

COMMUNIQUE DE PRESSE

CROISSANCE FORTE ET CONTINUE DE LA FREQUENTATION DU MOROCCO MALL EN 2015

4 ans après son ouverture, **le Morocco Mall continue d'afficher une croissance de sa fréquentation bien au-delà des prévisions initiales.** De 16 millions de visiteurs en 2012, **le taux de fréquentation a augmenté de 11% pour atteindre 18 millions de visiteurs à fin décembre 2015**, et la dynamique ne faiblit pas puisque le mois de janvier a affiché une progression de 23% à 1,6 millions de visiteurs en comparaison avec janvier 2015.

Le succès de cette fréquentation s'explique par le positionnement unique du Morocco Mall, qui demeure **la plus grande destination shopping & loisirs du Royaume et de la région**, et le seul à offrir un mix shopping, restauration et loisirs aussi diversifié et qualitatif.

Au niveau du retail, le Mall réussit le pari d'offrir à ses visiteurs un mix unique d'enseignes internationales fortes tels que Zara, Massimo Dutti, Mango, Bershka, H&M, ou encore Gucci, Fendi, Dior et Louis Vuitton dans le luxe. **Cette offre s'est enrichie en 2015 de nouvelles marques telles que MaxMara, US Polo, Charles & Keith et LC Waikiki.** Avec un taux d'occupation stable de près de 94%, **le Morocco Mall affiche un turn-over maîtrisé favorisant des marques à très fort potentiel en adéquation avec la demande locale.** Les responsables du Mall affirment être en mode proactif, constamment à l'écoute des enseignes internationales qui envisagent de s'implanter localement, pour leur proposer des locaux adéquats, parfois en remplacement d'enseignes moins rentables.

Au niveau des Loisirs et de la culture, le Mall s'appuie sur des infrastructures qui constituent à ce jour la meilleure offre sur le marché avec notamment le cinéma iMax qui a mis en affiche pas moins de 12 blockbusters en 2015 (Star wars, fast&furious, Jurassic Park, Avengers, Spectre...) l'aquarium géant, la fontaine musicale ainsi que le funpark qui abrite la seule patinoire de Casablanca. La FNAC, **véritable love brand chez les Marocains**, s'impose par ailleurs, avec une offre combinée de produits culturels et technologiques qui renforce encore plus l'attractivité du Morocco Mall. Sur ce segment des Loisirs et de la Culture, de nouveaux équipements d'envergure seraient également prévus pour 2016.

Pour 2016, il semblerait que le Mall soit en discussion avancée pour l'introduction de nouvelles enseignes internationales à très forte notoriété et à très fort potentiel sur le marché marocain. Seraient concernés par cette nouveauté, deux secteurs majeurs à savoir le retail et même les loisirs.

LE MOROCCO MALL EN CHIFFRES :

- Ouverture en décembre 2011
- Investissement de 2 milliards de dirhams
- 60% retail + 10% food + 30% loisirs
- 70.000 m² de surface commerciale
- 300 boutiques et kiosques
- Cinéma 3D de 400 places
- 5.000 m² de jeux pour enfants et adultes
- 7 prix internationaux dont le MAPIC Awards : Best Retail & Leisure Development

Contact presse:

Ghizlane EL KARMOUDI

g.elkarmoudi@groupeaksal.com

