SMIB 2016
DEUXIÈME ÉDITION
FAISONS COURIR L'ORIENTAL!
27.03.2016
BERKANE
KIDS DAY
SEMI MARATHON
COURSE 10 KM
POUR TOUTE INFORMATION
WWW.SEMIDEBERKANE.COM
/SEMIDEBERKANE
L'ORIENTAL
Agence Marchica
OCP
OLYMPE
2M
MDJS
SDS
ONCF
Sidi ali


Festival ElectroNautiKa
MEDITERRANIA SAIDIA 2011 - MAROC
un événement organisé par
Mercure
du 27 Juin au 3 Juillet 2011
Méditerrania Saidia : l'été sera SHOW !!!
L'ORIENTAL
EXCELIA
MAROC

BEACH SOCCER
22 . 23 . 24 JUILLET 2016
à Saidia Med
GRAND PRIX D'ETE
L'ORIENTAL
SDS
SaidiaMed
Marina
Sponsors
Hay El Qods N° 171 Rue Sabra Oujda
Gsm : 06 00 60 09 27 Email : mahjoubidriss@ gmail.com


1ere édition
25 juillet 2016
3X3 populaire
Beach Volley
SaïdiaMed
Marina
Sponsors
Hay El Qods N° 171 Rue Sabra Oujda
Gsm : 06 00 60 09 27 Email : mahjoubidriss@ gmail.com


15 JUILLET 2016
1er Tournoi Populaire
BEACH TENNIS
1X1 Enfant
1X1 et 2X2 Adulte
2X2 MIXTE
SaïdiaMed
Sponsors
Hay El Qods N° 171 Rue Sabra Oujda
Gsm : 06 00 60 09 27 Email : mahjoubidriss@ gmail.com

OUJDA FETE SES LEGENDES
DIPLÔME SPORTIF
Commune Urbaine d'Oujda
Nom : .....
Prénom : .....
Date : .....
Félicitations, tu as participé au :
1er TOURNOI DE FOOTBALL
Mustapha BELGAYED
en hommage à sa carrière sportive
Wilaya d'Oujda
OFFICIEL
DIPLÔME SPORTIF

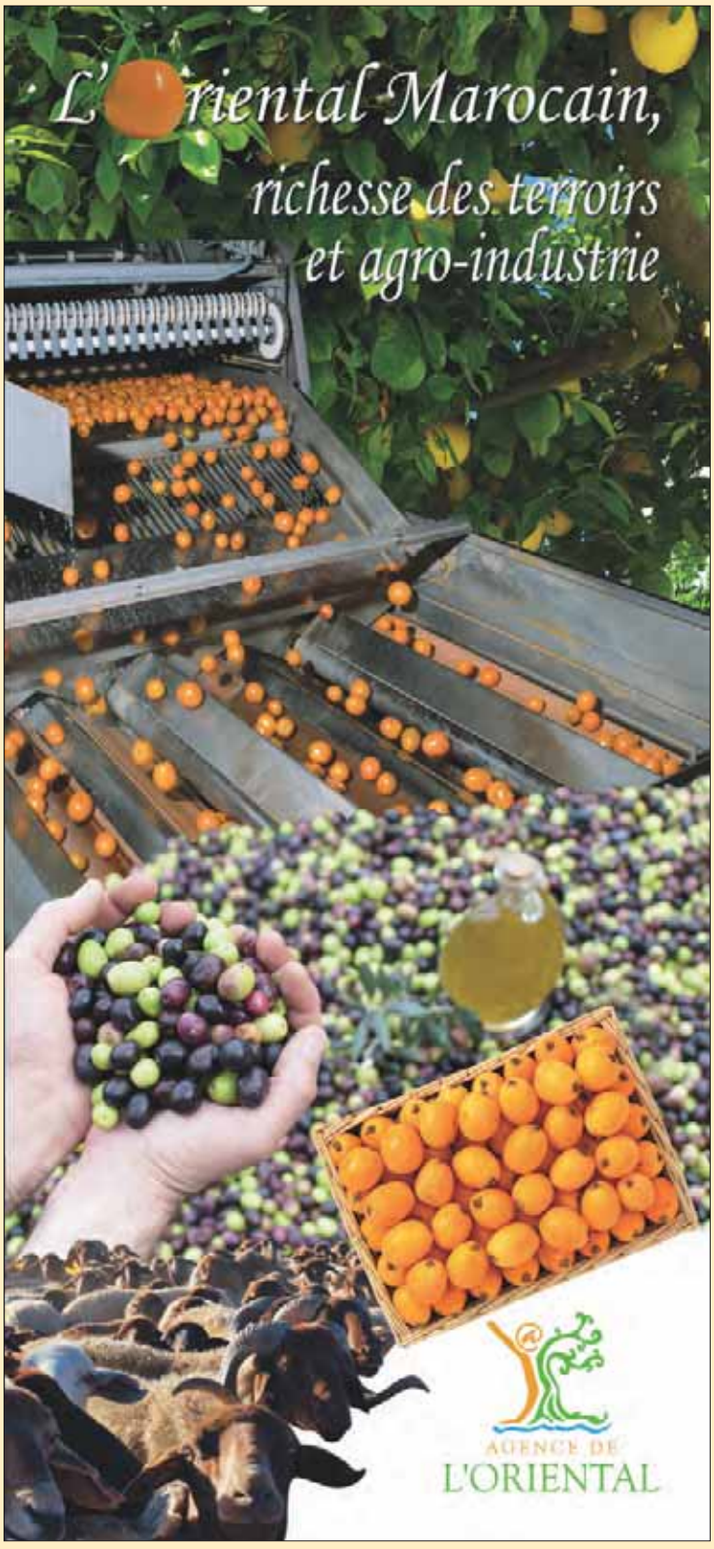
2-17 الترويج الاجتماعي والتضامني : تواصل القرب الشمولي

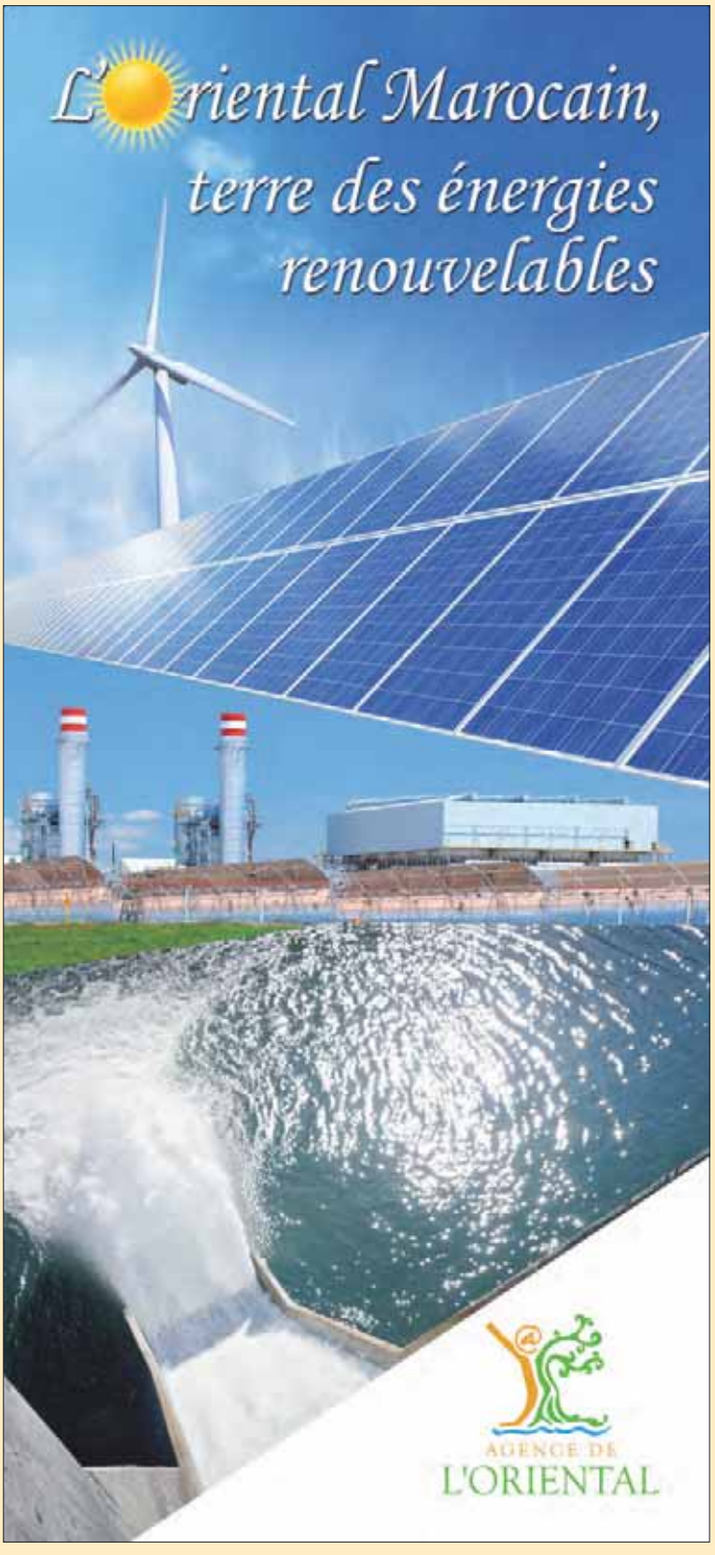
وفقا للتوجيهات الملكية، تستند التنمية الاقتصادية للمملكة على عمادين تكميليين للتنمية:

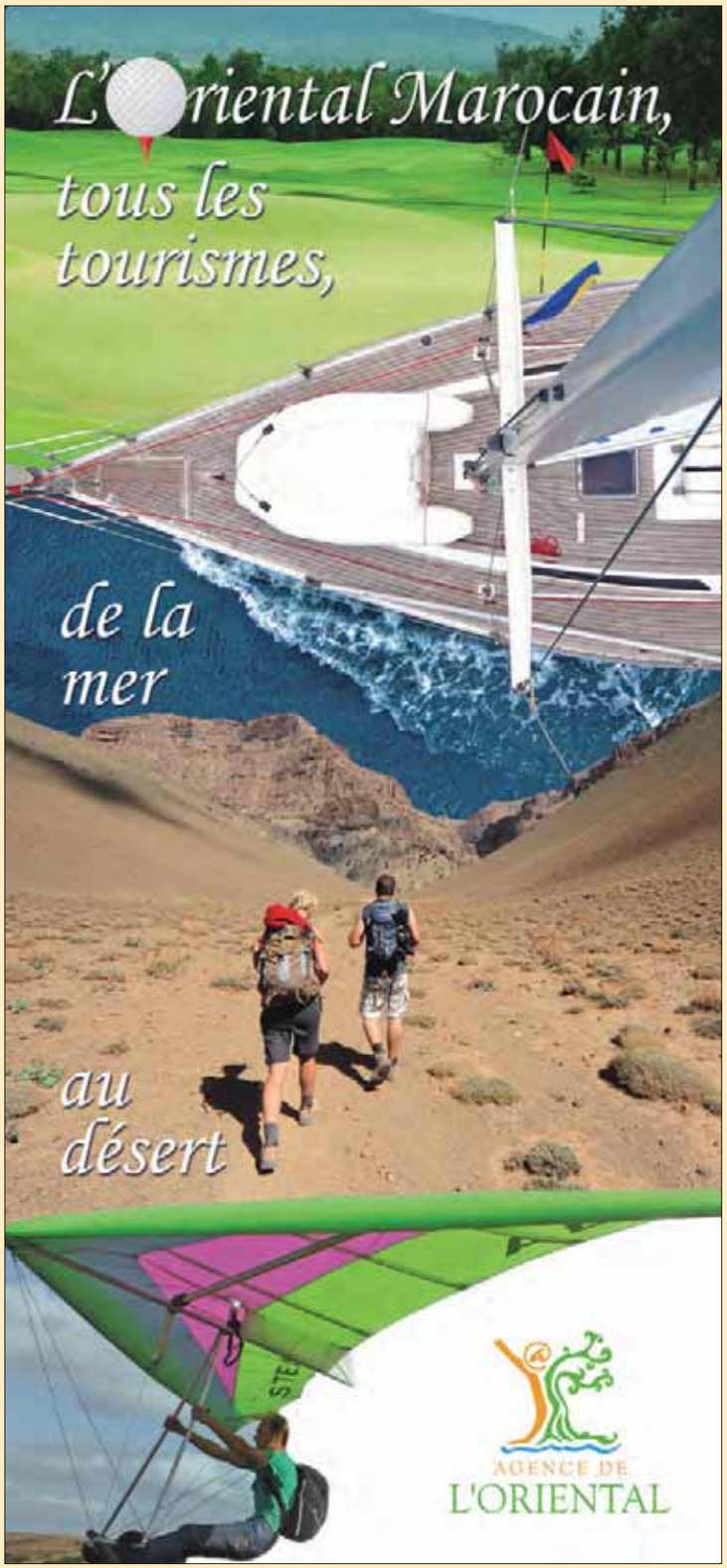
الأول، يؤسس النمو الاقتصادي على مشاريع كبيرة موجهة لتحديث، وإعادة هيكلة وتحويل الاقتصاد الوطني (البنيات الأساسية والاستراتيجيات القطاعية) ؛ والثاني ذو طابع اجتماعي، يتجسد أساسا عبر المبادرة الوطنية للتنمية البشرية، والأوراش الاجتماعية العديدة (الصحة، التربية، الإسكان، الحماية الاجتماعية...) وتنمية القرب.

تنخرط وكالة جهة الشرق تماما في المنطق المهيكل للاقتصاد الوطني بتكييفه مع الاقتصاد الجهوي. وهكذا، فإن الإنعاش الاجتماعي كانت أولوية في برنامج تدخل الوكالة، وخاصة في المناطق المحرومة. وقد تم اعتبار عدد من المحاور ذات أولوية، ومنها تنمية الأنشطة المدرة للدخل، والقروض الصغرى، ودعم الاقتصاد الاجتماعي والتضامني... وقد رافقت الوكالة هذه العمليات بتواصل قرب سعى لكي يكون شموليا وتضامنيا اتجاه مكونات السكان الأكثر هشاشة.
وقد تم القيام بمبادرات مبتكرة مثل «قافلة القرب والحوار». لتعزيز تشاورها مع السكان، أحدثت الوكالة هذه القافلة المنظمة سنتي 2009 و2010 عبر بلدات حضرية وقروية. وقد قدمت للساكنة، وخاصة منها البعيدة، عروض المرافق العمومية المكرسة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية. وقد كانت أيضا فرصة بالنسبة للمغاربة المقيمين بالخارج المنحدرين من جهة الشرق - نظمت القافلة خلال فصل الصيف – للتعرف على العديد من الإنجازات منذ المبادرة الملكية، وخاصة المشاريع الكبرى المهيكلة التي حسنت التنافسية والجاذبية الجهوية.
كما قدمت القافلة الفرص المتعددة للاستثمار في قطاعات مختلفة، وغالبا جديدة، بجهة الشرق، والتي تتوفر لها ظروف جيدة.

هذه بعض الأمثلة للحوامل البصرية المستعملة
بواسطة لافتات (كاكيمونو) أثناء القوافل الأولى
(وحتى تظاهرات أخرى عمومية) من أجل
التعريف بالجهة والترويج لميزاتها ومؤهلاتها






L'Oriental Marocain,
tous les
tourismes,
de la
mer
au
désert
AGENCE DE
L'ORIENTAL

L'Oriental Marocain,
Région 2.0
Technopole
à Oujda
Offshoring
TIC
cloud
R&D
Enseignement
universitaire
spécialisé
AGENCE DE
L'ORIENTAL

وقد تواصلت القوافل إذا مع أهداف أساسية للتسويق الترابي الذي تقوده الوكالة، مذكرة إياها بأن التنمية هي قضية الجميع وينبغي أن توحد جهود كل الأطراف المعنية، بما فيها أفراد الجالية الذين يعتبرون فاعلين متميزين.

وتضم القافلة استقبالا، وتنشيطا، وشبابيك وعرض (كان يشمل المواد البصرية جنبه أو تلك التي توجد في الصفحات الموالية)، على مساحة إجمالية تبلغ 100 متر^2 مغطاة.

وتستقبل الشبابيك المكرسة هيئات ومؤسسات شريكة للوكالة، وتوفر استقبالا مشخصنا ومقابلة مباشرة مع مسؤول مكلف بالتوجيه، والنصح وتقديم الوثائق الضرورية.

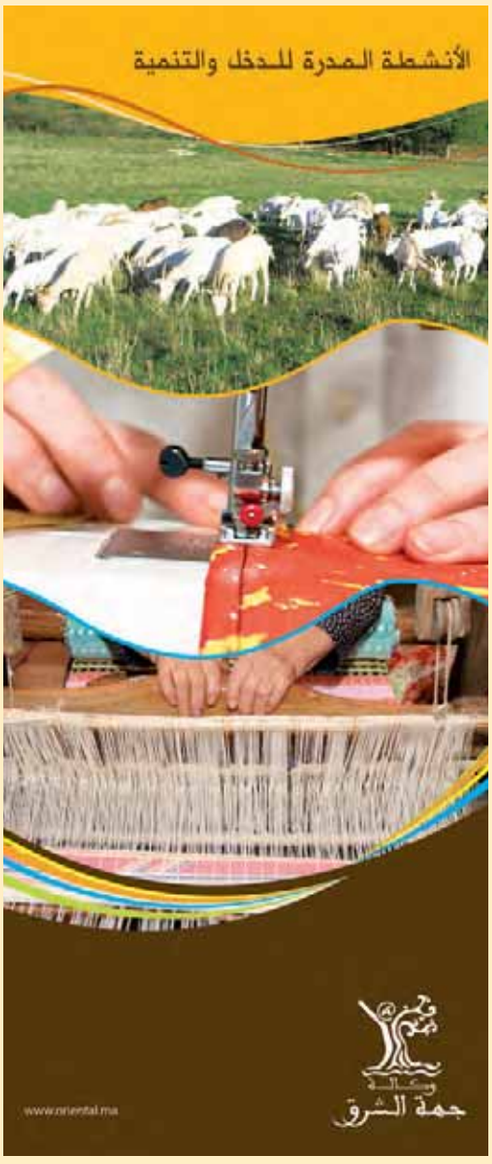
والشركاء المساهمون في هذه التظاهرة هم : مؤسسة البنك الشعبي، بالنسبة للقروض الصغرى، والصندوق الوطني للضمان الاجتماعي، والوكالة الوطنية لإنعاش التشغيل والكفاءات، ومكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل ومنظمات غير حكومية ذات الصبغة الجهوية و/أو المحلية.

وقد مكنت هذه القافلة السكان من التعرف على الوكالة وأنشطتها، ولكن أيضا الاقتراب من الوسائل والموارد المتوفرة، وخاصة الدعم المالي.

وقد نشطت هذه القوافل المجالات الترابية، ووحدت الطاقات وأوصلت المعلومات إلى الساكنة. وقد تم استقبال أزيد من 20.000 شخص خلال سنة 2009، وقرابة 30.000 سنة 2010، وتم وضع العديد من ملفات خلق مقاولات صغيرة جدا.

18-2 التواصل عبر الشراكات والتشبيكات الوطنية والدولية

من أجل إعطاء أفضل مردود لعملها الترويجي على الأصعدة الاقتصادية، والاجتماعية والثقافية ومضاعفتها، عقدت الوكالة عدة شراكات ذات الفائدة الوطنية والحجم الدولي. وقد مكنت هذه الشراكات من تظافر الجهود التي تسمح بتواجد جهة الشرق في العديد من الشبكات على الصعيد الوطني والدولي. وقد مكنت الشراكات المحدثة، عبر مشاريع متقاسمة للتنمية، من تشكيل أبدال تواصلية، وإخبارية وللترويج عبر الشبكات المعبأة لذلك.



حل جيل جديد من الحوامل البصرية محل الحوامل المستعملة خلال الأحداث

ومن بين الشركاء الفعليين :

اليونسكو، ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، واليونسيف، على مستوى الأمم المتحدة ؛
الاتحاد الأوروبي (في إطار التوأمة المؤسساتية مع الوكالة الأندلسية للتعاون الدولي وعبر شبكة أنيما، التي تغطي أوروبا، والشرق الأوسط وإفريقيا) ؛
الاتحاد الإفريقي (مدن وحكومات محلية متحدة لإفريقيا) ؛
التعاون الألماني، بتعاون ثنائي مع جمهورية ألمانيا الفيدرالية (مشروع هجرة وتنمية لجهة الشرق).

ويلخص المرفق 10 لهذا الكتاب أهم العمليات التي أنجزت في إطار الشراكات والتشبيكات على المستوى الدولي.

التواصل البصري والسمعي البصري

يعتبر التواصل البصري والسمعي البصري شكلين من بين الأشكال الأساسية المحددة من طرف خبراء القطاع[15].
يعبأ التواصل البصري عناصر مرئية لنقل خطاب كامل أو جزء منه، وإلهام تغيير أو يثير شعور ا أو انفعالا. والتواصل البصري الناجع يكون في نفس الوقت جذابا وإخباريا.

[15] وفق المقاربات الأكاديمية، فإن أشكال التواصل الأربعة هي ذات طبيعة بصرية، ومكتوبة، وشفهية ولا شفهية

وبشكل ملموس، فإن الأمر يتعلق بـ :

> تصميم خطاب يُربي ويعلم، ويُحفز ويُلزم ؛ التصميم التخطيطي، وبالتالي استعمال مبادئ ومفاهيم بصرية لإيصال خطاب بطريقة واضحة ومغرية[16].

بإضافة الصوت وخلفية صوتية، فإن التواصل البصري يصبح تواصلا سمعيا بصريا. والتواصل البصري والتواصل السمعي بصري لهما قواعدهما، ورموزها ومقاييسها.
وقد أدرجت استراتيجية تواصل الوكالة هذه الموارد كعناصر هامة للتواصل الترابي، وخاصة في اتجاه بعض الأصناف المستهدفة.

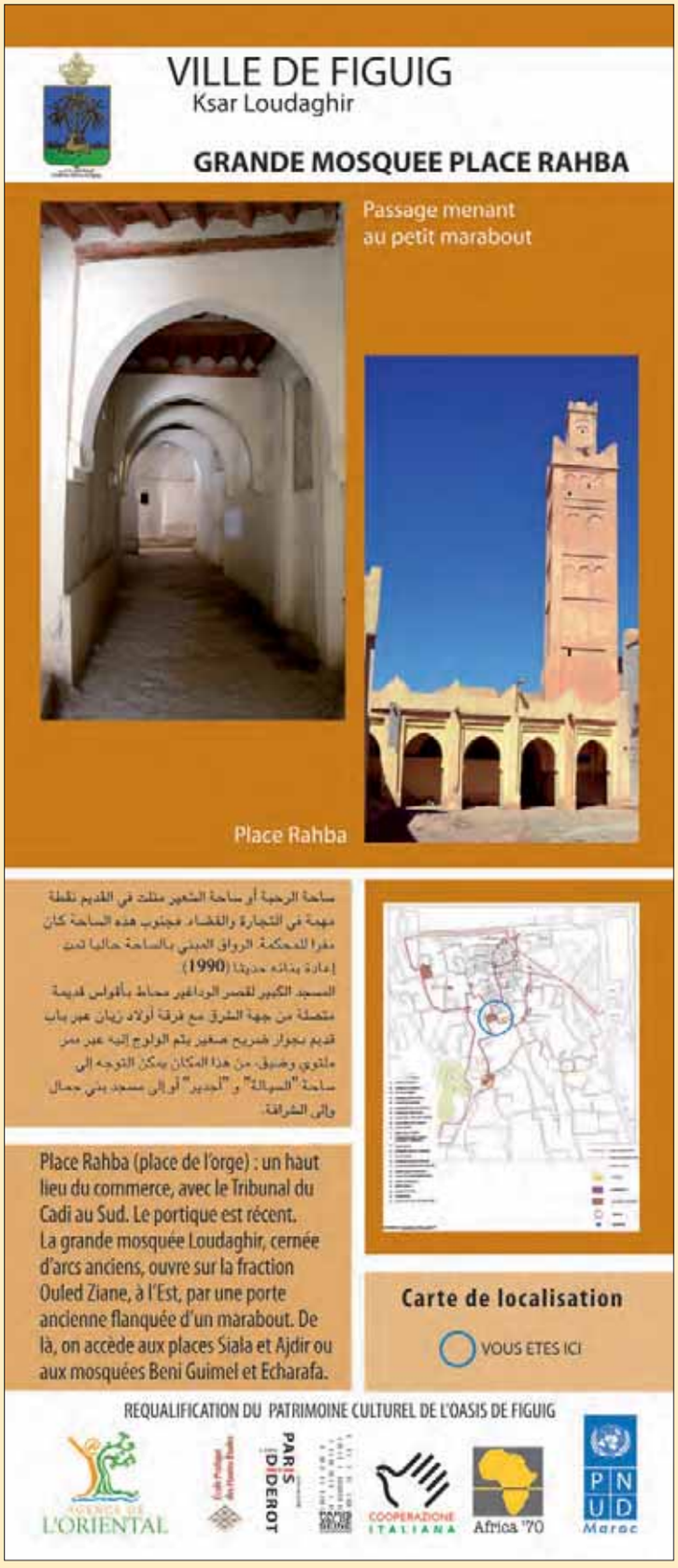
والهدف الأساسي المخصص لهذه الأنساق التواصلية كان هو إخبار الجماهير المستهدفة و/أو والاقناع بالصورة، والصوت، وحتى بالانفعالات، بالتغيرات الحاصلة أو المبرمجة بالجهة. وقد مثل التواصل البصري والتواصل السمعي البصري مكونا مهما في استراتيجية التواصل الترابي، خاصة أثناء فترة الانطلاقة التي تشمل الترويج للمبادرة الملكية. وقد شكلت رافعة للتواصل الفعال للوصول إلى جمهور وطني وعالمي قبل أن يظهر أنترنيت ويحتل المكان بعد ذلك.
وإضافة إلى الادراجات داخل الصحافة، أثناء انطلاق ترويج المبادرة الملكية، فإن التواصل تم بالعمل على تنويع الحوامل المستعملة :

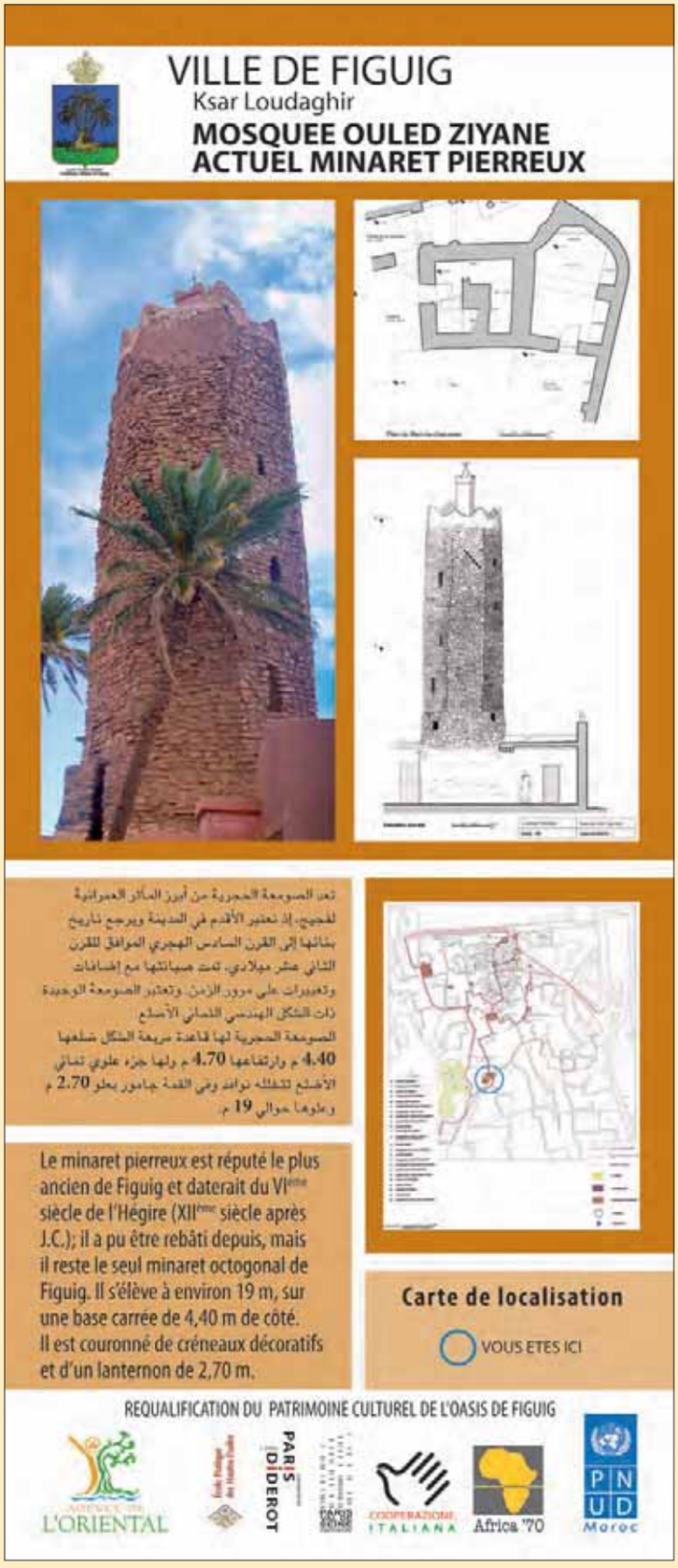
---

[16] المصدر : https://fr.venngage.com/blog/communication-visuelle/

إعلانات إذاعية، تقارير إعلانية ؛
مختلف أشكال الملصقات واللافتات ؛
أفلام وأشرطة إعلانية قصيرة مؤسساتية...

وتلخص أهم عمليات التواصل البصري والسمعي بصري في المرفق 11 لهذا المؤلف.





إثنان من بين 12 لوحة إرشادية التي تسمى «ثرثارة» والتي تضم عناصر بصرية وفقرات تحريرية للإخبار السياحي

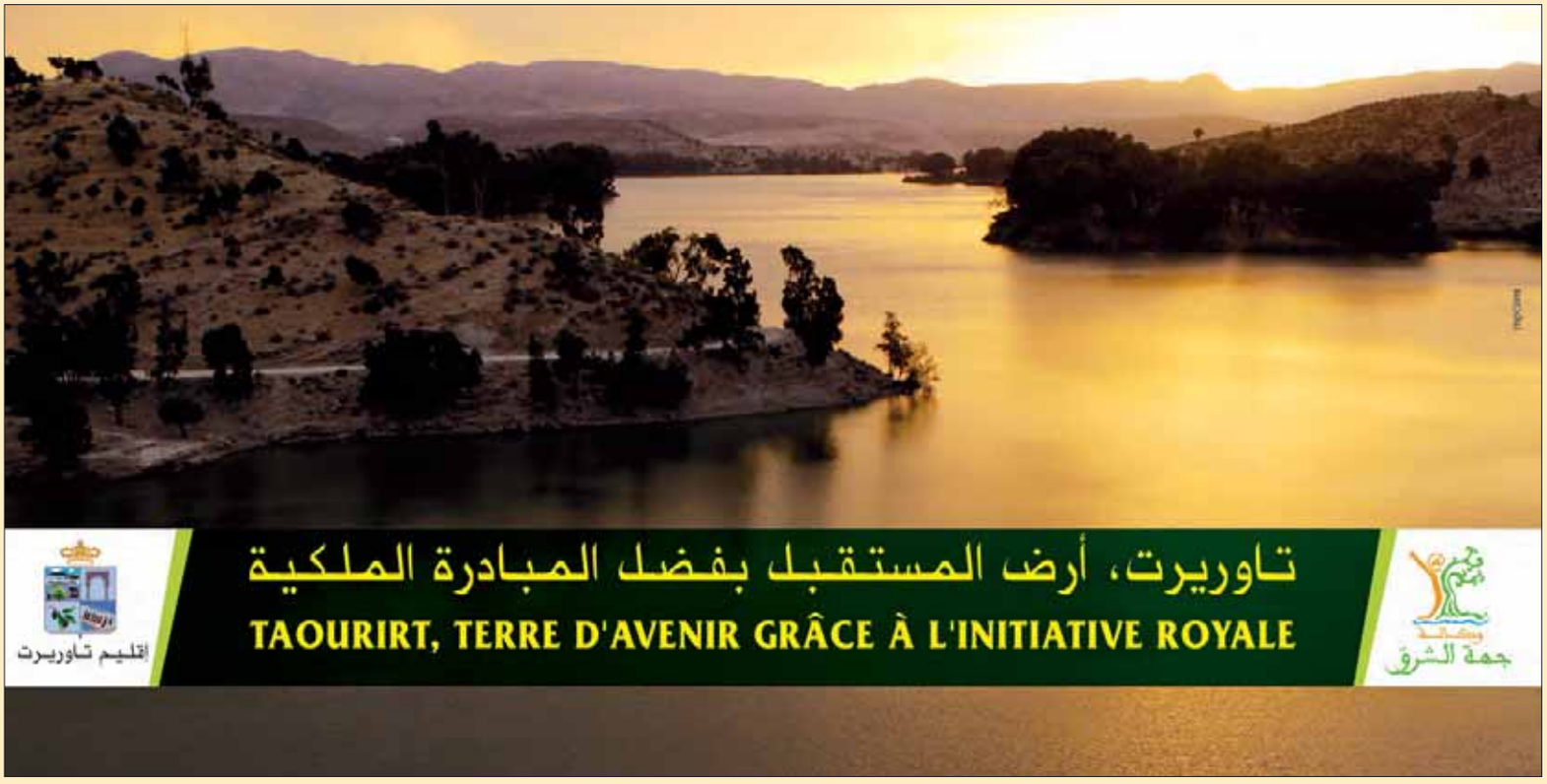
فـي التنافـس بيـن المجـالات الترابيـة، تعتبـر الصورة الإيجابية رافعة قوية للعمل من أجل إنجـاح السياسـات الترابيـة.

19-2 التواصل البصري

خاصيات صورة كل تراب هي :

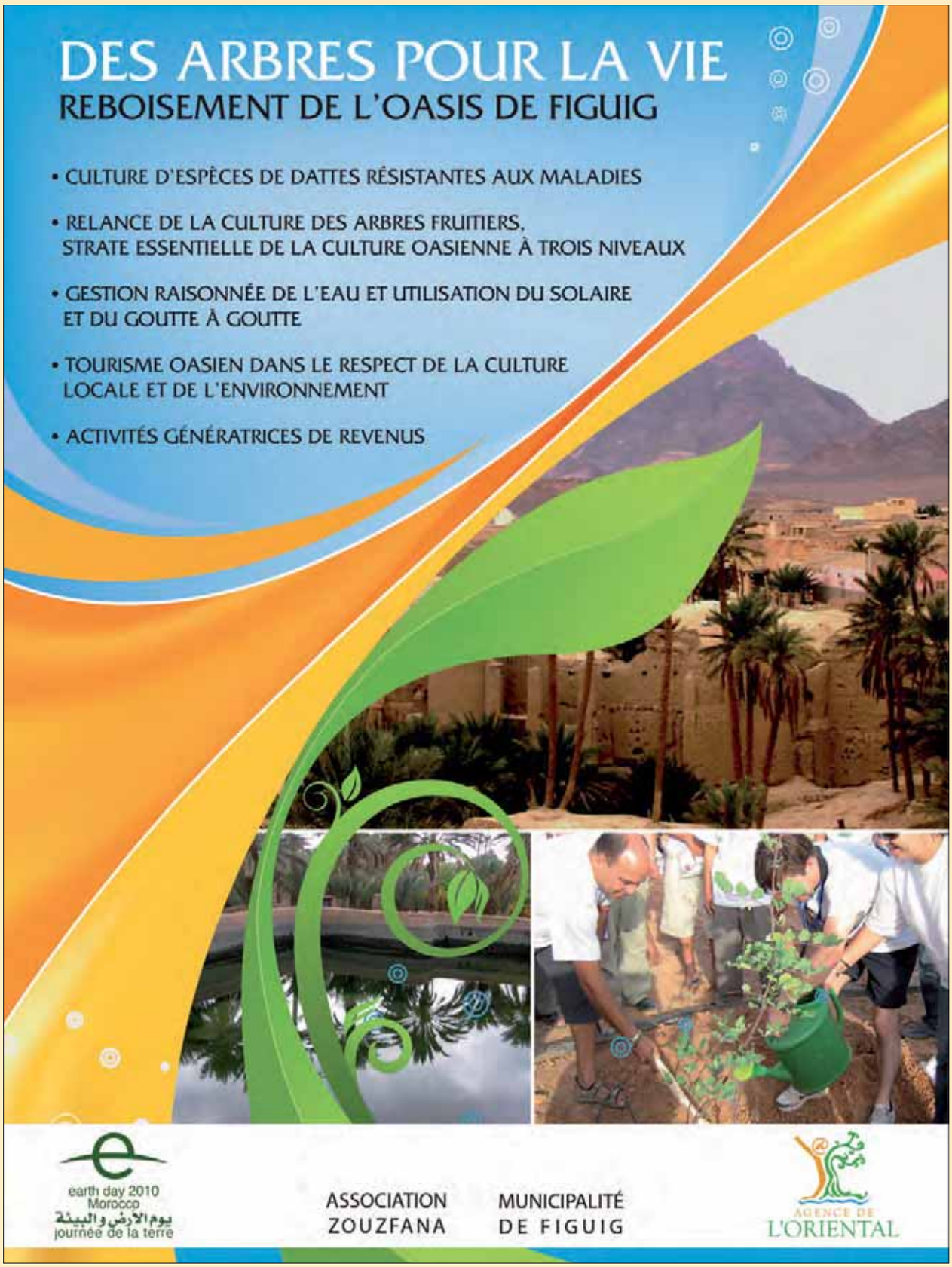
لوحات بعرض 8 أمتار وعلو 4 أمتار تشير لمداخل كل جهة في أهم المحاور الطرقية

عاطفية (ما يشعر به شخص اتجاه تراب ما) ؛
معرفية (ما يعرفه شخص عن تراب ما) ؛
تقديرية (تقدير المقيمين بشكل خاص) ؛
سلوكية (الاستعمال : عمل، زيارة، إقامة، استثمار...) [17].



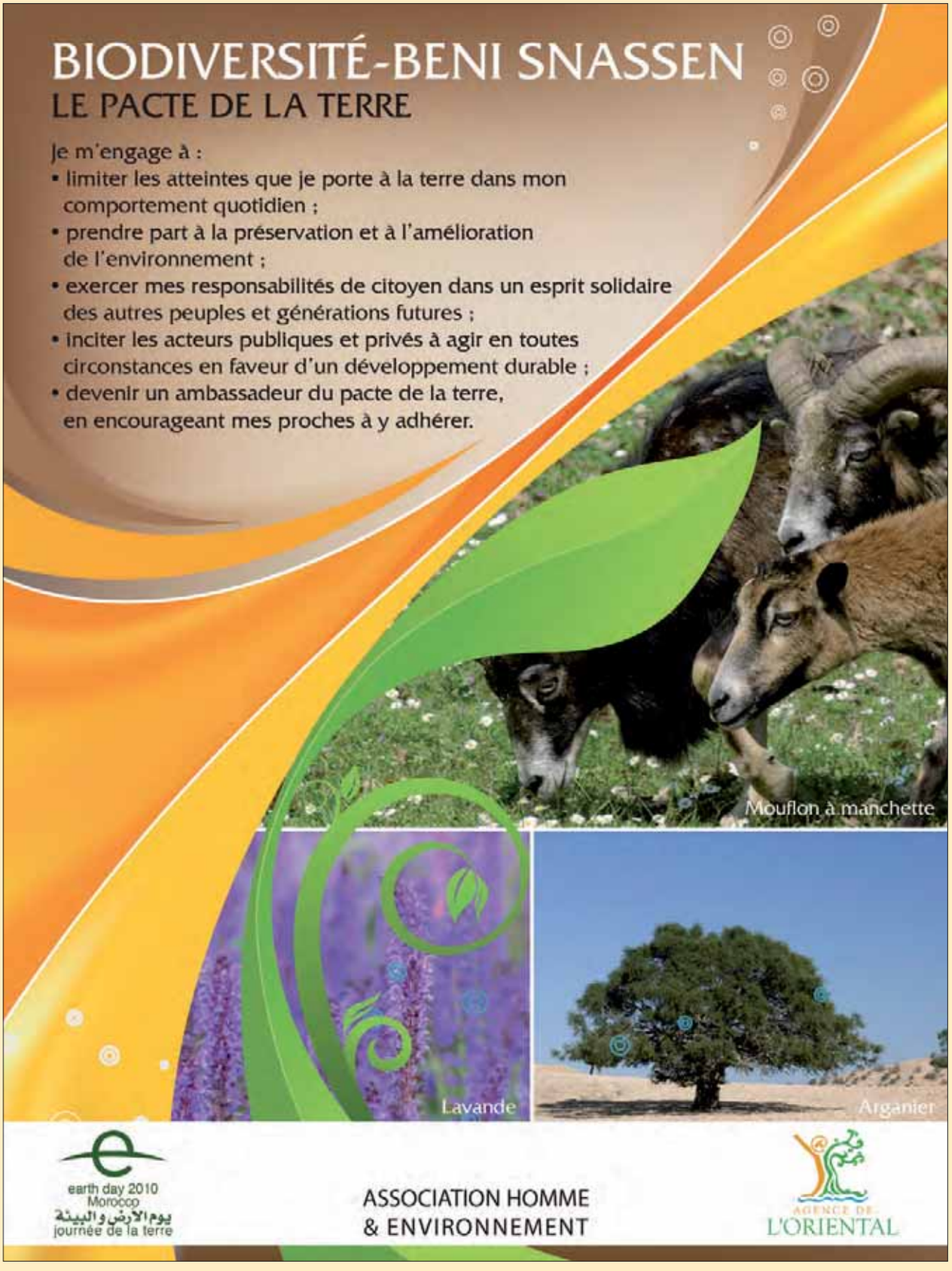
لوحات بعرض 8 أمتار وعلو 4 أمتار تشير لمداخل كل جهة في أهم المحاور الطرقية

تبـرز الصـورة عبـر السياسـات المحليـة والحكوميـة، وعمليـات الفاعليـن الخـواص والعموميين (ومنها استثمار أحداث على غرار يـوم الأرض، بـأدوات بصريـة تقـدم فيمـا يلـي). لكـن الصـورة، هـي أيضـا المـوروث الثقافـي، والتاريـخ، والمؤهـلات الجغرافيـة والطبيعيـة...



إحدى المواد البصرية المعدة بمناسبة يوم الأرض

صورة التراب هي بناء يقام على مراحل. ومن هنا تظهر الأهمية الممنوحة من لدن الوكالة لتشكيل صورة جديدة للجهة كانت فيها الحوامل البصرية أساسية. وتلخص أهم عمليات التواصل البصري في الجدول الموالي.



إحدى المواد البصرية المعدة بمناسبة يوم الأرض

توجد العمليات التي أنجزتها الوكالة أو بدعمها في مجالات التواصل البصري الجهوي في المرفق 11 من هذا المؤلف.

2-20 التواصل السمعي البصري

يتم انجاز التواصل السمعي البصري باستهداف الجمهور الوطني والعالمي. وقد تم توقيع اتفاقية مع قناة كنال بلوس التلفزيونية ومكن من بث وثائقيات حول جهة الشرق بانتظام عبر مختلف القنوات الوطنية والعالمية للإذاعة والتلفزة المغربية. كما كان هناك إنجاز إعلانات تلفزيونية قصيرة بثت في مناسبات ملائمة. وانطلاقا من لقطات بمناسبة تصوير شريط وثائقي حول الجهة يركز على الفوائد المنتظرة من المبادرة الملكية، يتم إنجاز مونتاجات نوعية لتكوين أشرطة قصيرة من 35 ثانية. وقد تم بث هذه الأشرطة بشكل واسع في القنوات التلفزيونية الوطنية وفق مخطط مبرمج من أجل بلوغ أكبر عدد من المستهدفين.

سيناريو الشريط المؤسساتي

يجسد مسافر مسار اكتشاف الجهة ويستبق إنشاء البنيات التحتية المتجددة. وهو يقطع مسارا عبر مدن صغيرة ومتوسطة تظهر الصورة مؤهلاتها التنموية. وفي كل مكان، يتمكن من الاندماج في الأنشطة الاقتصادية المنشأة حديثا. وتظهر الجهة عبر كل التحولات التي تستقبلها، والتي تبرز تنميتها الاقتصادية والاجتماعية المستدامة. وهكذا يبدو مبررا التوقيع الذي كانت تروجه الوكالة آنذاك : «المستقبل، هو جهة الشرق».

وفضلا عن الشريط المؤسساتي والتركيبات التي نتجت عنه، لاسيما على شكل أشرطة قصيرة جدا (spot)، فقد أغنت الوكالة تواجدها السمعي البصري باتفاق متعدد السنوات مع قناة كنال بلوس من أجل التواصل مباشرة وبواسطة هذه القناة مع المغاربة المقيمين بالخارج.

يبدأ المسافر مساره بجهة الشرق في حافلة

ينصت المسافر لقدوم القطار على السكة الحديدية التي تقام بين تاوريرت والناظور

يصل المسافر إلى القطب الفلاحي لمداغ/ بركان ويجد بها عملا

[17] حسب كوتلر ومساعديه (1993)، صورة التراب توحد المعتقدات، والأفكار والتصورات المتعلقة به (مرجع أشارت إليه سناء موساليم في «التسويق الترابي في خدمة الجاذبية الاقتصادية» ماجستير، المعهد العالي للتجارة وإدارة المقاولات).

3

التواصل الرقمي : رافعة من أجل تطوير الأداء

اقتناعا منها بأهمية تواصل ناجع بواسطة شبكة الانترنيت، انخرطت الوكالة بعد وقت قصير من إنشائها في مسار التسويق الترابي والتواصل عبر الانترنيت بواسطة موقع مبتكر : www.oriental.ma. وقد اعتمدت منذ 2008 على وكالة متخصصة شريكة لإعداد وتطوير استراتيجية رقمية حقيقية ووضع آلية على الشبكة العنكبوتية للجهة، يرمز إليهما بواسطة الرسم الموالي.

3-1 انطلاق موقع Oriental.ma على الشبكة

لقد استقطب انطلاق موقع الكتروني من طرف الوكالة عددا من أهداف التواصل. وقد تم أولا، ومنذ البداية، اختيار عنوان للتواصل الذي ينبغي أن توصله الوكالة لفائدة الجهة، وهو نفس الاسم الذي تحمله المجموعات التحريرية، وخاصة مجلة : Oriental.ma. وقد اتضح بأن هذا القرار الاستباقي اختيار استراتيجي حاسم ذو وقع كبير وفعالية ممتازة، حيث أمكن بفضله بلوغ العديد من الأهداف، كـ :

إضفاء وحدة وتكامل بين حوامل التواصل المادية والافتراضية التي أحدثتها الوكالة ؛
خلق إلتقائية دائمة للمعارف ؛
جعل الشبكة الالكترونية حاملا لتواصل القرب، فضلا عن استهداف جمهور واسع سواء بالمغرب أو بالخارج ؛
جعل التواصل الرقمي عاملا لفك العزلة عن التراب.

لقد حرصت الوكالة على أن تجعل من موقعها الالكتروني أداة عمل وإخبار سواء ذات طابع مؤسساتي (الأنشطة الملكية، مهام وأعمال الوكالة، مشاريع كبيرة بالجهة، الخ.)، أو عملي (أجندا الأحداث، مكتبة فيديو، والولوج مواقع مكرسة، الخ.).
ويشمل الموقع البوابة Oriental.ma اليوم حجما ضخما ولا مثيل له من المعلومات عن الجهة، والتي تغذي عمل الباحثين، والخبراء، والموظفين، بتوفير معطيات محينة لها علاقة بالتنمية الجهوية. وينسج الموقع أيضا رابطا قويا مع الجالية بالخارج، التي تزوره بانتظام للتعرف على آخر مستجدات التقدم الحاصل والمشاريع الجارية بالجهة.

3-2 من الموقع الفريد إلى المحور الرقمي

من 2010 إلى 2011 بالخصوص، طبعت تطورات هامة التواصل الرقمي التي قامت به الوكالة. وهي تهم في آن واحد عرض خدمات جديدة انطلاقا من موقع Oriental.ma وإنشاء باقة من المواقع، كل واحد منها مكرس لجانب نوعي. ومن أجل توسيع عرضها الرقمي، تبنت الوكالة استعمالا تدريجيا لتكنولوجية الويب 2.0 ووضعت تطبيقات مبتكرة :

خلق مواقع إلكترونية (مواقع صغيرة سياحية لكل إقليم، موقع الجهة، مواقع موضوعاتية قطاعية) ؛
خارطة تفاعلية للجهة ؛
فضاء تلفزيون وراديو جهة الشرق ؛
تدوين المدير العام.

في ربيع 2011، أعطت الوكالة الانطلاقة لموقع تلفزة جهة الشرق، وهي بوابة فيديو بمثابة تلفزيون تجمع كل الفيديوهات والبودكاستات التي لها علاقة عن قريب أو بعيد بالجهة، وتنميتها واقتصادها

3-3 التواصل والتفاعل بفضل تكنولوجيات الاعلام والتواصل

بعد وضع النسخة الأولى من موقعها على الشبكة، وضعت الوكالة على الويب استعمالات جديدة، ومنها :

جدول أعمال تفاعلي ؛

في أكتوبر 2011، وضعت الوكالة «أجندا تفاعلية»، وهي أداة مرحة تمكن من الاطلاع بطريقة مميزة على مستجدات الجهة

خارطة تفاعلية ؛
صفحات موضوعاتية مختلفة، مع شبكة أسئلة لكل موضوع ...

وقد تم تحيين هذه الاستعمالات الثلاثة وإغنائها باستمرار.
وفي إطار نفس استراتيجية التواصل عبر الشبكة، وضعت الوكالة على الشبكة أول «مولد مواقع» بالمغرب، وهو عمل غير مسبوق في مشهد الويب المغربي.
والغاية من هذا الأداة هي تشجيع الهياكل الصغيرة على التطور ضمن الشبكة، وخاصة بعض الفاعلين كالمقاولات الصغيرة جدا.
كما أن هناك عناصر أخرى تكمل الاستراتيجية: خارطة تفاعلية تمكن بنقرة واحدة من اكتشاف كل أحداث الجهة التي انتقتها الوكالة.
وبالتالي، يعتبر موقع جهة الشرق كـ «محور رقمي حقيقي» وهو نقطة الولوج والتوجيه نحو شبكة من المحتويات على الانترنيت، منظمة، ومقنعة وغير متكررة.
وهذه الآلية الرقمية تستجيب للمتطلبات الأكثر حداثة في مجال التواصل والتفاعل مع المستعملين، وخاصة عبر إحداث مواقع تفاعلية، بحَثِ فاعلين آخرين أن يدخلوا في هذا المسار واقتراح معلومات موضوعاتية حول الجهة أو خدمات على الشبكة من أجل تعزيز التواجد وجودة المعلومة الجهوية على الشبكة.
وقد كان طموح الوكالة إطلاق دينامية استعمال تكنولوجيات الإعلام والتواصل على الصعيد الجهوي بالموازاة مع بروز مشاريع بنيوية نابعة من المبادرة الملكية.

3-4 المحور الرقمي والمواقع الموضوعاتية

رغم كون موقع الوكالة غني ومحين بشكل منتظم، فإن الارتباط الرئيسي للاستراتيجية يتمثل في اقتراح عدد كبير من المواقع المكرسة لموضوع أو تيمة، مواقع تكون، بالخصوص، مستقلة من حيث التسيير التحريري.
ومن بين المواقع الأولى التي وضعت على الشبكة في إطار هذه الآلية الموقع المكرس للسياحة : موقع بوابة سياحي، من أجل اكتشاف مفاتن أقاليم جهة الشرق Orientaltourisme.com. وفي أقل من سنتين، أعطت الوكالة الانطلاقة وأنجزت زهاء 15 موقعا للأنترنيت تمنح صورة مفصلة وكاملة لكل ما تقترحه الجهة كمحفزات للاستثمارات، والتنمية، والجاذبية، الخ.
ومن بين المواقع العديدة المحدثة هناك موقع Orientalmarocain.com، المكرس للجمهور العريض، والذي تترابط حوله محاور عملية واخبارية هدفها الترويج للجهة.
كما أن هناك مواقع أخرى سميت «مواقع سياحية صغيرة»، تعرض على شكل كتيبات رقمية ملخصة، تتضمن مجموعات من الصور الفتوغرافية، من أجل الترويج السياحي للأقاليم المختلفة لجهة الشرق، في إطار نفس الآلية.

3-5 التواصل الرقمي في مزيج الحوامل التواصلية

عهدت للتواصل الرقمي مهمة إيصال نظرة شاملة عن التواصل الذي تنتجه الوكالة.
وقد كان الخيار الاستراتيجي يتمثل في استكمال مزيج الحوامل التواصلية التي اعتمدتها الوكالة.
وهكذا، وفي حين أن مجلة Oriental.ma تستهدف جماهير متعلمة ومثقفة، فإن موقع الويب للوكالة، كما باقي المواقع المتفرعة عنه، معد لتقديم خطابات وبيانات في نفس الوقت لهذه الفئة المذكورة (خبراء، جامعيين، باحثين، صحفيين، مستثمرين...)، وكذا معلومات عملية حول الجهة، تهم هذه المرة الحياة اليومية لكل سكان الجهة (الإجراءات الإدارية، التربية، التشغيل، فرص الاستثمار، أجندات ومستجدات...)، وتوضع رهن إشارة الجميع.
وبتطبيق استراتيجيتها الرقمية، اقتربت الوكالة من هدف تواصل ترابي شامل، وموحد ومبتكر يجعل من المبادرة الملكية محركا قويا للتعبئة الجماعية.

« لقد عهدت للتواصل الرقمي مهمة إيصال رؤية شاملة للتواصل الذي تنتجه الوكالة »

قد أصبحت منطقة تأثير جهة الشرق معولمة، وخاصة بالنسبة للسياحة والاستثمار. وبعد موقع عام حول الجهة (www.orientalmarocain.com)، أعطت الوكالة الانطلاقة لموقع مكرس للمستثمرين (www.oriental-developpement.com) ومن أجل الترويج للمؤهلات السياحية القوية، فإن الموقع العام (www.oriental-tourisme.com) تحول تدريجيا إلى بوابة سياحية جهوية حقيقية، تضم مواقع «واجهة» للأقاليم السبعة : DiscoveringOujda.com, DiscoveringNador.com, DiscoveringBerkane.com, DiscoveringFiguig.com, DiscoveringTaourirt.com, DiscoveringJerada.com, DiscoveringDriouch.com ويوجد محرك آخر للتنمية، ويتمثل في استقطاب الكفاءات من أجل منح حيوية للمخزون التشغيلي، والتي تقترح الوكالة بخصوصهم موقعين : أحدهما عملي، يروج لفرص بناء مسار مهني بالجهة (Oriental-carrières.com)، والثاني، ذو طابع تسويقي، يطمح في خلق الرغبة على الاستقرار بالجهة (GenerationOriental.com).

هذه الصورة هي نسخة من الصفحة 62 من مجلة Oriental.ma/ عدد 12 الصادرة في يوليوز 2013

الجهة الشرقية، عصرية بطبعها
www.oriental.ma

إحداث مجمع رقمي
في خدمة التنمية الجهوية

للجميع ولتقليص الهوة الرقمية
للانفتاح على العالم وفك العزلة

الجهة الشرقية تضع الشبكة الإلكترونية في خدمة التنمية الجهوية، وفي متناول الجميع (بفضل مولد المواقع)، لفائدة مقاربة العالم والمقاولات الصغرى والمتوسطة وحتى المقاولات الصغيرة جدا وللجمعيات والتعاونيات والمستثمرين بكافة أنحاء العالم.
وكالة الجهة الشرقية تطبق توجهات المبادرة الملكية لتنمية الجهة الشرقية على الشبكة الإلكترونية.

إعطاء الانطلاقة للمواقع التالية :
النسخة الثانية لموقع oriental ma مع "مولد المواقع" • البوابة الجهوية orientalmarocain com
التلفزة على الشبكة الإلكترونية orientalmarocain tv • موقع سياحي لكل إقليم orientaltourisme com

إعطاء الإنطلاقة في المستقبل القريب للمواقع التالية :
orientaldeveloppement.com • orientalcarrieres.com • orientalcultures.com
orientaltechnologies.com • 2millionsdorientaux.com • generationoriental.com

الجهة الشرقية • المملكة المغربية

وكالة
جهة الشرق

هذا الادراج الصحفي ظهر في أواسط 2011 ويعرف بإنشاء المحور الرقمي

بعد انطلاق باقة المواقع، تعطي الوكالة الانطلاقة لحملة تعبوية لإخبار المبحرين وتعبئة الجمهور المستهدف

4

16 سنة من التواصل خدمة للتنمية

تبدو جهة الشرق كموضوع رهانات مرتبطة بتاريخ وجغرافية متميزين، أولا بسبب حدود طويلة مشتركة مع الجزائر التي تقاسمت معها جهة الشرق المصير إلى غاية الأيام الأولى للإستقلالات. وهذا المصير المغاربي المضطرب ناتج مباشرة عن جوار سبَّب عدم الاستقرار المزمن فيه تأثيرا سلبيا على التنمية الجهوية. وترتبط الجهة أيضا بأوروبا بحدود مشتركة مع إسبانيا بالريف الشرقي، في مليلية، وهي ثغرة محتلة. والوزن الرمزي على الجهة لهذه «المدينة الحدودية» المرتبطة بأوروبا بحكم عوادي التاريخ، ليس هامشيا. وبالتالي فإن جهة الشرق تبرز كـ «أرض التقاء»، التي يفرض جوارها رهانات سياسية، ودبلوماسية، واقتصادية، وبشرية وثقافية مع الفضاء المغاربي كما مع أوروبا.

وتتشابك الرهانات فوق الوطنية إذا مع الرهانات المحلية في الحياة اليومية للتراب، واقتصاده وسكانه، الذين كان عليهم أن يتأقلموا، على حسابهم، على إشكاليات لا يتحكمون في مداخلها ولا في مخارجها. فخلال الحقب التاريخية، توالت فترات القلاقل التي تجاوزت فترات الهدوء، والتي طبعت ببصمتها التاريخ الطويل لجهة الشرق المغربية. وهكذا، فإن فترة «النهضة» التي بدأت مع المبادرة الملكية لـ 18 مارس 2003، تظهر كمرحلة تاريخية سعيدة ترسي رؤية أخرى للتنمية الجهوية. وقد حثت هذه المبادرة على تجاوز الاكراهات الحدودية وجعلها ميزات للتموقع في إطار العولمة الاقتصادية وانفتاح الاقتصاد المغربي على العالم. والرهان لم يعد يتمثل في تدبير المآزق و/أو العراقيل الحدودية، ولكن في العمل على جعل هذا التراب «محورا جهويا» جذابا في اتجاه الفضاء المغاربي، وأوروبا وآسيا...

لقد حركت المبادة الملكية خارطة طريق وبرنامج تنمية ملموسة ترسم مصيرا جديدا لجهة الشرق. وفي إطار هذا السياق الجديد لجهة الشرق، فقد كان التحدي في مجال التسويق والتواصل، أيضا، السهر على قلب الصورة الاقتصادية للجهة، التي كانت تشكو قبيل المبادرة الملكية من تصور مضطرب يرتبط بصور سلبية («المغرب غير النافع»، «جهة معزولة»، «المغرب المعطل»، الخ.). فمحاربة هذه الاحكام المسبقة كانت أولى المهام التي أخذتها على عاتقها وكالة جهة الشرق[18] في مجال التواصل الترابي.

[18] لقد كانت وكالة جهة الشرق رائدة في مجال التواصل الترابي، حيث أن الهياكل الأخرى لم تكن تتوفر على الموارد البشرية والمالية الكافية في هذا المجال. وقد كان التواصل يدرك أحيانا كعنصر ثانوي

منتوج لإظهار بعض أدوات التواصل أحدثت من طرف وكالة جهة الشرق، وهذه الصورة التخطيطية تظهر التموقع الجيوستراتيجي الذي على الجهة أن تضطلع به وترجمه كمؤهل لتنميتها

1-4 الحملات التواصلية الهادفة

كما تم وصف ذلك في الفصول السابقة، فقد فعَّلت الوكالة استراتيجية للتواصل مبنية على مقاربة شاملة، ومبتكرة، ومندمجة وتدريجية. وقد مزجت هذه الاستراتيجية العديد من أشكال التواصل الملائمة والموجهة وفق الأهداف، والمستوى الترابي، ونوعية الساكنة المستهدفة، ونوع المشروع، الخ.

وتعتبر المفاهيم الشاملة قوية بما فيه الكفاية ليتم استثمارها من طرف كل الحملات مهما كان الموضوع والاستهداف، ابتداء من المداومة التخطيطية، أو التوقيعات أو الإحالة إلى المبادرة الملكية وبعض الثوابت التحريرية.

وعموما، وخاصة في مرحلة التأسيس أو الإنشاء، فإن الوكالة حرصت أيضا على نسج حملاتها الهادفة بواسطة أشكالها التواصلية الأخرى، بحيث تأمن نوعا من كثافة التواجد، حتى لا ينفصم الرابط المحدث أبدا بصفة دائمة وحتى لا يستقر الشعور بأن الوكالة لم تعد تتوجه نحو المواطنين.

وهكذا، فقد أبرزت عمليات التواصل السمات الخاصة لبعض المجالات (أقاليم، جماعات، واحات...) أو لبعض الفئات السكانية، والمجالات الترابية، والمشاريع، والكفاءات، والمعارف والثقافات المحلية...، وكذا بعض المشاريع التي يخول طابعها المهيكِل والاستراتيجي سمة مميزة للجهة. وقد مكن المجموع من تحديد، وتعريف، وتثمين وترويج تنوع وغنى الديناميات التنموية الجارية بالجهة.

1-1-4 التواصلات الترابية حسب الأقاليم والجماعات

يضم تراب الجهة 124 جماعة، منها 28 جماعة محلية، مع عمالة و7 أقاليم. وكل إقليم يمتلك خاصيات اقتصادية، واجتماعية، وثقافية، مكنت المبادرة الملكية من تخصيبها بواسطة تقاطع دقيق وذكي للديناميات القطاعية ومؤهلات التراب المعني. وقد مكنت مثل هذه المقاربة الشاملة والمندمجة للتراب من صياغة مشاريع خصبة للتواصل الترابي.

... تقاطع دقيق وذكي للديناميات القطاعية ومؤهلات التراب...

وقد أبلغت بغنى التراب، وبجاذبيته وتموقعه الجغرافي والاقتصادي الاجتماعي.

4-1-2 تواصل العمل لمواكبة المشاريع البنيوية

تتميز دينامية التنمية التي انطلقت بفضل المبادرة الملكية بانطلاق أوراش وإنجاز مشاريع بنيوية ضخمة[19].
وتعتبر المشاريع البنيوية أساس التحول الاقتصادي والاجتماعي التي تشهده الجهة منذ عقدين. وهي تظهر حجم الاستثمارات التي سخرتها الدولة في إطار المبادرة الملكية وكانت تستحق تواصلا نوعيا ومركزا لتثمين إسهامها لفائدة الجهة.

هذه المشاريع البنيوية كانت محل عمليات تواصلية مكرسة لها

المشاريع البنيوية	المجموع (مليون درهم)
الطريق السيار فاس - وجدة	9 125
خط السكة الحديدية تاوريرت - الناظور	2 244
تثنية طريق وجدة - الناظور	434
الطريق الدائرية المتوسطية	1 400
مطار بوعرفة	150
مطار وجدة - أنجاد	650
إعادة التأهيل الحضري	4 300
المركب السياحي للسعيدية	15 800
المركب السياحي لمارشيكا	11 000
المجموع 1	**45 103**
شرق المتوسط (البرامج الصناعية)	28 700
ميناء الناظور غرب المتوسط	20 000
المجموع	**93 803**

المبادرة الملكية لتنمية الجهة الشرقية : أكثر من 9 مليار أورو من المشاريع، منها 50% من الاستثمارات العمومية

وكالة جهة الشرق

4-1-3 تواصل النتائج

لقد شكل هذا النوع مكونا هاما من تواصل الوكالة. فقد تلت العميات في هذا المجال تواصل التأسيس أو الانشاء واستجابت طوال فترة إنجاز المشاريع، لتطلعات السكان الذين يرغبون في التعرف على النتائج المحصل عليها بعد انطلاق المبادرة الملكية. وقد تم القيام لهذه الغاية بعمليات هادفة ومركزة.

4-1-4 تواصل المشاريع الاستراتيجية

لقد مكن هذا التواصل من توضيح المشاريع كبيرها وصغيرها والتي لا تناقش قيمتها الاستراتيجية بالنسبة للجهة على الأصعدة الاقتصادية، والاجتماعية والثقافية.

4-2 التواصل أصبح مصدراً لخلق القيمة

على الصعيد المؤسساتي، شكل إنشاء وكالة جهة الشرق في سياق المبادرة الملكية، إشارة قوية لرغبة عاهل البلاد في تمكين الجهة من بنية جديدة مكرسة للتنمية الجهوية، ذات الاختصاصات المرنة، والعريضة والمبتكرة. ومن بين هذه الاختصاصات المبتكرة، تم تضمين التسويق الترابي في الظهير المحدث للوكالة. وبالتالي، فقد تم تصميم استراتيجية التواصل لتكون مصدر معنى، ومحتوى وقيمة مضافة بتحريك القيم اللامادية بالخصوص وهي قيم ثمينة في الرصيد الجهوي.
فالنمو الاقتصادي لا ينتج فقط من تعبئة الأصول المادية (الموارد والتجهيزات) بل، وبشكل متزايد، بتعبئة الأصول اللامادية (الرصيد البشري، البحث والتنمية، والمعلومات، والمعارف...)[20].
وتلعب هذه الأصول الأخيرة دورا أساسيا بالإسهام في الابتكار وفي تثمين الأصول المادية. وقد أصبحت الأصول اللامادية تعتبر مصدرا حقيقيا لخلق الثروة والقيمة المضافة وخاصة في سياق تنافسية متزايدة، والمخاطر وعدم اليقين. ويؤكد بروز مجتمع الإعلام، والانترنيت والذكاء الاصطناعي أهمية الأصول اللامادية كمحرك للنمو الاقتصادي على كل الأصعدة. وهكذا، فقد اكتسبت تكنولوجيات الإعلام والتواصل أهمية استراتيجية. ويهدف التسويق إلى اقتراح عرض ترابي على التواصل الترابي أن يثمنه. والرابط هو إذا حميمي بين التسويق والتواصل الترابيين: ويظهر التواصل كقاطرة للعرض الترابي. وهكذا، فإن التواصل الترابي يظهر كأصل لامادي حقيقي، ومصدر لخلق القيمة، بمعنى التعريف الذي يعطيه الاقتصاد.

---

[19] من أجل المزيد من المعلومات، نحيل على موقع المركز الجهوي للاستثمار لجهة الشرق الذي يفصل محتوى المشاريع.
https://orientalinvest.ma/wp-content/uploads/2021/05/Grands-Projets-structurants.pdf
[20] المصدر : تقرير «الأصول اللامادية وخلق القيم»، منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، 2006.
https://www.oecd.org/fr/sti/inno/36701585.pdf

3-4 التواصل في خدمة الديبلوماسية الترابية : رافعة قوية للترافع الدولي

من بين مهام التواصل الترابي المصمم والمفعل من طرف الوكالة، تظهر مهمة التعريف بالدينامية الترابية للجهة على المستوى العالمي. ومن وجهة النظر هذه، كان التواصل الترابي رافعة قوية للحوار والمرافعة أمام الشركاء الدوليين. وتظهر العديد من العمليات التحالف الدقيق بين «تواصل المرافعة» والديبلوماسية، كـ :

إقامة شراكة مع مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية من أجل إنجاز «دليل الاستثمار بجهة الشرق المغربية»، الذي يقدم الشروط اللازمة للاستثمار والمؤهلات القطاعية التي توفرها الجهة ؛
التوأمة المؤسساتية بين الوكالة الأندلسية للتعاون الدولي ووكالة جهة الشرق، التي مولها الإتحاد الأوروبي، والتي مكنت من إدماج جهة الشرق في السياسة الأوروبية للجوار ومن إقامة صلات وثيقة مع منطقة الأندلس (ومنها اتفاقيات عديدة مع مؤسسات جهوية أندلسية وممثلي أوساط الأعمال في إطار إنشاء مركز الموارد والخدمات لجهة الشرق)إضفاء وحدة وتكامل بين حوامل التواصل المادية والافتراضية التي أحدثتها الوكالة ؛
تنظيم طاولة مستديرة للممولين بمقر وزارة الشؤون الخارجية، والتي جمعت ممثلين عن التعاونات الثنائية ومتعددة الأطراف وكذا ممولين آخرين يقيمون بالمغرب (تم إعداد حامل إعلامي حول المشاريع المقبولة لدى التمويل الدولي)
إضفاء وحدة وتكامل بين حوامل التواصل المادية والافتراضية التي أحدثتها الوكالة ؛
التعاون مع الوكالة الألمانية للتعاون الدولي، الممول من طرف الاتحاد الأوروبي، مع برنامج «الهجرة والتنمية الاقتصادية بجهة الشرق» الذي انطلق سنة 2008، والذي روج لدى المغاربة المقيمين بالخارج في ألمانيا، وبلجيكا وفرنسا، طوال ثلاث سنوات، مؤهلات الاستثمار بجهة الشرق، ونظم أحداثا تقاسم فيها الخبراء أبناء الجالية معارفهم مع الفاعلين بالجهة بمختلف القطاعات (الصحة، التربية الوطنية، السياحة، الخ.) إضافة إلى موقع الكتروني غني بالمعلومات، ودليلا عمليا لخلق المقاولة، وبطاقات تتعلق بمحتوى مخطط الأعمال.

4-4 التواصل من أجل التماسك الاجتماعي

يرمي التواصل الترابي إلى :

أهداف معرفية (التعرف والتعريف)
إضفاء وحدة وتكامل بين حوامل التواصل المادية والافتراضية التي أحدثتها الوكالة ؛
أهداف عاطفية أو شعورية (الحث على الانخراط والاقناع)إضفاء وحدة وتكامل بين حوامل التواصل المادية والافتراضية التي أحدثتها الوكالة ؛
أهداف سلوكية (رد الفعل وتغيير المواقف).

ويذكر بعض المحللين الدور الأساسي للتواصل الترابي في تعزيز الرابط الاجتماعي[21].
وقد تم إدراج هذا الهدف في استراتيجية التواصل التي طورتها الوكالة، والتي أخذت بعين الاعتبار، منذ البداية وبنفس القوة، الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي عن الجهة. وهكذا، وبالعمل على إرساء صورة جديدة للجهة وكذا الترويج للجاذبية الجهوية، خلقت الوكالة آليات للتواصل مخصصة للتعريف وخلق انخراط وتأثير على السلوكيات ضمن رؤية مشتركة للتنمية الجهوية. وقد عزز هذا المنهج التماسك الاجتماعي[22] حول «المشروع الترابي الجديد».

> ... الأصول اللامادية تلعب دورا أساسيا

> عزز المنهج التماسك الاجتماعي

---

[21] المصدر : https://www.weka.fr/administration-locale/dossier-pratique/communication-locale-dt47/cerner-les-enjeux-de-la-communication-publique-territoriale :
يهدف التواصل الترابي العمومي تشجيع تبادل وتقاسم معلومات ذات منفعة عامة، وكذا المحافظة على الروابط الاجتماعية في مجال ترابي ما. وترجع مسؤولية هذا التواصل للمجتمع.
[22] المصدر : (https://fr.wikipedia.org/wiki/Lien_social_(sociologie :
لقد عاد الاهتمام بقوة بمفهوم الرابط الاجتماعي الذي عولج في الفلسفة السياسية الكلاسيكية وفي سوسيولوجية دوركايم وتونيس وفيبير، ابتداء من ثمانينات القرن الماضي بواسطة السوسيولوجيا وبوسائط الاتصال، لتزيح التيمات الكبيرة للسبعينات كالهيمنة والتنازع الاجتماعي. وقد برز خطاب حينها يضع كشرط لمواجهة «أزمة» هذا الرابط، يتمثل في تسهيل «إعادة ادماج» الساكنة «المستثناة» أو التي لم تندمج بشكل جيد.

الـذي ترتبـط بـه السـاكنة والتـي تعلـم أنهـا ستسـتفيد منـه. ولهـذه الغايـة، تـم القيـام بالعمليـات التاليـة :

قوافـل القرب والحوار ؛
تعليـق لافتـات في المحاور الطرقية الكبرى للإخبار بإسـهامات المبادرة الملكية ؛
التنظيـم والتغطيـة الإعلاميـة لزيارات الدبلوماسـيين الكبار للجهة ؛
التواصل البصري والسـمعي البصري لتثميـن المؤهلات البشـرية، والثقافية والسوسـيواقتصادية الجهوية ؛
التغطيـة الإعلاميـة للترويج الدولي للجهة ؛
التواصل المندمج مع المشـاريع الثقافية، ومشـاريع دعم التنمية البشـرية، والتكوين، والأنشـطة المدرة للدخل، والعمل التضامني...

باستقرارها بوجدة لتعزيز قربها من السكان، أعطت الوكالة الانطلاقة لمباراة للصور الذاتية (selfies) مكرسة لإنعاش صلات السكان مع تراثهم الجهوي، مبرزا تعلق السكان بالأصول الطبيعية والتاريخية للمجالات الترابية

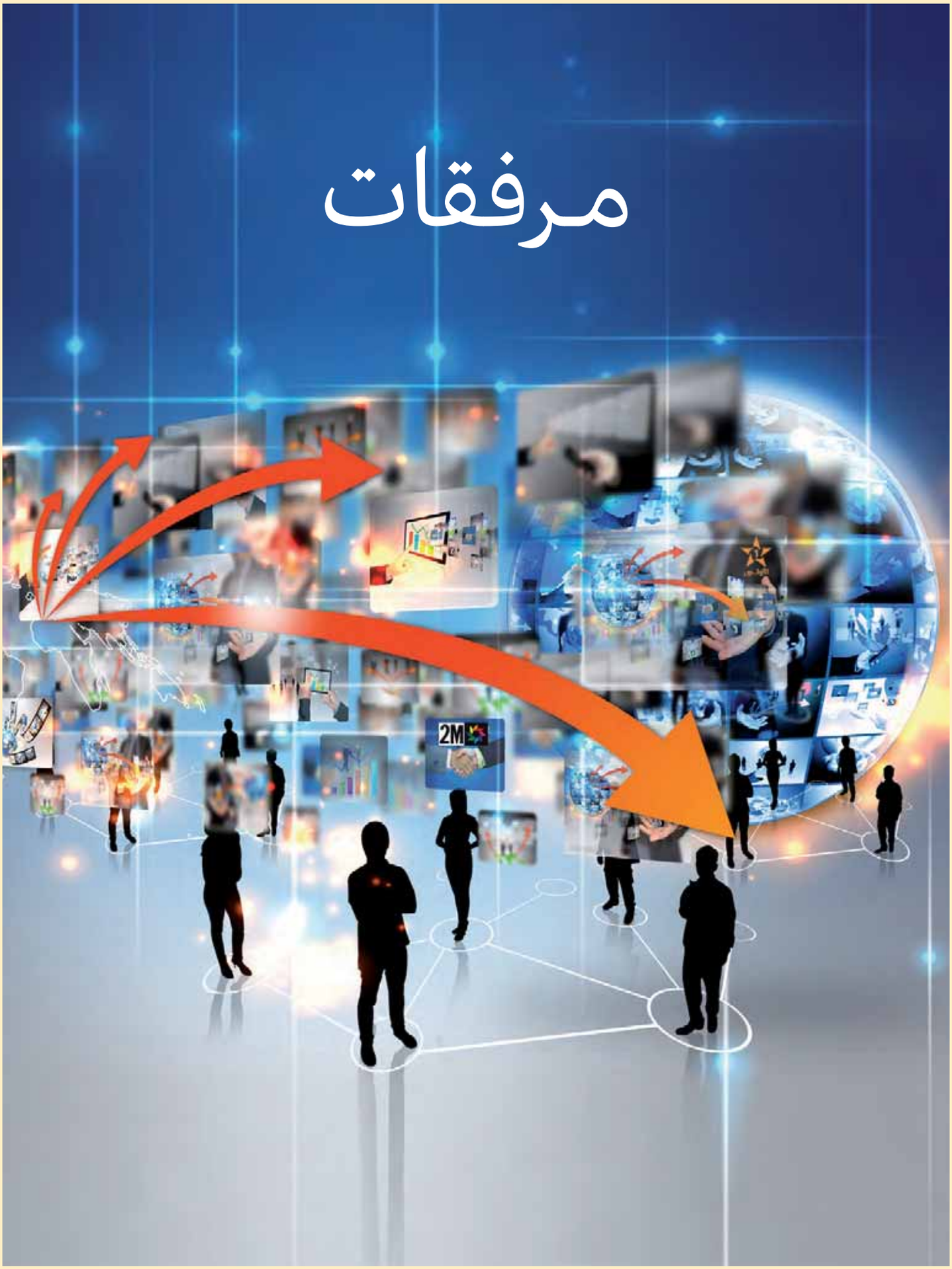
5-4 تجربة مغربية صرفة، غنية وشاملة

بينمـا لـم يكـن يوجـد أي تسـويق، وأي تواصـل ذو صبغـة ترابيـة مطـور عـلى فتـرة طويلـة بالمغـرب، بـدأت بعـض المجـالات الترابيـة - جهـات أو أقاليـم- فـي السـنوات الأولى مـن الألفيـة الجديـدة، بالقيـام بعمـل مـن هـذا القبيـل، وقـد كانـت رائـدة وطنيـا فـي هـذا النهـج. وقـد اختـارت وكالـة جهـة الشـرق هـذا الطريـق لفائـدة الجهـة ولـم تحِـد عنـه منـذ ذاك. وبالنظـر للخصوصيـات المتميـزة لجهـة الشـرق (التاريخيـة، والحاليـة، والجغرافيـة والبيئيـة، وغيرهـا) وبالنظـر لهويتهـا المغربيـة، ومكوناتهـا العربيـة، واليهوديـة والأمازيغيـة، وتقاليدهـا وكـذا تراثهـا بمختلـف مكوناتـه، لـم يكـن بوسـع أي نمـوذج مسـتورد حمـل تطلعاتهـا فـي مختلـف أوجـه نموهـا.

وقـد وعـت الوكالـة مبكـرا بـأن إشـكاليةً بهـذا التفـرد تتطلـب إيجـاد حـل متميـز، يسـتند عـلى كفـاءات فـي مجـال التسـويق والتواصـل بوسـعها أولا فهـم كل الجوانـب النوعيـة للجهـة. وقـد كان الاسـتنتاج المنطقـي لهـذه المقاربـة هـي الاسـتناد عـلى الكفـاءات الوطنيـة، الكثيـرة لحسـن الحـظ، المبدعـة والملمـة بـكل الممارسـات الدوليـة التـي أثبتـت جدواهـا. وهـذا لـم يمنـع الوكالـة مـن مسـائلة التجـارب الأجنبيـة، والكتابـات والكفـاءات الأجنبيـة عبـر العديـد مـن القنـوات، وذلـك منـذ البدايـة وطـوال سـعيها، وحتـى إلى وضـع بعـض الكفـاءات رهـن إشـارة أصحـاب القـرار الجهوييـن والمحلييـن، كمـا كان الأمـر مثـلا سـنة 2018 خـلال اليـوم المشـهود الـذي أطلـق عليـه إسـم : «الترويـج الاقتصـادي والتسـويق الترابـي»

إن التعريـف بـ 16 سـنة مـن التواصـل الترابـي عبـر الإنتاجـات والعمليـات التـي أنجـزت يكتسـي أيضـا أهميـة بسـبب كونهـا تضـع تحـت إشـارة الجميـع منهجـا متميـزا ومبتكـرا، وضـع عـلى مقـاس جهـة اسـتثنائية. وعـلى كل واحـد أن يحكـم عـلى نجاعتـه.

مرفقات



مرفق 1

لائحة طلبات العروض لوكالة جهة الشرق المرتبطة بالتواصل

طلب عروض مفتوح رقم 2009/12 (09 دجنبر 2009) :
تفصيل أنشطة تواصل وكالة جهة الشرق إلى استراتيجية عملية من العمليات والوسائل.

طلب عروض مفتوح رقم 2010/11 (07 اكتوبر 2010) :
إعداد وتنفيذ وتتبع استراتيجية ويب لوكالة جهة الشرق.

طلب عروض مفتوح رقم 2011/02 (06 ماي 2011) :
إصدار مجلة Oriental.ma

طلب عروض مفتوح رقم 2011/04 (22 دجنبر 2011) :
نشر مجلة Oriental.ma لصالح وكالة جهة الشرق.

طلب عروض مفتوح رقم 2013/04 (5 دجنبر 2013) :

إصدار وطبع مجلة Oriental.ma لصالح وكالة جهة الشرق. وتدخل هذه الخدمة في إطار الترويج الاقتصادي والاجتماعي لجهة الشرق ويشمل 4 أعداد وعدد خاص، بالفرنسية والعربية.

طلب عروض مفتوح رقم 2018/COOP/011 (11 يوليو 2018) :
تنظيم الدورة الثانية لمعرض الكتاب «رسائل مغاربية» من 18 إلى 21 أكتوبر 2018 بوجدة، في حصتين :
الحصة رقم 1/ الإنتاج المتعلق بالحدث، إعداد الفضاءات، اللوجستيك، الإيواء، والإطعام ؛
الحصة رقم 2/ تصميم وطبع حوامل التواصل والإصدارات، إنتاج وبث المحتويات السمعية البصرية.

طلب عروض مفتوح رقم 2019/COOP/011 (20 يونيو 2019) :
تنظيم الدورة الثالثة لمعرض الكتاب «رسائل مغاربية» من 9 إلى 13 أكتوبر 2019 بوجدة ، في حصتين :
الحصة رقم 1/ الإنتاج المتعلق بالحدث، إعداد الفضاءات، اللوجستيك (النقل، الإيواء والإطعام...) ؛
الحصة رقم2/ التصميم العام وطبع حوامل التواصل والإصدارات، إنتاج وبث المحتويات السمعية البصرية والعلاقات مع الصحافة.

طلب عروض مفتوح (20 يونيو 2020) :
تصميم، وتحرير وطبع كتابين جميلين (بالفرنسية والعربية) حول تاريخ، والتراث المنجمي ومستقبل المجال الترابي لجرادة.

طلب عروض مفتوح رقم 2020/DSI/018 (17 نونبر 2020) :
تصميم وتنفيذ منصة التبادل الرقمي من أجل تنظيم تظاهرات ثقافية، في حصتين :
الحصة 1/ دراسة وإنجاز أرضية للتبادل الرقمي على شبكة انترنيت ؛
الحصة 2/ تحديد ونشر استراتيجية التواصل الرقمي للأرضية.

طلب عروض مفتوح رقم 2021/DSI/0114 (17 نونبر 2021) :
الإدامة، وتحسين وتسيير أرضية الترويج الرقمي لجهة الشرق، في حصتين :
الحصة 1/ إدامة الأرضية والترويج الرقمي لجهة الشرق ؛
الحصة 2/ وضع حل للحفاظ على الأرضية الرقمية لوكالة جهة الشرق.

طلب عروض مفتوح رقم 2022/DSI/019 (03 نونبر 2022) :
إدامة وإيواء مواقع الويب للوكالة، في حصة فريدة.

طلب عروض مفتوح رقم 2022/COOP/016 (03 نونبر 2022) :
تصميم، وتحرير، ونشر وطبع مجلة Oriental.ma لصالح وكالة جهة الشرق، في حصة فريدة.

مرفق 2

رقم العدد	التاريخ	عنوان مجلة Oriental.ma
1	نونبر 2007	**الجهة على الطريق السريع** https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_1_145.pdf
2	مارس 2008	**التنافسية والجاذبية -** جهة الشرق، مواردها، مؤهلاتها، ثرواتها https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_146.pdf
3	يونيو 2008	**تنمية القرب -** جهة الشرق، أرض الآمال https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/01/File_1_147.pdf
4	دجنبر 2008	**الذكاء الاقتصادي الجهوي -** إستعجالية الإبداع https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_1_148.pdf
5	اكتوبر 2008	**التعاون الدولي** https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_1_138.pdf
6	يونيو 2009	**اقتصاد المعرفة والتنمية الجهوية : الرهانات والآفاق -** نموذج جهة الشرق https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/01/File_503.pdf
7	دجنبر 2009	**ثقافة، الصناعات الثقافية والتنمية الجهوية** https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_1_140.pdf
8	ماي 2010	**التنمية الطاقية... رهانات التنمية المحلية -** جهة الشرق تشق طريقها https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_1_141.pdf
9	دجنبر 2010	**من السياحة إلى السياحات -** تنمية المجالات الترابية نحو المزيد من القرب - جهة الشرق تدقق استراتيجياتها https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/01/File_1_142.pdf
10	ماي 2011	**الجالية في بلاد المهجر، الرساميل والموارد البشرية -** أي إسهامات بالنسبة لتنمية المناطق الإصلية ؟ https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/01/File_143.pdf
11	شتنبر 2012	**النقل واللوجستيك -** رهان وطني، وتحدي لجهة الشرق https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/01/File_144.pdf
12	يوليوز 2013	**الترويج الاقتصادي والتسويق الترابي -** نموذج جهة الشرق https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2022/04/Promotion-e%CC%81conomique Marketing-territorial-cas-de-lOriental_VF.pdf-
13	دجنبر 2013	**المرأة في قلب التنمية** https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_1_427.pdf
14	ماي 2014	**الصناعة، محرك للتنمية الجهوية : جواب جهة الشرق** https://www.oriental.ma/publication/orinetal-ma-n14-lindustrie-fer-de-lance-du-/developpement-regional-la-reponse-de-loriental-vf
15	ماي 2015	**الاستثمار : الجهات تتنافس -** جهة الشرق تبرز مؤهلات عرضها الترابي https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_1_487-2.pdf
16	يوليوز 2015	**الراي، موسيقى جهوية معولمة -** أي مستقبل؟ وأية منافع لجهة الشرق؟ https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_1_488.pdf
17	مارس 2016	**الكوتشينك الترابي الجهوي، تآزر الفاعلين في مجال التنمية -** جهة الشرق تنشئ حكامة جديدة https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_1_554.pdf
18	غشت 2017	**الصحة العمومية والتنمية الترابية لا ينفصلات -** الإرادة الملكية جعلت من الصحة أولوية بجهة الشرق https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2020/12/Oriental-Ma-17-VF.pdf
19	ماي 2018	**من غرناطة إلى وجدة -** زهاء ثمانية قرون من الطرب الغرناطي https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_1_755.pdf
20	مارس 2019	**المسرح، والابداع، والمجالات الترابية - أنوار التنمية** https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2020/12/File_1_781.pdf
21	أبريل 2019	**رياضة، تنمية وإدماج إجتماعي -** أمجاد قديمة وطموحات جديدة https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/01/File_1_796.pdf
22	يناير 2020	**آداب مغاربية -** المعرض المغاربي للكتاب بوجدة **- التنمية بالثقافة** https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2020/12/Revue-n%C2%B022-VF.pdf
23	أكتوبر 2020	**إيقاف الفيروس ودعم الاقتصاد -** جهة الشرق على كل الجبهات https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2020/12/Revue-n%C2%B0-23-V.-francais.pdf
24	فبراير 2022	**التدبير الناجع للموارد -** رؤية جديدة لهندسة مساحاتنا الخضراء https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2022/06/RevueOriental.ma-n%C2%B0-24-vf.pdf
25	نونبر 2023	**كيف ترقى جهة الشرق بشبابها**

مرفق 3

رقم العدد	التاريخ	عنوان مجلة« تنمية مجالات جهة الشرق »
1	نونبر 2015	**إيش وفجيج -** واحات للأمل في طريق التنمية المستدامة https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/01/File_1_595.pdf
2	غشت 2016	**الاقتصاد الاجتماعي والتضامني -** معرض مؤتمر وجهة الشرق في الطليعة https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/01/File_1_607.pdf
3	دجنبر 2016	**التسويق الرقمي الجهوي-** دينامية الشبكة من أجل صيت وصورة جهة الشرق https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/01/File_1_836.pdf

مرفق 4

سنة الاصدار	عنوان الكتاب بمجموعة الكتب الجميلة	الناشر
2009	**فجيج، المدينة الواحة للمغرب الشرقي** https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_1_610.pdf	وكالة جهة الشرق
2011	**الفضاءات الفسيحة للمغرب الشرقي** https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2012/12/Les-Grands-Espaces-de-lOriental-Marocain_compressed.pdf	وكالة جهة الشرق
2011	**اكتشاف وحيش المغرب الشرقي** https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_1_612.pdf	وكالة جهة الشرق
2012	**بني كيل، فضاءات الرجال الأحرار** https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_1_833.pdf	وكالة جهة الشرق
2013	**الذاكرة اليهودية بشرق المملكة المغربية** (بالعربية والفرنسية) https://www.oriental.ma/wp-contentuploads/2022/04Me%CC%81moire-Juive-VATR_compressed.pdf	وكالة جهة الشرق
2015	**رغبات فنانين وشغف المبدعين** (بالعربية والفرنسية) https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_1_609.pdf	وكالة جهة الشرق
2016	**جبال بني زناسن، ذاكرة للإنسانية** https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_1_804.pdf	وكالة جهة الشرق ومؤتمر الأمم المتحدة للتنمية في إطار برنامج التنمية المحلية المندمجة لجهة الشرق
2017	**جهة الشرق المغربية، قرون من فن الطبخ اليهودي** https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/01/File_1_676.pdf	وكالة جهة الشرق
2018	**نساء جهة الشرق المغربية** https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2018/12/Livre-Femmes-de-LOriental-Marocain_compressed-2.pdf	وكالة جهة الشرق ومؤتمر الأمم المتحدة للتنمية في إطار برنامج التنمية المحلية المندمجة لجهة الشرق
2019	**جهة الشرق والبحر الأبيض المتوسط** https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/01/File_1_835.pdf	وكالة جهة الشرق
2021	**جرادة، طاقة جديدة بجهة الشرق المغربية** (بالعربية والفرنسية)	وكالة جهة الشرق ومؤتمر الأمم المتحدة للتنمية في إطار برنامج التنمية المحلية المندمجة لجهة الشرق
2024	**الناظور - المغرب الناجح** (بالعربية والفرنسية)	وكالة جهة الشرق
2023	**بركان، قوة الذكاء** (بالعربية، والفرنسية والإنجليزية + ملخص بتيفيناغ)	وكالة جهة الشرق ومؤتمر الأمم المتحدة للتنمية في إطار برنامج التنمية المحلية المندمجة لجهة الشرق

مرفق 5

الأعداد خارج السلسلة لمجلة Oriental.ma	
2008	**«ميثاق مختوم من أجل طموح متقاسم»، عدد صادر بمناسبة الذكرى الخامسة للمبادرة الملكية**
2009	**الذكرى العاشرة لتربع صاحب الجلالة الملك محمد السادس على عرش أسلافه المنعمين** https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2022/04/10-ans-de-re%CC%80gne-Une-vision-politique-dynamique_VF.pdf
2013	**فجيج، ومنظومة المدن الواحات للمغرب -** الخطوط التوجيهية لإعادة الإعتبار للقصور (جزء بالفرنسية والإيطالية وجزء بالعربية والانجليزية) https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/12/File_1_433.pdf
2013	**جرادة - حاسي بلال** (بالعربية والفرنسية) https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2013/12/HS-Jerada-Hassi-Blal.pdf
2014	**الجهة الشرقية للمغرب - منطقتنا تزخر بالمواهب - قرن من الفنون التشكيلية** ((بالعربية والفرنسية) https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_468.pdf
2016	**جهة الشرق، لأن كل ما هو محلي هو كوني** (عدد خاص كوب 22 (بالعربية والفرنسية والانجليزية) https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_1_843.pdf
2018	**إبداعات وتراث - جهة الشرق تكشف عن غناها الثقافي للعالم** https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2022/04/Cre%CC%81ations-patrimoine-lOriental-Marocain-sexpose-au-monde_VA.pdf
2021	**جهة الشرق تتعأ بالصور -** القصة المصورة تثمن النجاح https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/07/RevueSpe%CC%81cial-BD.AvecCouv-VF.pdf

مرفق 6

إصدار دراسات أنجزتها وكالة جهة الشرق			
تبحث الدراسة الكيفية التي يمكن بواسطتها للجهة أن تستفيد أكثر من التكنولوجيات الرقمية، انطلاقا من واقع العزلة الرقمية ومن الأمية الرقمية للسكان. وقد قدمت توصيات مصحوبة بتقييم للفوائد الممكن جنيها من استعمال هذه التكنولوجيات.	**2014**	**جهة الشرق الرقمية، استراتيجية تنمية تكنولوجيات الإعلام والتواصل بجهة الشرق المغربية**	**184 صفحة**
الجزء يشتمل على المناهج، والمقاربات والتحاليل، وكذا الاستنتاجات والتوصيات التي تؤسس لاستراتيجية تدخل الوكالة. أما الجزء الثاني، فيشمل التشخيصات والأوضاع في بداية المنهج الاستراتيجي.	**2014**	**من المبادرة الملكية إلى التنمية الجهوية :** **الجزء1، «البرامج والأولويات»** **الجزء 2، «التحليلات والتشخيصات»**	**390 صفحة** **300 صفحة**
يمثل القطاعان المدروسان مجالات نوعية للتنمية ذات الإمكانات المرتفعة في مختلف مناطق جهة الشرق. وهذه السلاسل مقيمة حاضرا وفي مستقبلها الواعد المرتقب، عبر استثمارات لخلق عروض ملائمة.	**2015**	**السياحة الدينية والسياحة الثقافية** (بالعربية والفرنسية)	**254 صفحة**

مرفق 7

أوراق ندوات ومنتديات ومحاضرات		
2007	أوراق منتدى إمركان «**تراث متقاسم**» في المنتدى الأول للثقافات اللامادية (الناظور، يوليو 2007)	**296 صفحة**
2011	أوراق الندوة الدولية «**التراث الثقافي والنمية الجهوية بجهة الشرق**» التي انعقدت بمقر اليونسكو بباريس https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2022/04/Actes-du-colloque-international-UNESCO.pdf	**172 صفحة**
2011	أوراق المنتدى الفرنسي المغربي حول الطاقات «**جهتان مليئتان بالطاقة**» (بالعربية والفرنسية) https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_1_430.pdf	**38 صفحة**

مرفق 8

السنة	الدلائل	الشركاء	
2011	**«التجوال على الأقدام بجهة الشرق المغربية»** https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_426.pdf	جمعية طبيعة وتراث	**128 صفحة**
2013	**«طرق ونكهات جهة الشرق المغربية»** https://www.oriental.ma/wp-content uploads/2021/05/File_1_425-2.pdf	جهة شامبان أردين (فرنسا)	**168 صفحة**
2016	**«جهة الشرق المغربية، مئات آلاف السنين من التاريخ»** (دليل العصر الحجري الجهوي القديم) https://www.oriental.ma/wp-content/uploads/2021/05/File_1_830.pdf	برنامج الأمم المتحدة للتنمية في إطار برنامج التنمية المحلية المندمجة لجهة الشرق	**124 صفحة**

مرفق 9

العمليات	الشريك	التاريخ	النتائج
اتفاقية الشراكة مع مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية	مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية	2006 إلى 2010	1. الحصول على رخصة برمجية E-INVEST 2. إنجاز دليل الاستثمار 3. لقاءات تشاور للموافقة على الدليل 4. عمليات الترويج الاقتصادي (جنيف وباريس)
اتفاقية مع كلاس اكسبورت	شركة كلاس اكسبورت	من 2006 إلى 2014	العديد من العمليات الترويجية في معارض كلاس اكسبورت
شراكة مع سفارة المغرب	سفارة المغرب والقنصليات بفرنسا (عملية المغرب - فرنسا)	انطلاقا من 2007	العديد من العمليات الترويجية لجهة الشرق بفرنسا : مارسيليا، مونبوليي، إكس أون بروفانس
شراكة مع جمعيات الجالية المهاجرة	جمعيات فرانكفورت - بروكسيل - أرديش	انطلاقا من 2006	العديد من عمليات الترويج في المدن الشريكة المشار إليها جنبه
شراكة مع المعرض الدولي للفلاحة	المعرض الدولي للفلاحة	منذ إحداث المعرض سنة 2008	مشاركة فاعلة للوكالة

مرفق 10

العمليات	طبيعة وأهداف العملية
الترويج للتراث المادي واللامادي لجهة الشرق عبر المعارض والعروض بالمغرب والخارج	من 2006 إلى 2020، معرض دار المعلمة مع شبكة النساء الصانعات التقليديات المغربيات، لفائدة أكثر من 400 مشاركة، المنتدى الدولي للتوجيه والتشبيك (الرباط من 2013 إلى 2016)بشراكة مع شبكة النساء من أجل التوجيه والتشبيك (60 مشاركة)
المشاركة في مؤتمرات المدن الإفريقية (مع منظمة مدن وحكومات محلية متحدة لإفريقيا)	2010 : مراكش - المغرب 2012 : دكار - السنغال 2015 : جوهانسبوغ - جنوب إفريقيا 2018 : مراكش - المغرب 2023 : كيسومو - كينيا

مرفق 10 [تتمة]

العمليات	طبيعة وأهداف العملية
استراتيجية الترويج لثروات ومؤهلات جهة الشرق على الصعيد العالمي	تكريم جهة الشرق بجهة رون ألب خلال الملتقيات المتوسطية الرابعة رون ألب بتورنون سور رون وكيلران كرانج (Tournon-sur-Rhône و Guilherand-Granges) ؛ ابراز جهة لشرق ضمن حدث «المغرب المعاصر» بمعهد العالم العربي بباريس سنة 2015 ؛ «جهة الشرق المغربية، غنى وتنوع» ضمن فعاليات «سان جوس، المكان للجميع» بسان جوس ببلجيكا، سنة 2016 ؛ «مسارات مقدسة بجهة الشرق المغربية» ضمن معرض «كنوز الإسلام بإفريقيا، من تمبكتو إلى زنجبار «، بمعهد العالم العربي بباريس، سنة 2017 ؛ معارض كلاس إكسبورت بباريس وليون ؛ منتدى أنيما بمرسيليا، وبيروت ووجدة ؛ ملتقيات ليل-وجدة ووجدة-ليل ؛ أسابيع المغرب بأميان (Amiens) ؛ اتفاقيات فرنسا والدول المغاربية ؛ الدورة الثالثة للمهرجان الثقافي المغربي لتولوز، الذي تشرف عليه القنصلية العامة، وبلدية تولوز وبعض الجمعيات، ومنها جمعيات للجالية المهاجرة المنحدرة من جهة الشرق ؛ برنامج شراكة «الترويج لفرص المجالات الترابية لجهة الشرق باتجاه المغاربة المقيمين بالخارج»، بشراكة مع Expertise France، ويشمل تنظيم 3 ملتقيات كبرى مع جالية الجهة : - 28 و29 ماي 2016 بأوتريخت بهولندا ؛ - 22 و23 شتنبر 2016 بالمجلس الاقتصادي، والاجتماعي والبيئي بباريس بفرنسا ؛ - 2 و3 مارس2017 بديسلدورف بألمانيا ؛ شراكة مع قناة «كنال أطلس» في إطار برنامجها المبتوت على قنوات الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة باتجاه الجالية.

مرفق 11

العمليات المرئية	طبيعة وأهداف العملية
الإشارات والعلامات التوجيهية	**40 عنصرا**
الادراجات	**66 عنصرا**
الألواح	**19 عنصرا**
العناصر المرئية	**24 عنصرا، منها :** جهة الشرق المغربية : كل فوائد المبادرة الملكية ؛ جهة الشرق المغربية : أولويات التنمية ؛ جهة الشرق المغربية : غنى المجالات الترابية والصناعات الزراعية ؛ جهة الشرق المغربية : 2.0 ؛ جهة الشرق المغربية : تنمية البنيات التحتية ؛
حملة عبر اللوحات والملصقات	اللوحات 4x3م بأربع مدن بالجهة (وجدة، بركان، أحفير والناظور) : «ضعوا جهة الشرق في سلفياتكم»
لوحات وعناصر إرشادية بـ 4 مواقع سياحية	40 لوحة للإرشاد والتوجيه السياحي
مقالات محررة	3 مقالات معمقة منشورة بمجلات و/أو منشورات وطنية وعالمية.

مؤلفو هذا العدد خارج السلسلة من مجلة Oriental.ma لفائدة وكالة جهة الشرق:

- **توفيق بودشيش**

دكتور في العلوم الاقتصادية، بدأ حياته المهنية بوكالة الفرنكوفونية بكيبيك وباريس، ثم التحق بالسلك الديبلوماسي المغربي (سفارة المغرب بلاهاي وباريس). حاليا، خبير، وباحث مشارك بالمعهد الملكي للدراسات الاستراتيجية بالرباط.

- **فيليب ميشيل**

مهندس ودكتور دولة، مؤلف للعديد من الكتب والعديد من المساهمات في مختلف الحوامل الصحفية ووسائط التواصل الأخرى. حاليا مدير إبداعي بوكالة تواصل، حيث يوفق بين الابداعات التحريرية والتصاميم التخطيطية. متخصص معترف به في التواصل الترابي.

- **سناء مسلم**

أستاذة وباحثة بكلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية لمكناس. دكتورة في علوم التسيير، وهي متخصصة في التنمية والتسويق الترابيين. تتدخل وتعمل مع هيئات دولية وجماعات ترابية مغربية.

شكر

يعود الفضل في إنجاز هذا العمل بنسبة كبيرة لمساهمات أطر وكالة جهة الشرق المجندين من أجل أنشطتها في مجال التسويق والتواصل. فلهم كل الشكر.

الطبع

إنتهى طبع المؤلف في دجنبر 2023

حقوق النشر والتأليف © جميع حقوق النسخ محفوظة 2023، وكالة جهة الشرق

بناء التواصل
وقيادة التسويق

إن هذا المؤلف ليس تقريرا على نشاط منتهي الأشغال، وإنما حصيلة مرحلة ينبغي أن توضع في إطار دينامية التواصل الجهوي من أجل انجازات أخرى أكثر طموحا. وهي انجازات مرتقبة بالنظر إلى كون جهة الشرق في تطلع دائم للوصول إلى مستوى التقدم المخطط له، وبالتالي المنافسة. فجهة الشرق لم تكشف بعد عن أوراقها الرابحة المتعددة. ومن أجل ذلك، فإن خارطة الطريق واضحة : المبادرة الملكية تنير نهجنا.

مكنت من البداية من خلق التقائية سياسية وإجماعيه حول استراتيجية متقاسمة للتواصل والتسويق الترابي.

إن بناء هذا المستقبل الرابح، هو أولا تحليل موضوعي للمراحل المقطوعة منذ إحداث وكالة تنمية جهة الشرق، وهو مسار مسطر بعناية، يجمع توافقات وشراكات على جميع المستويات.

وكالة
جهة الشرق
www.oriental.ma