

***LIBREVILLE, 3 février (Infosplusgabon) - African Media Agency (AMA), agence panafricaine de relations publiques et de communication, a annoncé mercredi la poursuite de son expansion géographique en Afrique occidentale et centrale.***

Déjà présente en Côte d'Ivoire et en Ouganda, AMA a ajouté à son empreinte africaine le Sénégal, la Mauritanie, la Guinée, le Mali, le Burkina Faso, le Togo, le Bénin, le Niger, le Tchad, le Cameroun, la RCA, le Gabon, le Congo et la RDC. Pour ses clients multinationaux et les entités basées aux États-Unis ayant des opérations en Afrique, AMA continue de les servir à partir de ses bureaux de New York.

Cette expansion est une réponse directe aux besoins des clients d'AMA, tant du secteur public que du secteur privé, pour un engagement plus ciblé et plus soutenu en Afrique francophone, en particulier pendant la pandémie actuelle.

Les gouvernements, institutions multilatérales, agences de développement et entreprises veulent plus que jamais communiquer avec les individus et les micros et petites entreprises sur ces marchés, en mettant l'accent sur les segments vulnérables et mal desservis de la société, pour les aider à survivre à la pandémie et à prospérer par la suite.

« Depuis notre création en 2014 en tant qu'agence panafricaine de communication dédiée au

développement du continent, nous avons fait entendre la voix de l'Afrique au sein de la communauté internationale, servi de porte-parole à nos clients auprès de leurs interlocuteurs africains et favorisé l'intégration panafricaine », a déclaré Eloïne Barry, Fondatrice et Directrice Générale d'AMA.

« Nous avons atteint nos objectifs principalement en renforçant les capacités dans le paysage médiatique africain et en établissant des relations solides entre eux et nos clients. Notre présence renforcée en Afrique francophone rapprochera encore davantage nos clients de la base médiatique de ces pays et les aidera à façonner leurs produits et les messages associés en fonction des besoins et des réalités du marché », a-t-elle ajouté.

Au fil des décennies, l'Afrique francophone a pris du retard face à ses homologues anglophones en raison de facteurs tels que l'accès aux marchés, les politiques défavorables, la faible confiance des investisseurs, les barrières linguistiques et la bureaucratie. Aujourd'hui, cependant, des pays comme la Côte d'Ivoire, le Sénégal et la RDC offrent de nouvelles opportunités de croissance qui font de l'Afrique francophone le prochain territoire à explorer.

Par exemple, après une décennie de crise, le gouvernement de la Côte d'Ivoire a intensifié son action en investissant dans plus d'infrastructures, en développant ses ports et en mettant en œuvre des stratégies financières solides qui ont permis au pays d'atteindre une croissance estimée à 8,31 % depuis 2014.

Cependant, en dépit de ces progrès, les efforts déployés pour démystifier les stéréotypes négatifs au sujet de l'Afrique francophone ont été insuffisants. C'est la raison pour laquelle AMA apporte son expertise en utilisant le savoir-faire exceptionnel de son équipe locale d'experts en communication pour concevoir et déployer un récit qui reflète vraiment l'esprit d'entreprise des jeunes et des femmes de ces pays.

Déjà présente en Côte d'Ivoire et en Ouganda, AMA a ajouté à son empreinte africaine le Sénégal, la Mauritanie, la Guinée, le Mali, le Burkina Faso, le Togo, le Bénin, le Niger, le Tchad, le Cameroun, la RCA, le Gabon, le Congo et la RDC.

AMA est la première agence de communication et de médias dirigée par des femmes à avoir une présence locale à travers le continent. Elle est devenue en quelques années une source fiable d'informations et un allié pour certaines des entreprises et organisations les plus réputées du monde.

Dans le contexte de la pandémie de coronavirus, les pays en développement d'Afrique ont dû faire face à la pandémie et trouver des façons pour s'adapter à la nouvelle situation. Malgré ces défis, AMA est restée à l'avant-garde, offrant une plateforme par laquelle des informations critiques ainsi que des analyses d'experts sur le paysage économique du continent ont été efficacement diffusées.

Depuis sa création il y a 7 ans, AMA a mené plus de 900 campagnes, touchant des milliers de journalistes africains et générant des dizaines de milliers de couvertures médiatiques pour le compte de ses clients. Parmi eux, on peut citer l'Africa CEO Forum, BBC World News, MasterCard Foundation et Barclays. L'expansion récente de la société dans d'autres pays d'Afrique francophone va encore renforcer ces efforts, à un moment très critique du développement de ces pays. (Source AMA).

FIN/INFOSPLUSGABON/MPL/GABON2021

© Copyright Infosplusgabon