

La réputation du Maroc dans le Monde

Country RepTrak® 2016



La réputation du Maroc dans le Monde

Rédaction du rapport achevée en juillet 2016



Table des matières

Introduction	6
1. La méthode "Country RepTrak®"	10
2. La réputation du Maroc dans les pays du G-8.....	16
2.1. Aperçu global	16
2.2. Forces et faiblesses du Maroc perçues par les pays du G-8	18
2.3. Comportements de soutien à l'égard du Maroc dans les pays du G-8	22
3. La réputation du Maroc autre que dans les pays du G-8.....	27
3.1. Réputation du Maroc dans 15 pays spécifiques.....	27
3.2. Forces et faiblesses du Maroc perçues par les Pays-Bas, l'Afrique du Sud et la Turquie.....	30
3.3. Comportements de soutien à l'égard du Maroc aux Pays-Bas, en Afrique du Sud et en Turquie	34
3.4. Réputation du Maroc dans les pays spécifiques autres que ceux du G-8, des Pays-Bas, de l'Afrique du Sud et de la Turquie.....	37
4. La réputation interne du Maroc.....	40
4.1. Réputation interne du Maroc, comparée à sa réputation externe	40
4.2. Forces et faiblesses de la réputation du Maroc telle que perçues par les Marocains.....	42
4.3. Comportements de soutien des Marocains à l'égard de leur pays.....	45
Conclusion.....	47
Annexes.....	48



Introduction

Le présent rapport, réalisé en partenariat entre l'Institut Royal des Etudes Stratégiques (IRES) et "*Reputation Institute*", est la seconde édition de l'étude sur la réputation du Maroc dans le monde après celle menée en 2015. Ce rapport a pour objet d'examiner les forces et les insuffisances du Maroc, en termes de réputation externe et interne ainsi que les leviers qui pourraient constituer des opportunités de communication sur l'image du Royaume à l'international.

L'édition 2016 se base sur un échantillon plus étoffé qui intègre les pays du G-8 et quinze pays émergents et/ou en développement, relevant des principales régions du monde, qui constituent une priorité de la stratégie de positionnement international du Maroc.

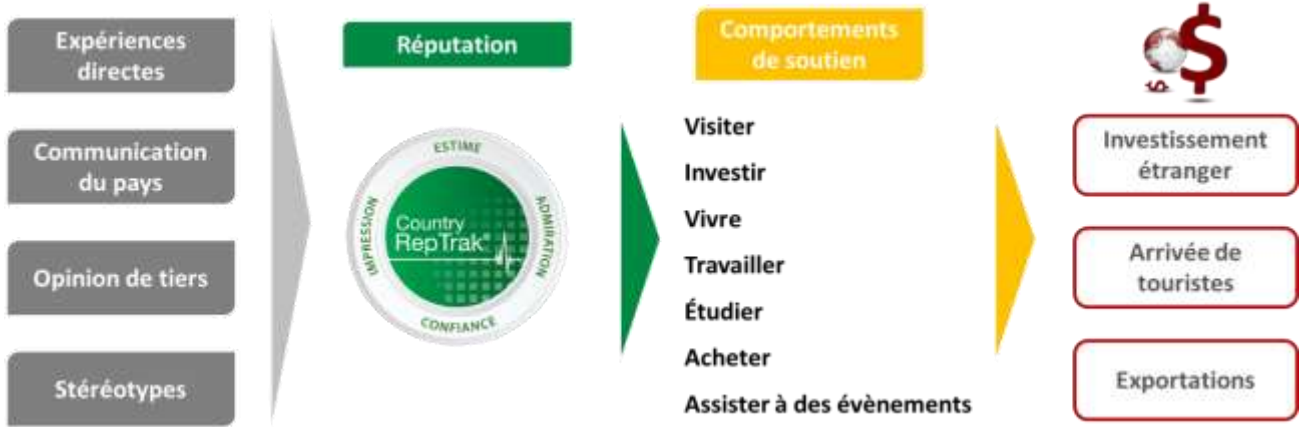
Au préalable, il est utile de préciser que la réputation est difficile à mesurer, mais personne ne conteste son importance ni la valeur économique qu'elle confère, particulièrement, à une entreprise ou à un pays. Les institutions, les entreprises et même les pays ont une réputation qui englobe l'ensemble des perceptions et des opinions que les individus développent, à partir de leur expérience directe ou à partir de celle transmise par des tiers.

La réputation conditionne les choix et les décisions des agents économiques. Le choix des produits ou d'une marque se fait sur la base de la perception que les consommateurs ont pu forger sur les entreprises qui les fabriquent.

Réalité bien établie dans le monde de l'entreprise, l'économie de la réputation s'applique, également, au contexte des pays. Elle est encore plus déterminante puisqu'elle affecte, entre autres, la dynamique des exportations, l'attrait des investisseurs et des flux touristiques et influence, de plus, l'action diplomatique du pays et son positionnement au sein de la communauté internationale.

La réputation d'un pays est déterminée sur la base d'un ensemble de variables : style de vie, attrait naturel, histoire et culture, environnement économique, institutions politiques et légales, sociétés et marques, potentiel de croissance, ressources, produits de qualité, offre touristique et de loisirs... Les perceptions relatives à chacune de ces variables découlent des expériences personnelles ou d'autrui, de toute forme de communication reçue (directe et indirecte, contrôlée ou pas), mais, parfois, aussi des stéréotypes accumulés.

L'économie de la réputation appliquée aux pays



Pour démontrer la pertinence du concept de réputation dans le contexte des pays, il a été procédé à une double analyse.

Dans un premier lieu, il a été question de démontrer l'existence d'une corrélation entre l'indice général de la réputation d'un pays "Country RepTrak® Pulse" et les comportements de soutien envers ce pays :

- Je recommanderais d'acheter les produits provenant du pays.
- Je recommanderais d'investir dans le pays.
- Je recommanderais de visiter le pays.
- Je recommanderais de vivre dans le pays.
- Je recommanderais d'étudier dans le pays.
- Je recommanderais de travailler dans le pays.
- Je recommanderais d'assister à des événements dans le pays.

Ensuite, il a fallu examiner dans quelle mesure ces indices impactent les données réelles suivantes ? :

- Exportations.
- Investissements directs étrangers.
- Arrivées de touristes.
- Arrivées d'immigrants.
- Arrivées d'étudiants.

Ces analyses ont permis de confirmer encore une fois que l'économie de la réputation ne se limite pas au contexte corporatif, mais qu'elle s'applique aussi au cas des pays. Ainsi, il existe :

- une forte corrélation entre la réputation d'un pays et les comportements de soutien déclarés, tels que recommander de le visiter, y vivre ou acheter ses produits,

- une relation directe entre la réputation et la création de valeur économique tangible. A titre d'exemple, l'amélioration de la réputation d'un pays pourrait augmenter le nombre de ses arrivées touristiques et attirer plus d'investissements directs étrangers.



Tenant compte de ce qui précède, il importe d'examiner si la réputation du Maroc constitue un atout pour l'économie du pays ou, au contraire, affecte-t-elle sa compétitivité.

Dans ce rapport, l'accent a été mis sur les aspects importants de l'image projetée par le Maroc auprès des citoyens relevant, notamment, des pays du G-8 qui constituent des marchés porteurs pour l'offre exportable du Maroc et représentent des marchés émetteurs potentiels de flux touristiques et d'investissements directs, à destination du Royaume.

En plus des pays du G-8, la réputation du Maroc a été évaluée en 2016 auprès de 15 pays développés ou émergents. L'élargissement de l'échantillon a concerné, notamment, la Belgique, la Suède, le Chili, le Kenya et le Nigéria.

1. La méthode "Country RepTrak®"

L'étude *Country RepTrak®* est l'analyse de la réputation des pays, sur la base d'un modèle inspiré de la mesure de la réputation des entreprises.

"*Reputation Institute*" réalise, annuellement, une étude sur la réputation des principales entreprises dans plus de 40 pays : le "*RepTrak® Pulse*". En 2008, la partie "*Country RepTrak®*" a été introduite pour mesurer les perceptions que les personnes interrogées ont des différents pays.

La réputation d'une entreprise englobe les perceptions que les individus ont de celle-ci. L'indicateur "*Pulse*" mesure l'attractivité émotionnelle que les personnes ressentent envers une entreprise. Il s'agit d'un modèle mathématique, basé sur des éléments d'admiration et de respect, de réputation reconnue, de bonne impression et de valeurs, obtenus par une étude de marché.

Dans la méthodologie "*RepTrak®*" de "*Reputation Institute*", le *Pulse* ou indicateur de réputation est la variable dépendante qui s'explique à partir de différents attributs, regroupés en dimensions. Le modèle mathématique calcule l'influence de chaque attribut sur la réputation de l'entreprise qui repose sur sept dimensions :

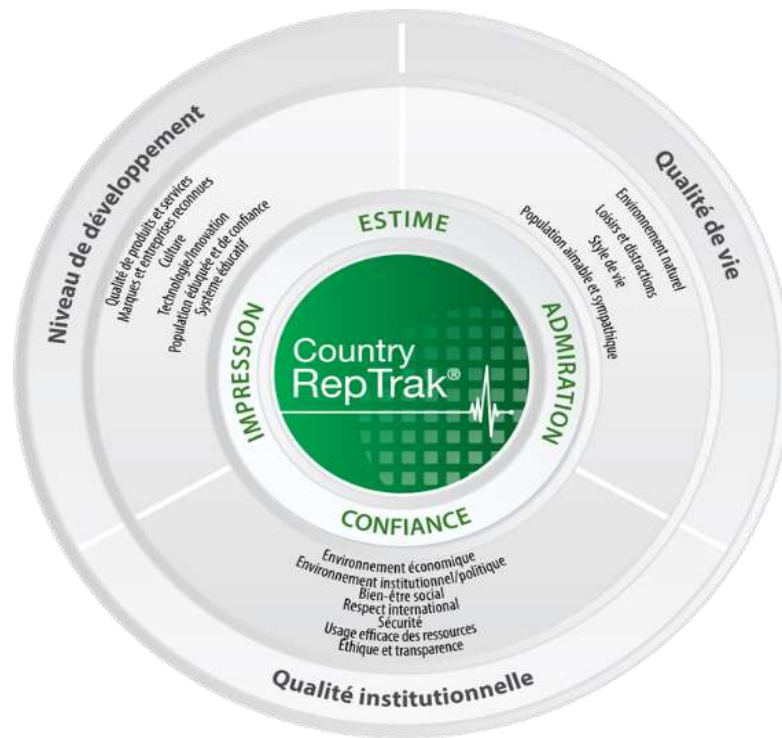
- Offre de produits et services.
- Environnement du travail.
- Intégrité (éthique et transparence).
- Leadership (qualité de gestion).
- Citoyenneté (action sociale et environnement).
- Innovation.
- Résultats financiers.

Le modèle "*RepTrak®*" est utilisé par une multitude d'entreprises, leaders de leurs secteurs pour gérer leur réputation. "*Reputation Institute*" a utilisé le même type d'analyses pour comprendre la réputation des pays. L'indicateur *Pulse*, traitant de la réputation des pays s'appelle "*Country RepTrak® Pulse*" et mesure l'admiration, le respect, la bonne impression et la confiance que suscite un pays par rapport à un autre.



Les attributs retenus pour mesurer la réputation des 70 pays de l'échantillon sont au nombre de dix-sept :

- Environnement naturel : "c'est un beau pays : il a un environnement naturel attractif".
- Loisirs et distractions : "c'est un pays agréable : il offre une grande variété d'expériences attractives, comme la culture, la gastronomie, le sport et la distraction".
- Style de vie : "Il offre un style de vie attractif : les gens se réjouissent d'y habiter".
- Population aimable et sympathique : "les gens sont aimables et sympathiques".
- Environnement économique : "il offre un environnement favorable pour faire des affaires : il dispose d'une économie stable à bas risque et avec une infrastructure développée".
- Environnement institutionnel/politique : "il est dirigé par un gouvernement efficace : il dispose d'une structure bien développée d'institutions politiques et légales".
- Bien-être social : "il a adopté des politiques avancées à caractère social et économique : il veille à améliorer le bien-être de tous ses citoyens".
- Respect international : "c'est un participant responsable dans la communauté globale : il soutient de bonnes causes et ses leaders sont respectés à l'échelle internationale".
- Sécurité : "c'est un lieu sûr : il offre un environnement sûr pour les visiteurs comme pour les habitants".
- Usage efficace des ressources : "il fonctionne de manière efficiente : il n'impose pas d'impôts inutiles ni de mauvaises dépenses des ressources".
- Ethique et transparence : "c'est un pays éthique avec de hauts niveaux de transparence et de bas niveaux de corruption".
- Qualité des produits et services : "il produit des biens et services de haute qualité".
- Marques et entreprises reconnues : "il a beaucoup de marques connues ; c'est le pays d'origine de beaucoup d'entreprises leaders".
- Culture : "sa contribution à la culture globale est considérable ; c'est le lieu de naissance d'un grand nombre d'artistes, scientifiques, inventeurs, écrivains, sportifs et politiques très connus".
- Technologie/innovation : "il est technologiquement avancé : il est parmi les premiers pays à créer et à commercialiser les nouvelles technologies".
- Population éduquée et de confiance : "la population du pays est bien éduquée et de confiance".
- Système éducatif : "c'est un pays qui apprécie l'éducation : il dispose d'universités de grande qualité et d'un excellent système d'éducation".



L'analyse factorielle de ces dix-sept attributs a permis de les regrouper en trois facteurs que "Reputation Institute" a appelés les dimensions de la réputation d'un pays : qualité de vie, niveau de développement et qualité institutionnelle.

La méthodologie du "Country RepTrak®" permet aussi de mesurer la volonté des personnes interrogées pour montrer certains comportements favorables envers le pays, appelés comportements de soutien, tels que recommander de le visiter, d'y vivre, d'y étudier, d'y travailler ou d'y assister à des évènements.



- Je recommanderais de le visiter
- Je recommanderais d'y vivre
- Je recommanderais d'y travailler
- Je recommanderais d'y investir
- Je recommanderais d'acheter ses produits
- Je recommanderais d'y étudier
- Je recommanderais d'y assister à des évènements

Country RepTrak® 2016

Le travail de terrain a été réalisé en interrogeant un échantillon d'individus, composé du grand public sur les perceptions que ces individus ont de leur propre pays et par rapport à d'autres nations.

Les citoyens interrogés dans les pays du G-8 (Canada, France, Allemagne, Italie, Japon, Russie, Royaume-Uni et Etats-Unis) ont donné leur opinion sur les 70 pays suivants :

- **Amérique :** Argentine, Brésil, Bolivie, Canada, Chili, Colombie, Costa Rica, Cuba, Equateur, Etats-Unis, Guatemala, Honduras, Mexique, Nicaragua, Panama, Paraguay, Pérou, Porto Rico, République dominicaine, Salvador, Uruguay, Venezuela.
- **Europe :** Allemagne, Autriche, Belgique, Danemark, Espagne, France, Finlande, Grèce, Hollande, Irlande, Italie, Norvège, Pologne, Portugal, République Tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, Russie, Suède, Suisse, Ukraine.
- **Asie-Pacifique :** Arabie Saoudite, Australie, Chine, Corée du Sud, Emirats Arabes Unis, Inde, Indonésie, Irak, Iran, Israël, Japon, Kazakhstan, Malaisie, Nouvelle Zélande, Pakistan, Philippines, Qatar, Singapour, Taiwan, Thaïlande et Turquie.
- **Afrique :** Afrique du Sud, Algérie, Angola, Egypte, Maroc, Nigéria.

En plus du G-8, l'étude a été réalisée dans un autre groupe de pays qui a été choisi par l'IRES, lequel inclut, notamment, l'Afrique du Sud, le Brésil, la Chine, la Corée du Sud, l'Espagne, la Hollande, l'Inde, le Mexique et la Turquie.

Le choix de cet échantillon par l'IRES se justifie par les considérations suivantes :

- L'Afrique du Sud, en dépit de ses vulnérabilités socio-démographiques et sécuritaires, figure, selon les institutions internationales, parmi les économies leaders du continent africain et joue le rôle de hub régional en Afrique Australe et en Afrique de l'Est, soit un positionnement similaire à celui du Maroc en Afrique de l'Ouest.
- Le Mexique dispose, auprès des Etats-Unis, d'un positionnement similaire à celui du Maroc auprès de l'Union européenne.
- Le Brésil, la Chine, l'Inde et, dans une moindre mesure, la Turquie, considérés parmi les nouvelles locomotives de l'économie mondiale, sont à la fois des partenaires potentiels, mais aussi des concurrents pour le Maroc.
- Les Pays-Bas et l'Espagne sont des pays accueillant une part importante de la communauté marocaine, établie à l'étranger.

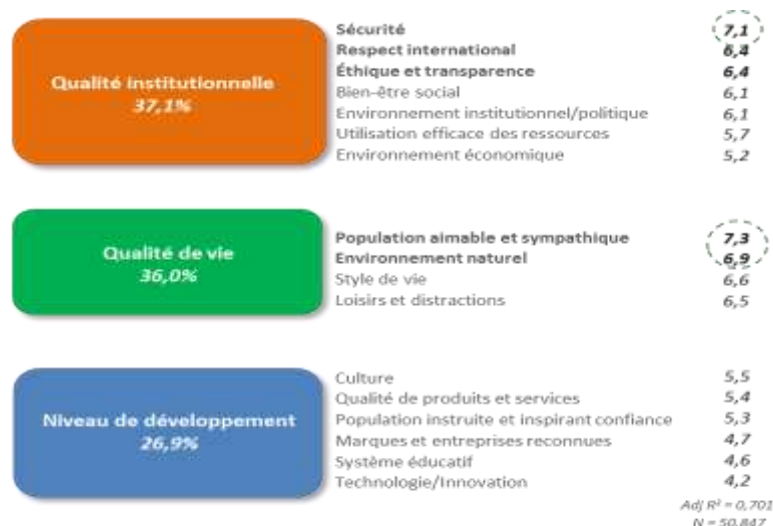
Fiche technique

- Cible : Grand public des pays participant à l'étude. Personnes qui connaissent totalement ou partiellement le pays évalué.
- Méthodologie : CAWI (Entretiens via internet)
- Dates des entretiens : De janvier à mars 2016.
- Echantillon : Plus de 50.000 personnes interrogées (1.677 ressortissants des pays du G-8) fournissant des notes internes et externes. Les évaluations sont basées sur un échantillon minimal de 100 évaluations pour chaque pays dans chacun des marchés où il est évalué. Dans le cas du Maroc, le pays lui-même a reçu 300 évaluations par ses citoyens.
- Les scores globaux utilisés dans le classement publié par "Reputation Institute" sont le résultat de la moyenne des scores donnés par les pays du G-8 à l'égard des 55 pays ayant le PIB le plus élevé.

Comment se construit la réputation d'un pays ?

Toutes les variables analysées pour expliquer la réputation d'un pays, comme l'admiration, le respect et la confiance n'ont pas la même importance. Le modèle "Country RepTrak®" permet de comprendre celles qui ont un poids plus important.

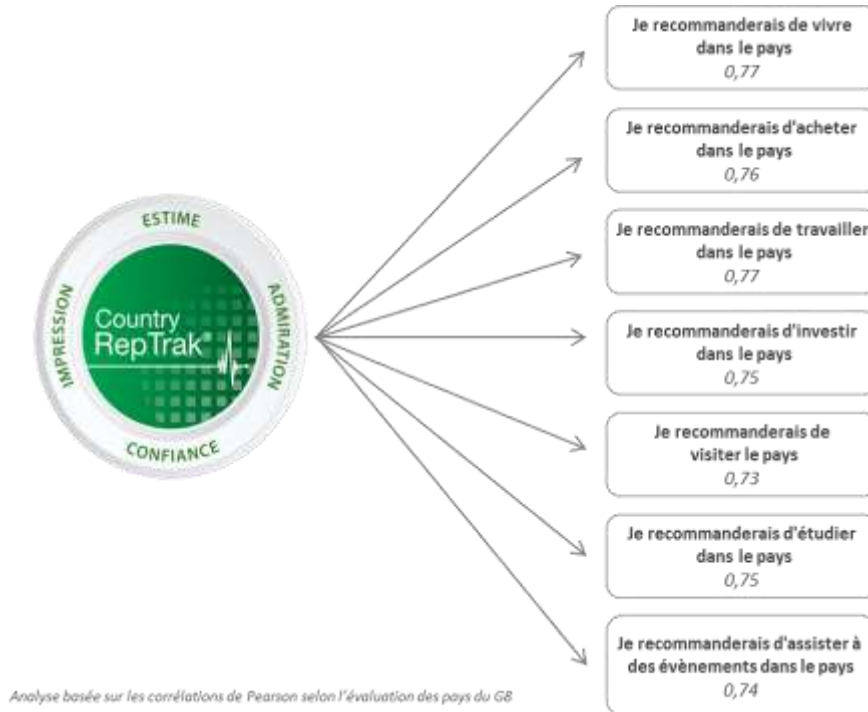
A partir des résultats du modèle mathématique, les coefficients de pondération des variables qui expliquent l'indicateur de réputation "Country RepTrak® Pulse" sont définis ci-après :



Remarque : Le poids des dimensions n'est pas égal à la somme des poids de chacun des attributs qui les composent, dû au fait que le poids du "facteur" a été calculé de manière indépendante et non pas par la somme des poids des attributs.

- Modèle de coefficient de pondération par attribut : R2 ajusté = 0,701 n = 50.847
- Modèle de coefficient de pondération par dimension : R2 ajusté = 0,698 n = 50.487

Corrélation entre l'indice de réputation d'un pays (Country RepTrak® pulse) et les comportements de soutien déclarés envers ce pays



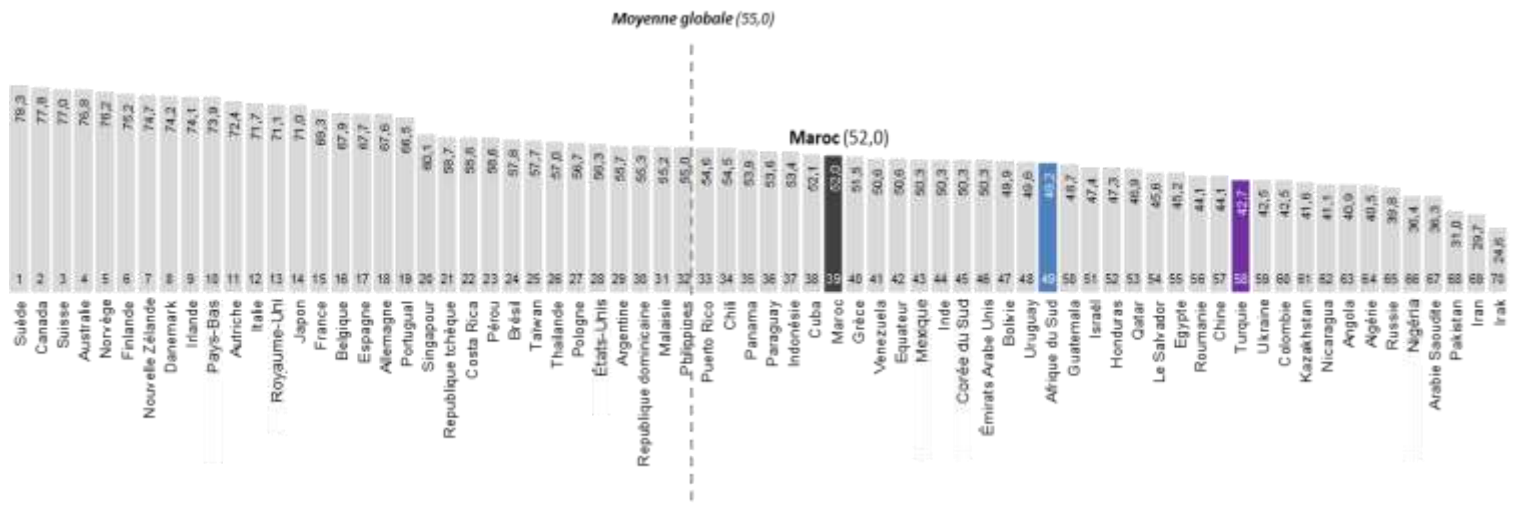
Il faut remarquer que les variables des comportements de soutien envers les pays énoncés, auparavant, ont des corrélations avec l'indicateur de réputation qui varient entre 0,73 et 0,80. Par conséquent, ces attitudes sont fortement corrélées à la réputation d'un pays.

2. La réputation du Maroc dans les pays du G-8

2.1. Aperçu global

En 2016, le Maroc obtient une note de 52,0 points sur une échelle de 0 à 100, dans l'indicateur général de la réputation des pays "Country RepTrak® Pulse", ce qui lui confère la 39^{ème} place sur un total de 70 pays évalués.

Réputation des pays auprès des ressortissants des pays du G-8 – Situation en 2016



En 2016, la Suède est en tête du classement de la réputation des pays (78,3 points au total), suivie du Canada (77,8 points) et de la Suisse (77,0 points). Parmi les dix pays les mieux classés, figurent également les autres pays scandinaves (Finlande, Norvège et Danemark), deux Etats d'Océanie (Australie et Nouvelle-Zélande), les Pays-Bas et l'Irlande.

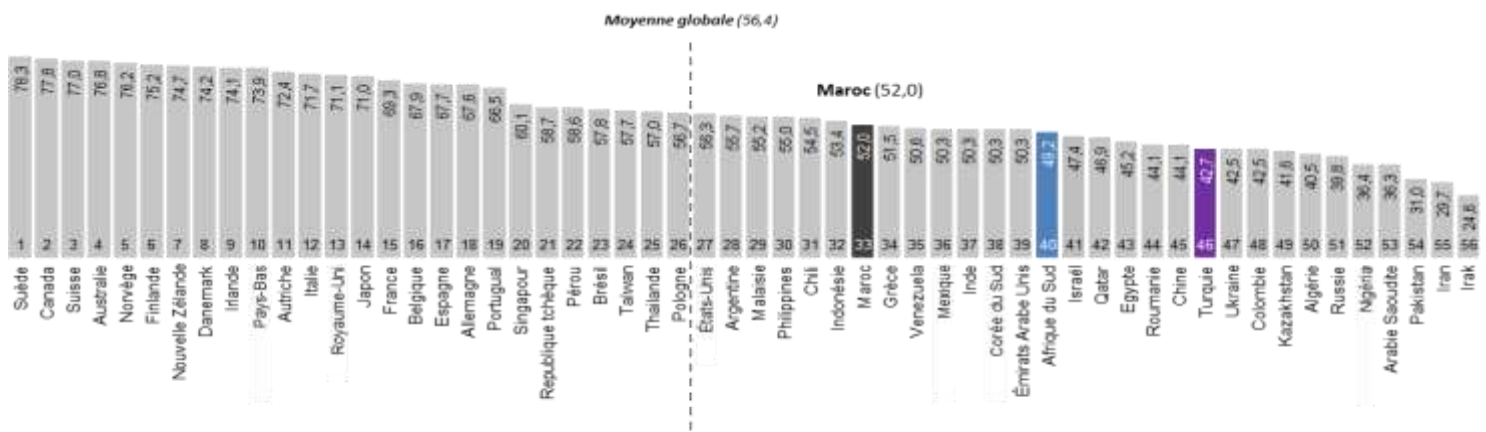
L'Iran et l'Irak occupent les dernières positions du classement, tout comme certaines grandes puissances, en l'occurrence la Russie et la Chine. La Russie, qui occupe la 65^{ème} place, est le pays du G-8 le moins bien classé, ne dépassant que le Pakistan, l'Iran et l'Irak. Pour sa part, la Chine occupe la 57^{ème} place du classement.

Le Maroc occupe une position moyenne, à 1,3 point de la moyenne générale des 70 pays examinés, ce qui n'est pas une différence statistiquement significative. Le Royaume figure parmi les 39 pays ayant la meilleure réputation, au même niveau que l'Indonésie et la Grèce.

"Reputation Institute" publie tous les ans un classement de la réputation des pays, avec le PIB le plus élevé auprès des pays du G-8. Le Maroc n'est pas inclus dans ce classement, mais si tel était le cas, il occuperait la 33^{ème} place sur un total de 56 pays, soit une position plus favorable que la 39^{ème} place qu'il occupe dans ce classement de 70 pays.

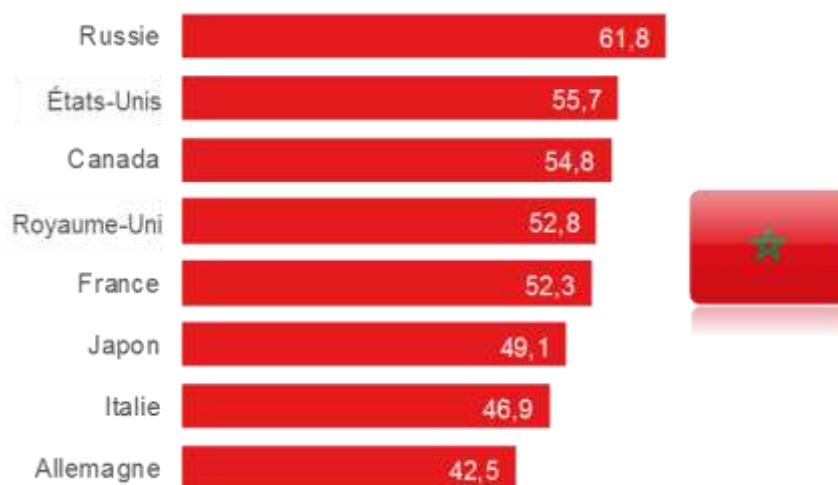
Comme en 2015, la réputation du Maroc auprès des pays du G-8, au titre de l'année 2016, est plus favorable que celle des BRICs, hormis le Brésil. Elle dépasse la réputation de l'ensemble des pays de la région MENA et celle des grands pays d'Afrique subsaharienne, retenus dans l'échantillon.

Réputation des 55 pays avec le PIB plus élevé + Maroc dans les pays du G-8



En analysant la perception du Maroc par chaque pays du G-8, la Russie est le pays dont la perception est la plus positive, suivie des Etats-Unis, du Canada et du Royaume-Uni. En revanche, l'Allemagne est le pays du G-8 dont la perception à l'égard du Maroc est la plus négative, avec une note inférieure à 43 points.

Réputation du Maroc dans chaque pays du G-8



2.2. Forces et faiblesses du Maroc perçues par les pays du G-8

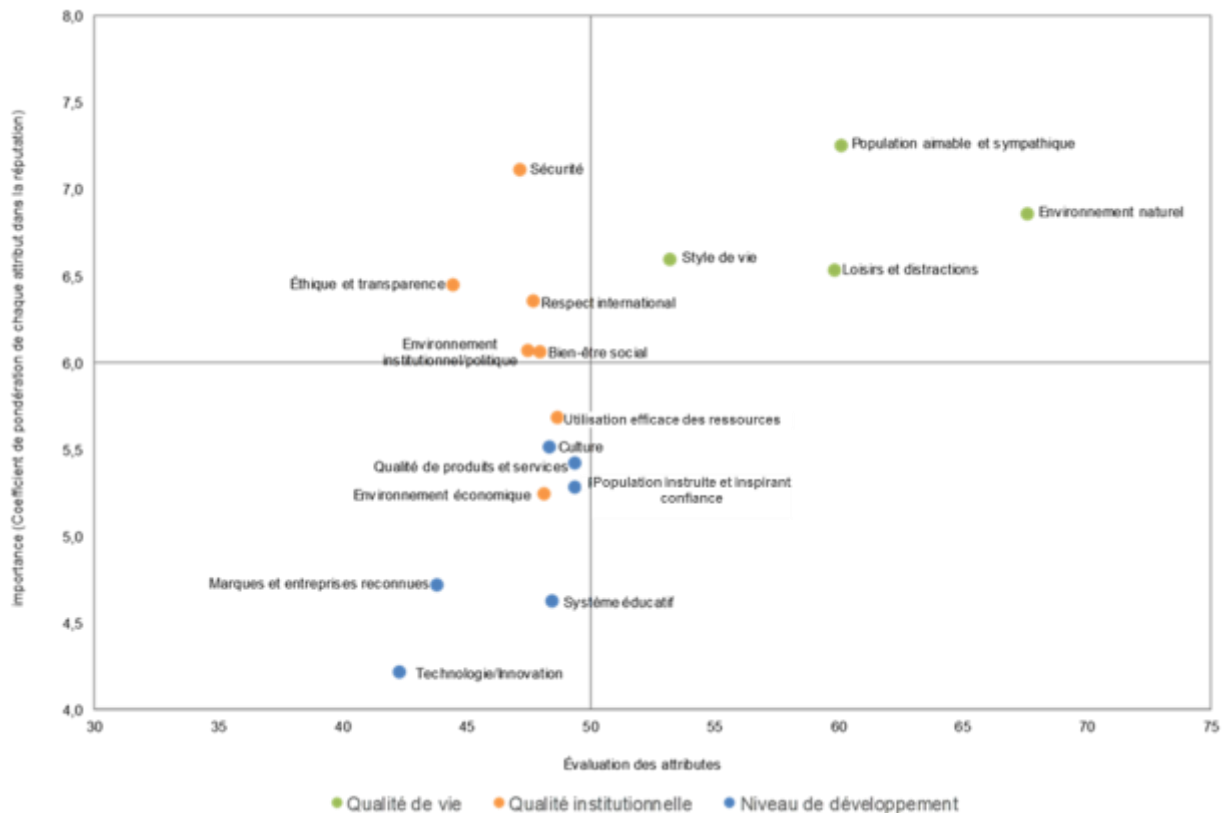
Après l'analyse globale de la réputation du Maroc, l'étude "Country RepTrak®" a examiné en détails les attributs qui permettent de cerner les forces et les faiblesses du Royaume, au titre de sa réputation.

En termes absolus, dans le cas du Maroc, les attributs de la dimension "Qualité de Vie" sont les mieux perçus dans les pays du G-8. En effet, ce sont les quatre attributs de cette dimension qui reçoivent les scores les plus élevés :

- Environnement naturel (67,6 points sur 100).
- Population aimable et sympathique (60,1 points sur 100).
- Loisirs et distractions (59,9 points sur 100).
- Style de vie (53,2 points sur 100).

Ces quatre attributs sont, d'ailleurs, essentiels pour déterminer la réputation d'un pays vu leur coefficient de pondération, variant de 6,5 à 7,3%. Ce niveau maximal correspond, aussi, à titre d'illustration, au poids de l'attribut "Population aimable et sympathique".

Forces et faiblesses du Maroc dans les pays du G-8



En revanche, les attributs de la dimension "Niveau de développement" affichent des scores relativement faibles :

- Technologie et innovation (42,3 points sur 100).
- Marques et entreprises reconnues (43,8 points sur 100).
- Qualité des produits et services (49,4 points sur 100).
- Système éducatif (48,5 points sur 100).
- Culture (48,3 point sur 100).

Trois attributs de la dimension "Qualité institutionnelle" représentent, aussi, des faiblesses concernant la réputation du Maroc auprès des pays du G-8 :

- Environnement économique (48,1 points sur 100).
- Bien-être social (47,9 points sur 100).
- Environnement institutionnel/politique (47,5 points sur 100).

L'annexe 1 récapitule l'analyse détaillée, en termes absolus, de chacun des 17 attributs de la réputation du Maroc dans les pays du G-8.

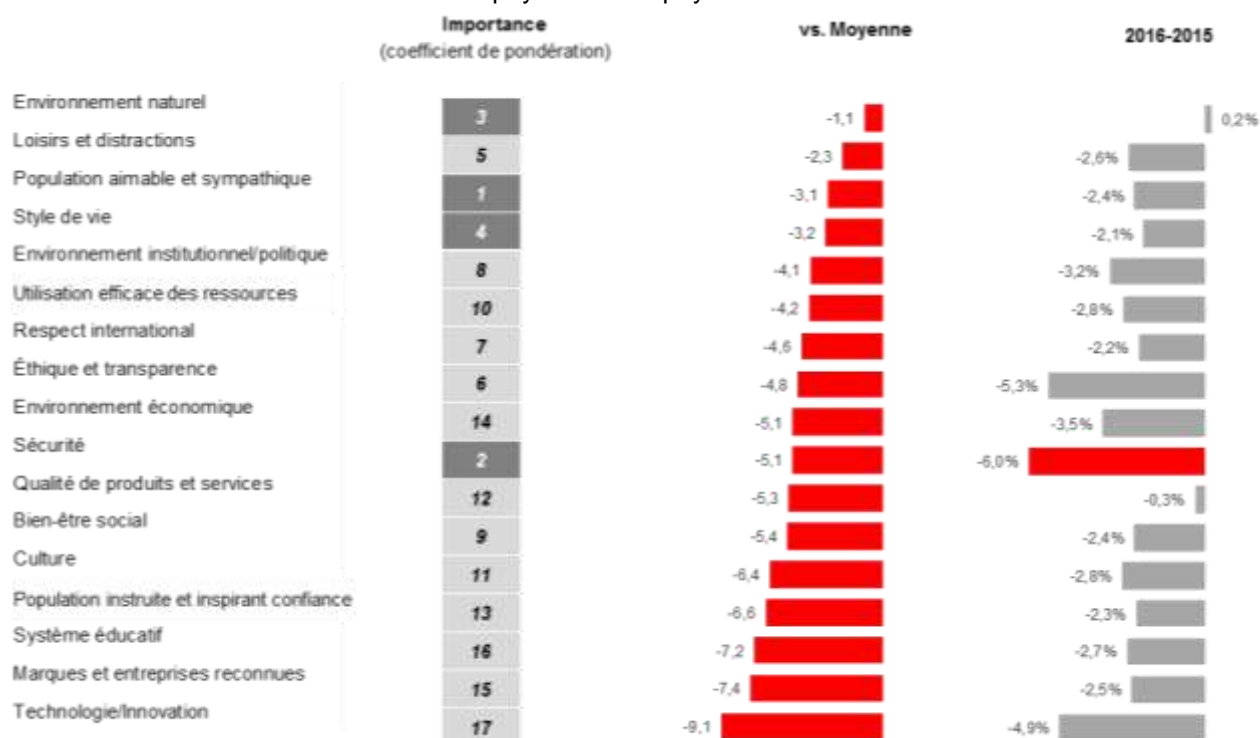
L'examen des scores obtenus par le Maroc au niveau des 17 attributs par rapport à la moyenne des 70 pays évalués permet de relever, encore une fois, que les points forts du Royaume résident dans la dimension "Qualité de vie" et dans les attributs "Environnement naturel" et "Loisirs et distractions". En revanche, les insuffisances en termes de réputation du Maroc concernent la dimension "Niveau de développement" et les attributs "Environnement économique" et "Utilisation efficace des ressources".

L'analyse individuelle des 17 attributs de la réputation du Royaume dans les pays du G-8 fait ressortir que les scores du Maroc se situent, dans l'ensemble, en deçà de la moyenne globale des 70 pays examinés. L'attribut "Technologie/innovation" a affiché, en 2016, le score le plus faible, avec un écart de 9,1 points par rapport à la moyenne mondiale.

De tels résultats laissent suggérer que les citoyens des pays du G-8 perçoivent davantage le Maroc comme une destination touristique attractive, plutôt que comme un acteur actif de l'économie mondiale, ce qui est corroboré par le comportement de soutien, ayant trait à la recommandation de visiter le Royaume.

Comparativement à 2015, l'écart par rapport à la moyenne mondiale s'est creusé en 2016, quoique dans des proportions différenciées d'un attribut à l'autre. Les attributs "Technologie/innovation", "Qualité des produits et services" et "Ethique/transparence" enregistrent, respectivement, les écarts les plus importants, dénotant ainsi d'une détérioration de la perception du Maroc par les citoyens des pays du G-8 au niveau de ces attributs.

Evaluation des caractéristiques du Maroc par rapport à la moyenne de l'ensemble des pays dans les pays du G-8



Echelle de notation: 0-100.

Une différence dans la notation est statistiquement significative si la valeur en termes absolu est supérieure à 2,9 points

La comparaison des scores obtenus par le Maroc pour chacun des 17 attributs avec ceux obtenus par l'Afrique du Sud, la Turquie, le Chili et le Mexique montre que le Maroc est, en général, le deuxième pays le mieux perçu par les citoyens des pays du G-8, juste derrière le Chili.

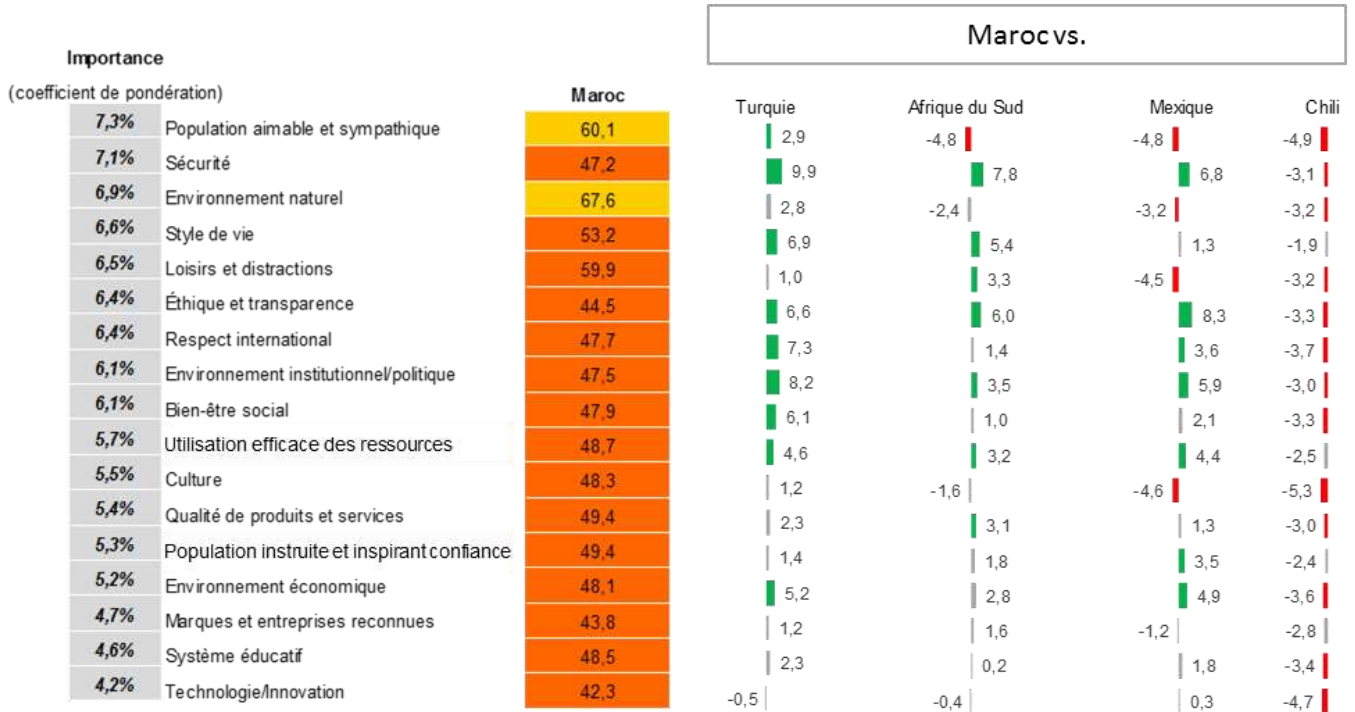
L'écart entre les scores du Maroc et ceux de la Turquie est minime, ne dépassant pas un point de différence pour les deux caractéristiques "Loisirs et distractions" et "Technologie/innovation". La perception des deux pays par rapport à ces caractéristiques est donc similaire. Par rapport aux autres caractéristiques, force est de constater que la différence est toujours en faveur du Maroc.

La comparaison entre le Maroc et l'Afrique du Sud permet de mettre en exergue une différence positive notable de 7,8 points en faveur du Royaume concernant l'attribut "Sécurité". Le Maroc est mieux perçu que l'Afrique du Sud, en général, sauf pour l'attribut "Population aimable et sympathique" qui est largement en faveur de l'Afrique du Sud.

Alors que le Maroc se démarque notablement de l'Afrique du Sud, tel n'est pas le cas avec le Mexique. Les scores sont équilibrés entre les deux pays, avec un léger avantage pour le Maroc.

Enfin, le Chili est le seul pays parmi les quatre de l'échantillon dont la réputation est supérieure à celle du Maroc, au niveau des 17 attributs examinés.

Evaluation des caractéristiques du Maroc par rapport à la Turquie, à l'Afrique du Sud, au Mexique et au Chili dans les pays du G-8



Échelle de notation: 0-100.

Une différence dans la notation est statistiquement significative si la valeur en termes absolu est supérieure à 2,9 points.

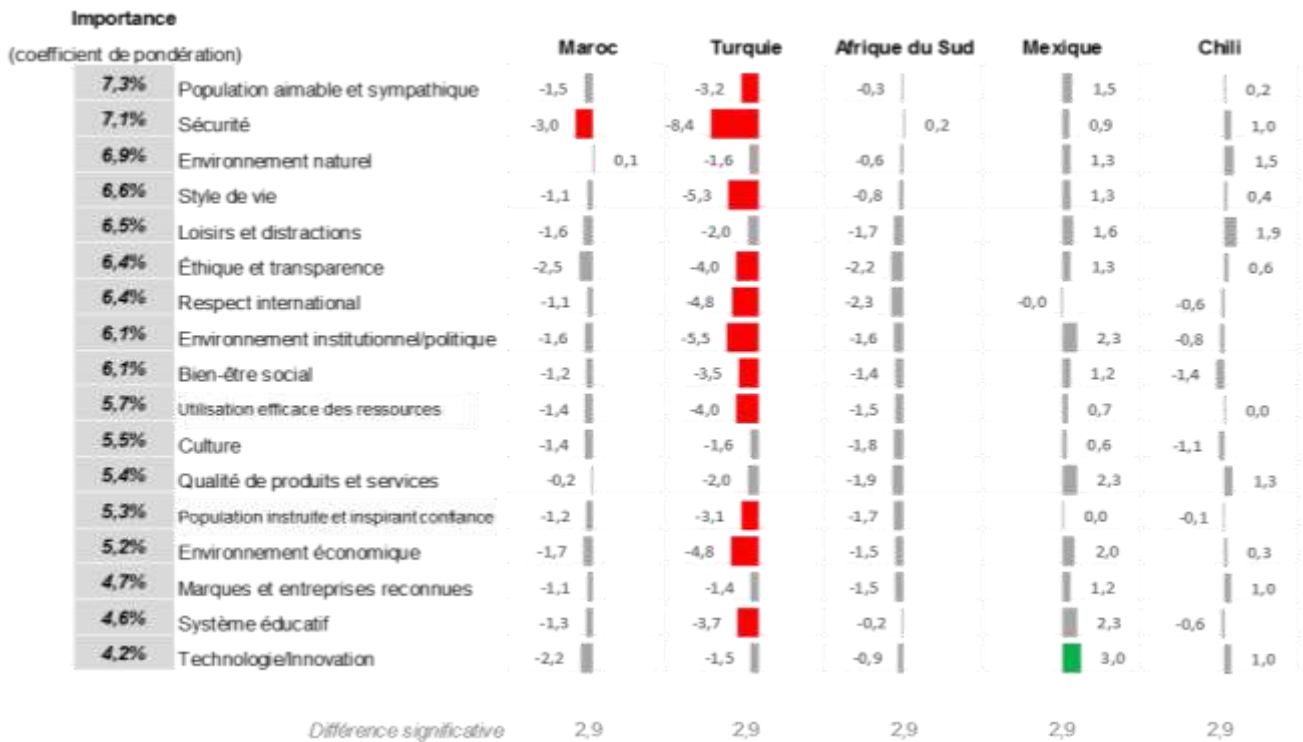


Le graphique suivant présente l'évolution entre 2015 et 2016, au niveau de l'évaluation de chaque attribut, pour ce qui est des pays de comparaison.

La Turquie est le pays qui a connu la plus forte baisse, notamment dans les domaines "Sécurité" (-8,4 points), "Environnement institutionnel/politique" (-5,5 points) et "Style de vie" (-5,3 points).

La réputation du Maroc a légèrement baissé au niveau de la plupart des variables analysées. Cette baisse n'est pas statistiquement significative, sauf pour l'attribut "Sécurité" (-3 points), qui a connu un net repli.

Différences entre les évaluations des caractéristiques du Maroc en 2015 et 2016 dans les pays du G-8



2.3. Comportements de soutien à l'égard du Maroc dans les pays du G-8

En plus de l'analyse de la réputation du Maroc par attribut, l'étude a permis de faire ressortir le comportement des citoyens du G-8 envers le Royaume, en se référant à un ensemble de variables, appelées comportements de soutien.

L'annexe 2 dresse en détails les scores obtenus dans chacune de ces variables pour les 70 pays examinés.

Comportements de soutien à l'égard du Maroc par rapport à la moyenne de l'ensemble des pays
Evaluation des ressortissants des pays du G-8



Le Maroc jouit d'une meilleure évaluation au niveau du comportement de soutien ayant trait à la recommandation de visiter le pays. Toutefois, cette évaluation se situe, globalement, à un niveau inférieur par rapport à la moyenne mondiale.

En conformité avec la réputation positive du Maroc, relative aux attributs de la dimension "Qualité de vie", ce sont les comportements de soutien "Je recommanderais de visiter le pays" et "Je recommanderais d'assister à des événements dans le pays" qui obtiennent de meilleures évaluations. En revanche, le comportement de soutien "Je recommanderais d'étudier dans le pays" représente un point faible pour le Maroc, tout comme les attributs "Système éducatif" et "Population instruite et inspirant confiance".

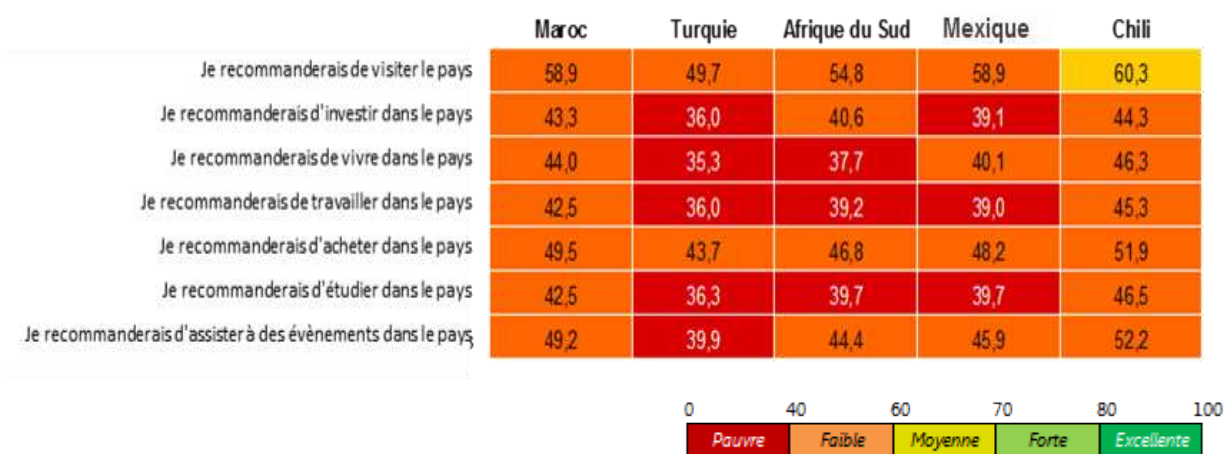
Volonté de soutenir le Maroc par rapport à la Turquie, à l'Afrique du Sud, au Mexique et au Chili

En comparant les scores affichés par le Maroc dans les comportements de soutien par rapport à ceux obtenus par la Turquie, l'Afrique du Sud, le Mexique et le Chili, les citoyens des pays du G-8 considèrent que le Maroc est plus compétitif que les trois premiers pays.

La recommandation de vivre dans le pays est la variable qui représente le plus grand avantage compétitif du Maroc par rapport à l'Afrique du Sud tandis que le plus grand avantage du Maroc par rapport à la Turquie réside dans l'intention des citoyens des pays du G-8 d'assister à des événements au Maroc. Par rapport au Mexique, la volonté d'investir dans le pays est le comportement qui est le plus en faveur du Maroc.

En comparaison avec le Chili, les variables portant sur la recommandation d'étudier et d'assister à des événements au Maroc affichent un écart relativement important. Ces variables constituent des domaines auxquels le Maroc devrait apporter des améliorations significatives pour renforcer sa réputation internationale.

Comportements de soutien à l'égard du Maroc par rapport à la Turquie et à l'Afrique du Sud dans les pays du G-8



L'évolution des comportements de soutien à l'égard de chaque pays est conforme aux niveaux de perception. Ainsi, la Turquie est le pays où la baisse est la plus importante, surtout par rapport aux comportements "Je recommanderais de visiter le pays" et "Je recommanderais d'assister à des événements dans le pays". Le Maroc connaît une baisse similaire concernant ces mêmes variables, mais celle-ci est moins significative que dans le cas de la Turquie.

Différence entre les comportements de soutien en 2016 et 2015 dans les pays du G-8

	Maroc	Turquie	Afrique du Sud	Mexique	Chili
Je recommanderais de visiter le pays	-3,5	-7,4	0,3	0,7	-2,2
Je recommanderais d'investir dans le pays	-2,4	-4,3	-1,5	1,2	-1,1
Je recommanderais de vivre dans le pays	-1,8	-4,1	-2,0	1,3	0,4
Je recommanderais de travailler dans le pays	-2,7	-4,0	-1,3	1,9	-0,4
Je recommanderais d'acheter dans le pays	-1,7	-4,0	-0,7	1,9	-0,9
Je recommanderais d'étudier dans le pays	-1,4	-3,7	-0,8	1,0	-0,2
Je recommanderais d'assister à des événements dans le pays	-2,9	-5,4	-1,6	-1,2	1,5
<i>Différence significative</i>	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9

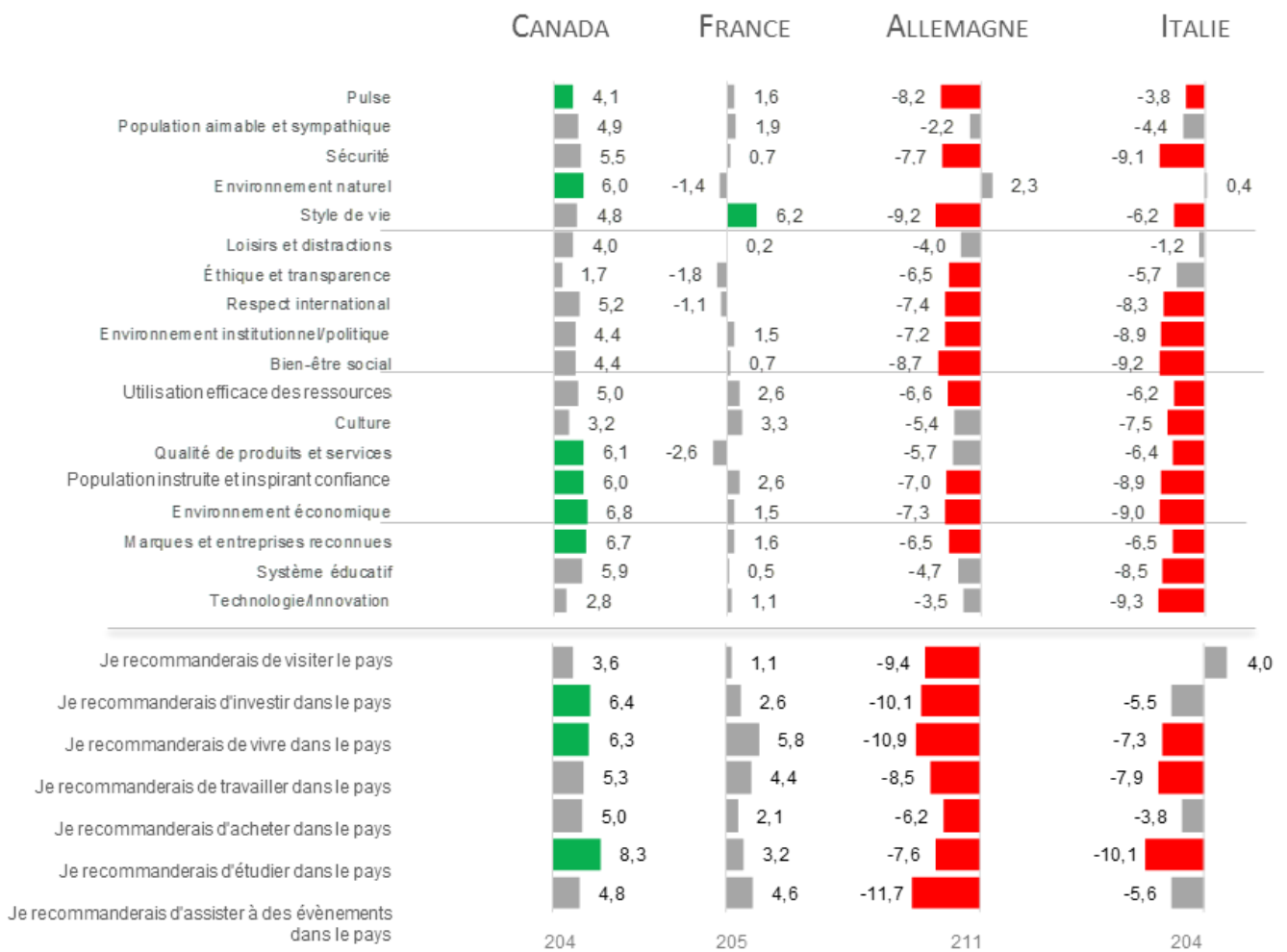
Les graphiques suivants présentent, d'une part, le profil du Maroc dans chaque pays du G-8 et, d'autre part, une comparaison entre l'évaluation du Maroc, le pays de référence et la moyenne des évaluations, effectuées dans l'ensemble des pays où la réputation du Maroc a été analysée.

Parmi les pays du G-8, le Maroc obtient la meilleure appréciation de la part de la Russie et des Etats-Unis pour l'ensemble des attributs. Les personnes interrogées en Russie, notamment, accordent des scores supérieurs à la moyenne en ce qui concerne les attributs "Environnement naturel" (+14,4), "Respect international" (+11,4), "Culture" (+11,4) et "Sécurité" (+11,4). Les personnes interrogées aux Etats-Unis estiment que la réputation du Maroc est supérieure à celle des pays du benchmark dans les domaines de l'innovation (+10,2) et du style de vie (+9,3).

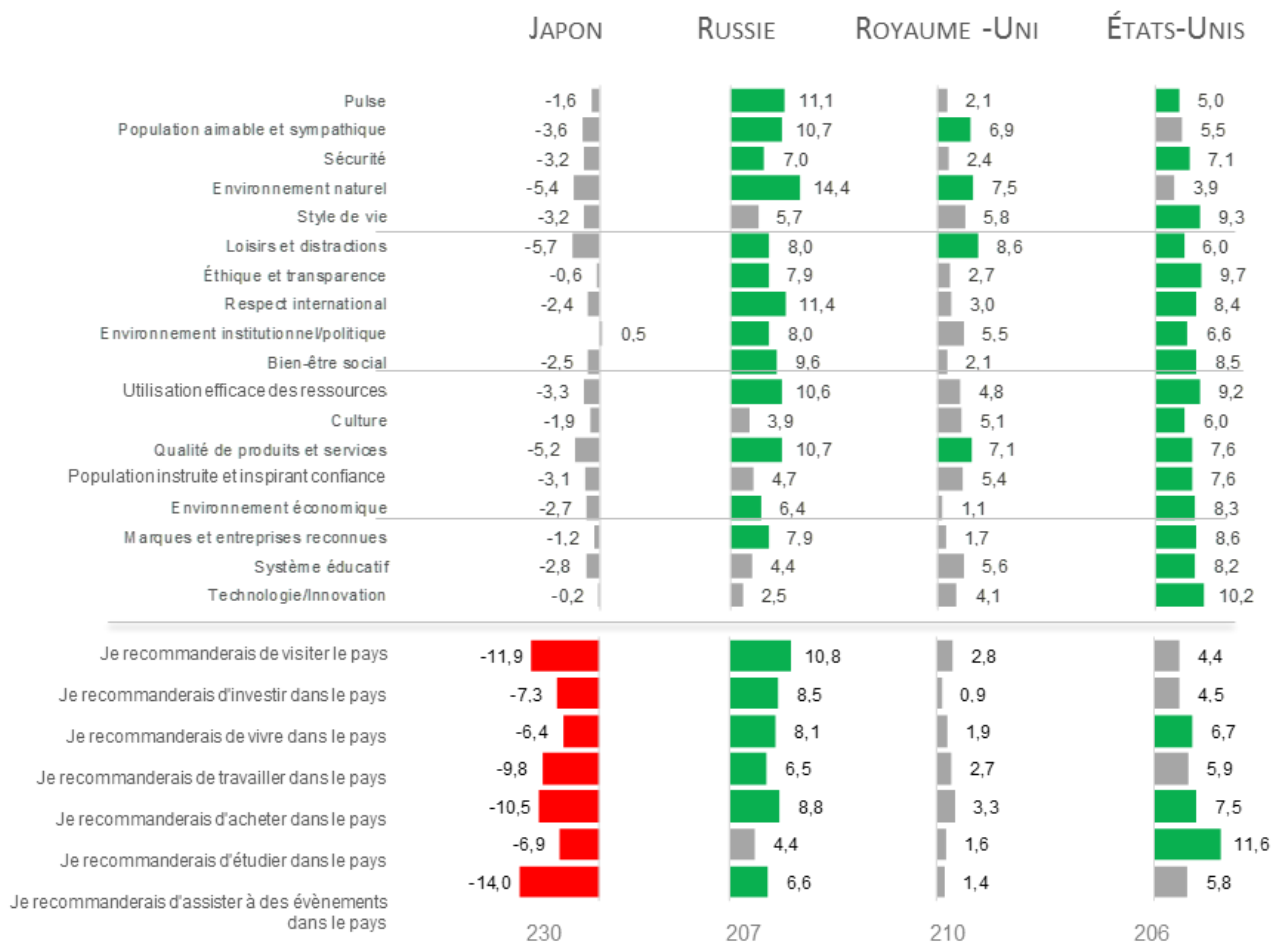
Par contre, les scores les plus faibles obtenus par le Maroc sur l'ensemble des attributs, émanent des citoyens de l'Allemagne et de l'Italie.

En termes de comportements de soutien, les citoyens de Russie attribuent des appréciations très positives au Maroc tandis que les citoyens de l'Allemagne et du Japon affichent des comportements de soutien, sensiblement inférieurs à ceux émanant des autres pays où la réputation du Maroc a été examinée.

La réputation du Maroc dans chaque pays du G-8 par rapport à la moyenne de l'ensemble des pays où cette réputation a été analysée



Une différence dans la notation est statistiquement significative si la valeur en termes absolu est supérieure à 3,0 points par le Pulse et 6,0 par des attributs.

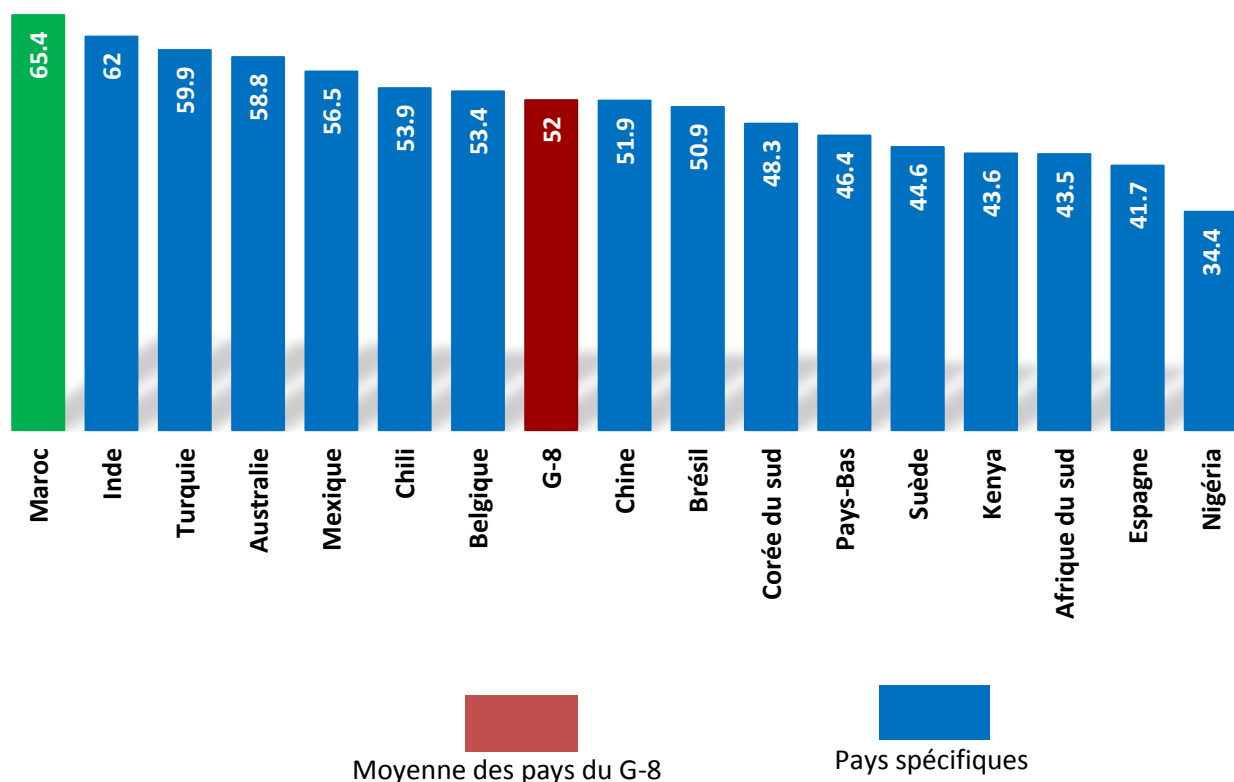


Une différence dans la notation est statistiquement significative si la valeur en termes absolu est supérieure à 3,0 points par le Pulse et 6,0 par des attributs.

3. La réputation du Maroc autre que dans les pays du G-8

3.1. Réputation du Maroc dans 15 pays spécifiques

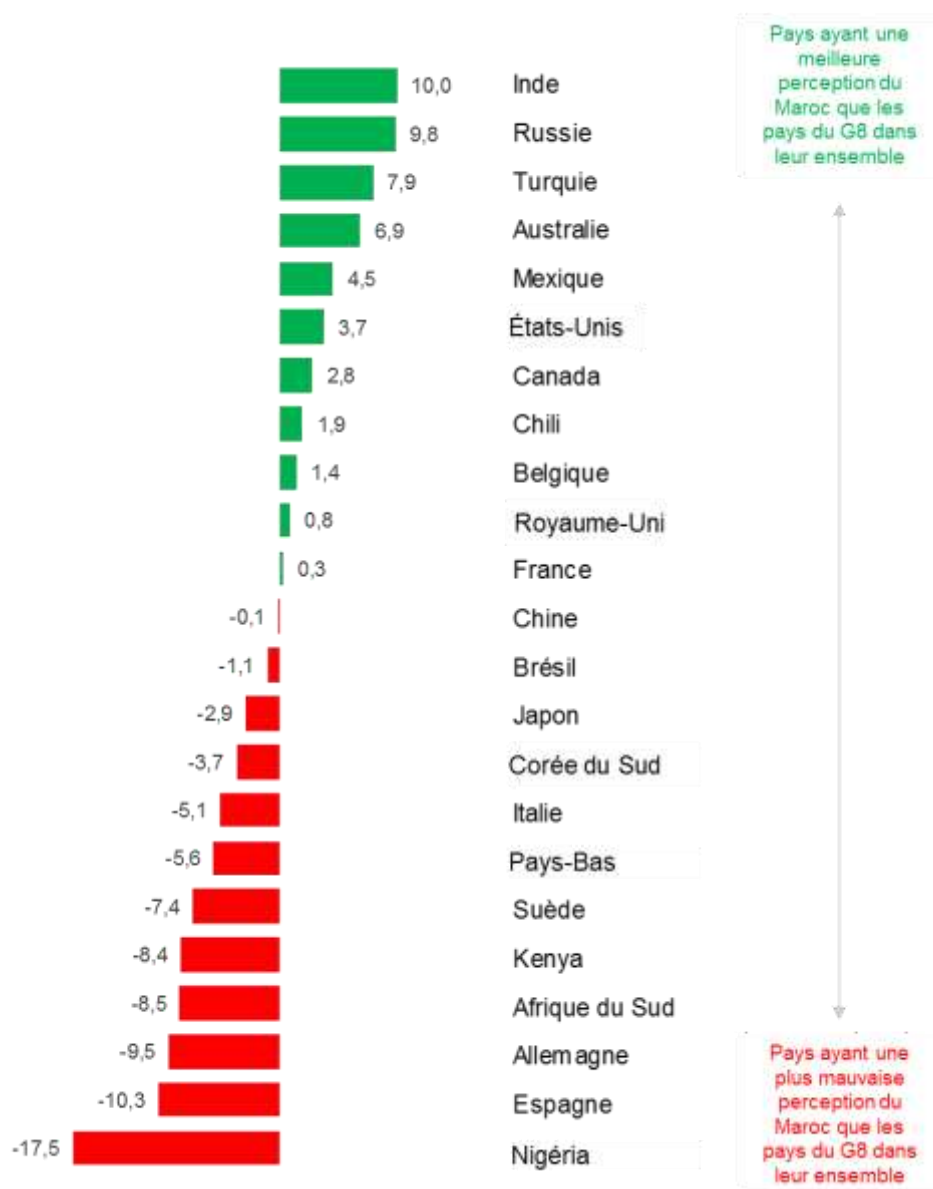
La réputation du Maroc dans différents pays – Situation en 2016



En 2016, l'Inde et la Turquie sont parmi les pays spécifiques ayant la meilleure perception du Maroc, avec un score autour de 60 points, selon l'indice "Country RepTrak® Pulse". En bas du classement, l'Espagne et le Nigéria ont la perception la moins favorable du Maroc, avec, respectivement, 41,7 points et 34,4 points.

Des différences peuvent être observées entre l'évaluation individuelle de certains pays spécifiques et l'évaluation moyenne des pays du G-8. L'Afrique du Sud et l'Espagne, notamment, ont une faible perception du Maroc par rapport aux pays du G-8 dans leur ensemble. La note accordée par les citoyens du Nigéria au Maroc est inférieure de plus de 17 points à la moyenne du G-8. Par ailleurs, l'Australie, le Mexique, le Chili et la Belgique ont une meilleure perception du Maroc que les pays du G-8 dans leur ensemble, comme il ressort du graphique suivant :

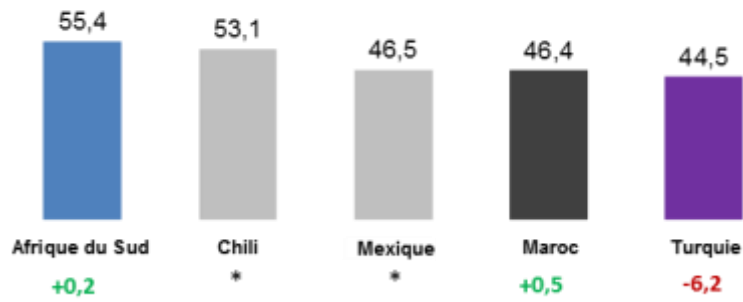
La réputation du Maroc dans différents pays – Situation en 2016



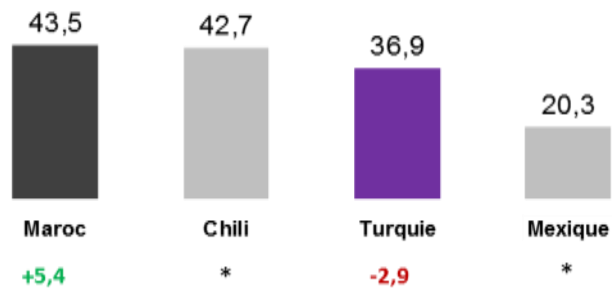
Dans cette partie du rapport, il est procédé à une analyse approfondie de la réputation du Maroc aux Pays-Bas, en Afrique du Sud et en Turquie.

La meilleure perception du Maroc émane de la Turquie, avec un score de 59,9 points sur 100 contre un score de 46,4 points accordé par les citoyens des Pays-Bas. Le score le plus faible du Maroc est attribué par l'Afrique du Sud, soit 43,5 points.

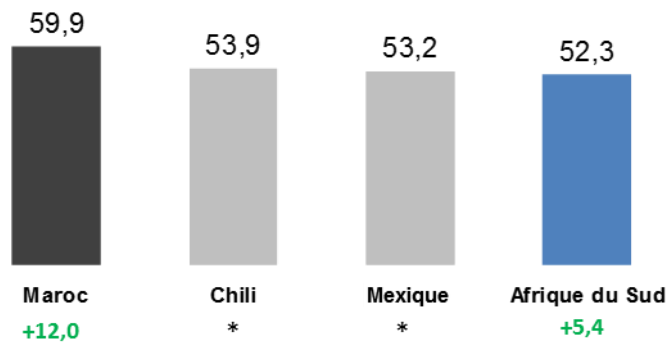
Indice "Country RepTrak®" aux Pays-Bas



Indice "Country RepTrak®" en Afrique du Sud



Indice Country RepTrak® en Turquie



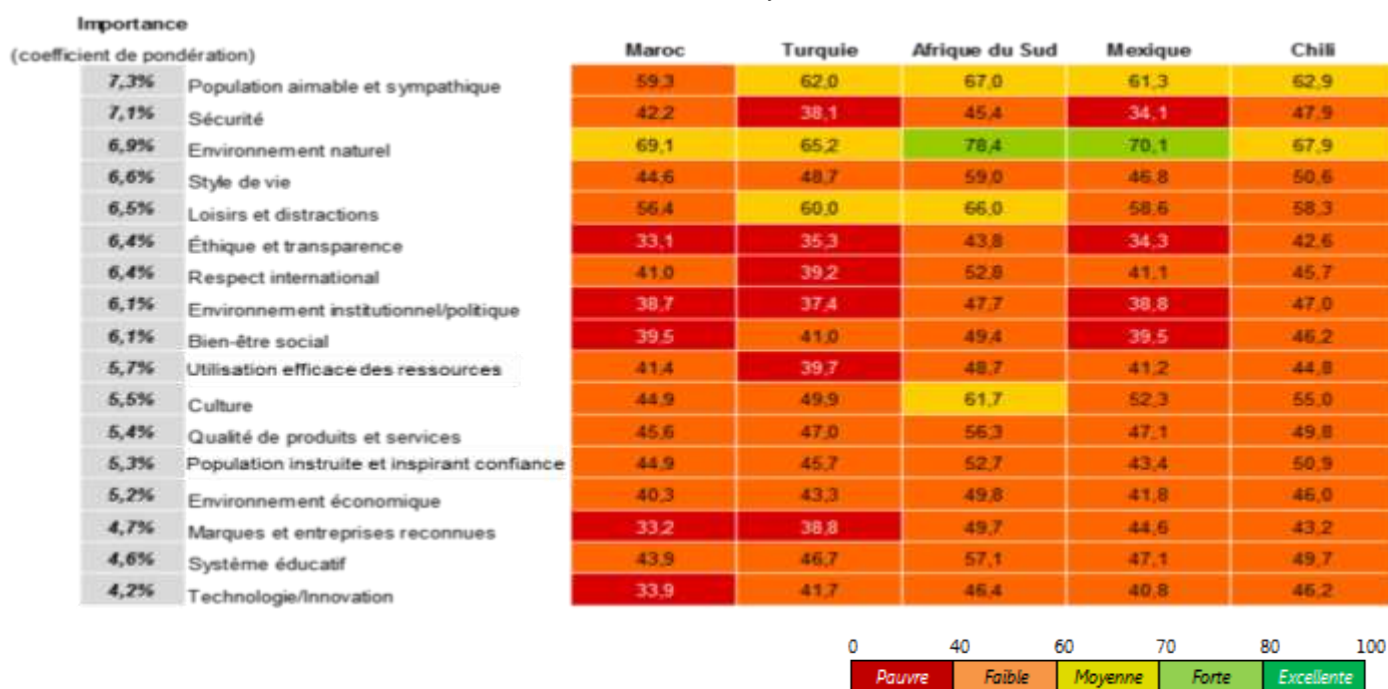
3.2. Forces et faiblesses du Maroc perçues par les Pays-Bas, l'Afrique du Sud et la Turquie

Pays-Bas

Les Pays-Bas ont une meilleure perception de l'Afrique du Sud et du Chili que du Maroc et ce, dans de nombreux domaines.

Les personnes interrogées aux Pays-Bas ont une perception négative de l'ensemble des attributs qui composent la réputation du Maroc, à l'exception des attributs "Environnement naturel" et "Population aimable et sympathique". Les attributs "Éthique et transparence", "Marques et entreprises reconnues" et "Technologie/innovation" représentent les domaines où la réputation du Maroc, selon par les citoyens des Pays-Bas, est la plus basse.

Evaluation des caractéristiques du Maroc par rapport à la Turquie et à l'Afrique du Sud aux Pays-Bas



Comparativement à l'année 2015, la réputation du Maroc aux Pays-Bas en 2016 demeure encore faible. Hormis la légère amélioration, constatée au niveau de certains attributs, la perception du Maroc par les citoyens de ce pays a baissé, y compris pour l'attribut "Sécurité". Cette évolution reste, toutefois, largement inférieure à ce qui est observé dans le cas de la Turquie où cet attribut a connu une chute de 14,6 points entre 2015 et 2016.

Par contre, la réputation de l'Afrique du Sud aux Pays-Bas a connu une amélioration entre 2015 et 2016 au niveau de la plupart des attributs.

Différences entre les évaluations de caractéristiques en 2015 et 2016 aux Pays Bas

Importance (coefficient de pondération)		Maroc	Turquie	Afrique du Sud
7,3%	Population aimable et sympathique	0,3	-2,2	5,7
7,1%	Sécurité	-3,8	-14,6	4,5
6,9%	Environnement naturel	2,6	-2,8	3,3
6,6%	Style de vie	0,8	-5,0	4,4
6,5%	Loisirs et distractions	1,0	-3,2	4,5
6,4%	Éthique et transparence	-4,3	-6,4	1,4
6,4%	Respect international	-3,8	-7,9	3,1
6,1%	Environnement institutionnel/politique	-2,5	-7,3	3,9
6,1%	Bien-être social	-2,9	-5,9	1,5
5,7%	Utilisation efficace des ressources	-2,5	-4,6	2,0
5,5%	Culture	-0,7	-1,8	5,3
5,4%	Qualité de produits et services	-1,6	-3,6	2,7
5,3%	Population instruite et inspirant confiance	0,9	-5,5	4,4
5,2%	Environnement économique	-4,1	-8,4	-0,8
4,7%	Marques et entreprises reconnues	-5,3	-6,3	2,3
4,6%	Système éducatif	-1,4	-4,4	3,3
4,2%	Technologie/Innovation	-5,0	-6,2	0,7
<i>Différence significative</i>		8,5	8,5	8,5

Afrique du Sud

Les personnes interrogées en Afrique du Sud ont une meilleure image du Maroc que de leur propre pays dans certains attributs, notamment ceux ayant trait à la sécurité, à l'éthique et à la transparence, au respect international, à l'environnement institutionnel, au bien-être social et à l'utilisation efficace des ressources. En revanche, elles ont une meilleure perception de leur environnement naturel que de celui du Maroc et estiment que les loisirs et distractions sont davantage reconnus en Afrique du Sud qu'au Maroc.

Evaluation des caractéristiques du Maroc par rapport à la Turquie et à l'Afrique du Sud en Afrique du Sud

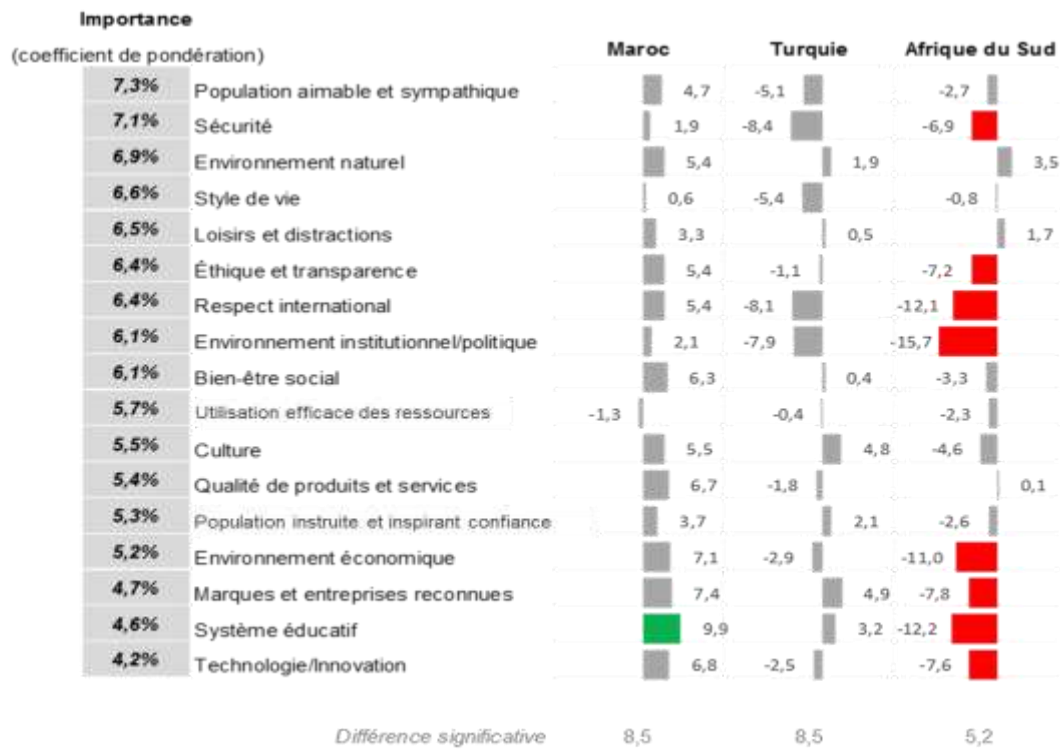
Importance (coefficient de pondération)		Maroc	Turquie	Afrique du Sud	Mexique	Chili
7,3%	Population aimable et sympathique	53,8	45,1	54,8	45,8	53,1
7,1%	Sécurité	36,7	33,3	5,6	12,3	39,4
6,9%	Environnement naturel	62,8	59,4	80,9	54,1	57,7
6,6%	Style de vie	43,5	40,2	49,1	30,2	47,9
6,6%	Loisirs et distractions	55,4	57,3	68,6	49,9	48,1
6,4%	Éthique et transparence	35,8	31,4	0,0	1,8	33,0
6,4%	Respect international	39,7	34,2	19,4	15,6	34,6
6,1%	Environnement institutionnel/politique	38,7	34,0	0,0	11,1	37,9
6,1%	Bien-être social	39,7	35,7	22,2	19,9	38,2
5,7%	Utilisation efficace des ressources	34,9	36,5	4,7	19,2	39,5
5,5%	Culture	42,0	43,1	44,9	28,0	36,7
5,4%	Qualité de produits et services	42,4	42,3	44,0	24,0	36,5
5,3%	Population instruite et inspirant confiance	41,4	40,9	25,9	19,4	38,8
5,2%	Environnement économique	40,5	36,3	18,1	20,5	38,7
4,7%	Marques et entreprises reconnues	32,4	36,3	36,1	22,5	33,1
4,6%	Système éducatif	42,6	44,8	23,8	19,7	37,8
4,2%	Technologie/Innovation	28,9	31,5	28,7	11,7	30,5

0 40 60 70 80 100
Pauvre Faible Moyenne Forte Excellente

Alors que la réputation de la Turquie a baissé en Afrique du Sud entre 2015 et 2016, celle du Maroc s'est améliorée, au titre de l'ensemble des attributs, notamment pour l'attribut "Système éducatif" qui a enregistré un net rebond, avec un écart positif de 9,9 points.

Quant à la réputation interne de l'Afrique du Sud, elle a reculé entre 2015 et 2016, au niveau de la majorité des attributs, particulièrement pour ce qui est des attributs "Environnement institutionnel/politique" (-15,7 points), "Système éducatif" (-12,2 points) et "Respect international" (-12,1 points).

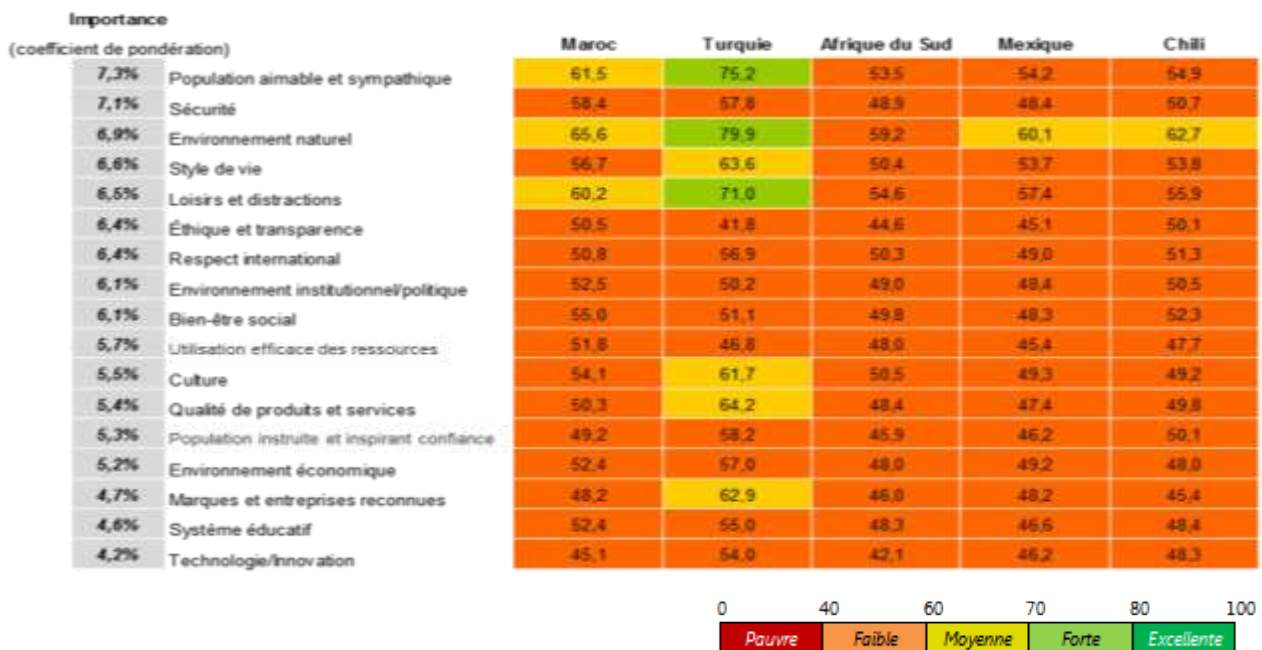
Différences entre les évaluations des caractéristiques en 2015 et 2016 en Afrique du Sud



Turquie

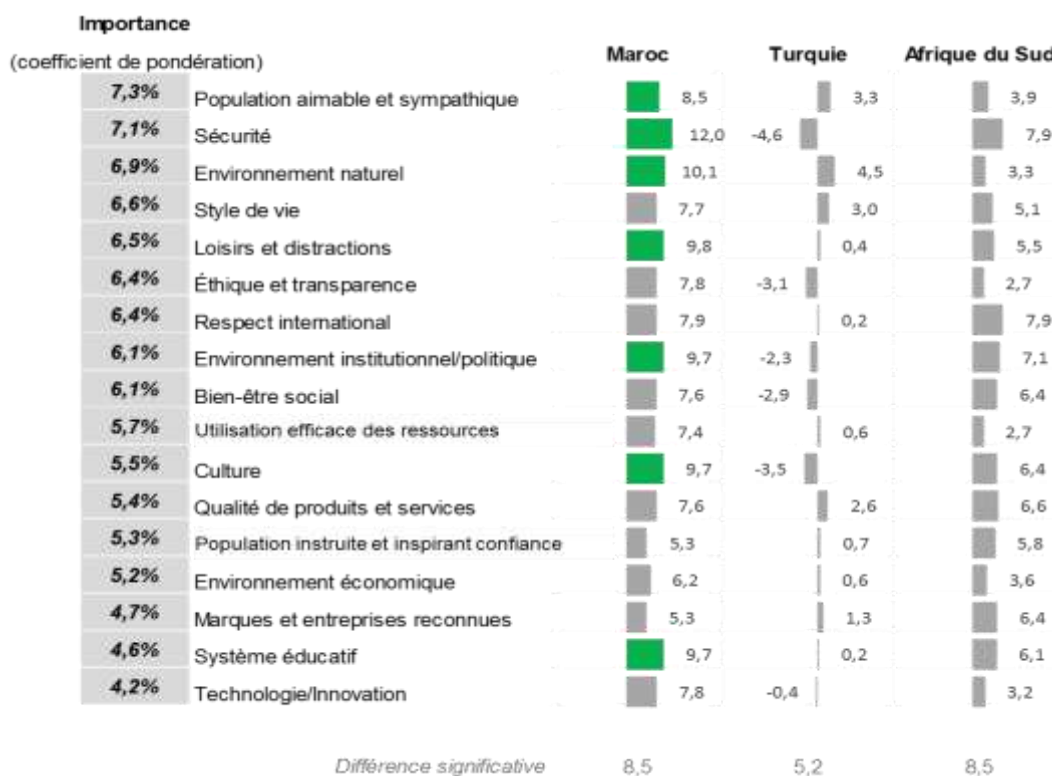
La réputation du Maroc en Turquie est légèrement supérieure à celle de l'Afrique du Sud, du Chili et du Mexique et ce, pour la plupart des attributs.

Evaluation des caractéristiques du Maroc par rapport à la Turquie et à l'Afrique du Sud en Turquie



Si les résultats de 2016 par rapport à ceux de l'année 2015 sont comparés, il apparaît que la réputation du Maroc s'est améliorée en Turquie, en particulier dans les domaines de la sécurité (+12 points) et de l'environnement naturel (+10,1 points).

Différences entre les évaluations de caractéristiques en 2015 et 2016 en Turquie

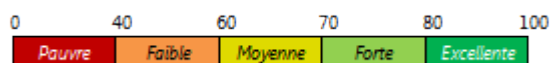


3.3. Comportements de soutien à l'égard du Maroc aux Pays-Bas, en Afrique du Sud et en Turquie

Les personnes interrogées aux Pays-Bas ont un comportement de soutien plus favorable envers l'Afrique du Sud, la Turquie, le Chili et le Mexique, comparativement au Maroc. Ce résultat concerne l'ensemble des comportements de soutien.

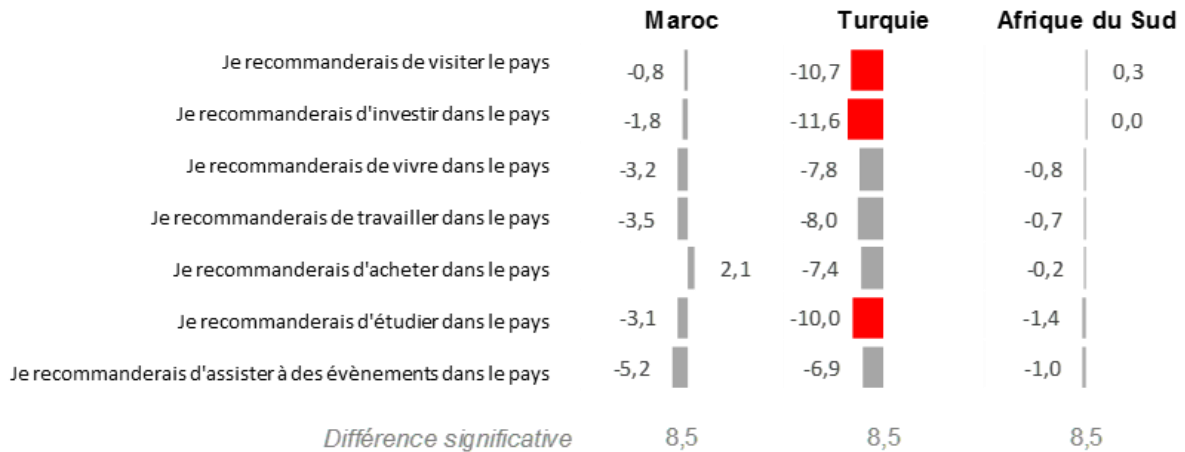
Comportements de soutien à l'égard du Maroc par rapport à la Turquie et à l'Afrique du Sud aux Pays-Bas

	Maroc	Turquie	Afrique du Sud	Mexique	Chili
Je recommanderais de visiter le pays	50,9	52,8	67,8	55,3	60,1
Je recommanderais d'investir dans le pays	32,8	34,8	49,0	39,1	44,5
Je recommanderais de vivre dans le pays	29,7	34,7	45,5	35,1	41,3
Je recommanderais de travailler dans le pays	29,1	36,0	47,5	37,2	44,2
Je recommanderais d'acheter dans le pays	44,1	44,8	56,2	47,2	51,2
Je recommanderais d'étudier dans le pays	29,6	35,1	49,3	39,4	44,2
Je recommanderais d'assister à des événements dans le pays	33,3	41,7	53,9	44,4	47,0



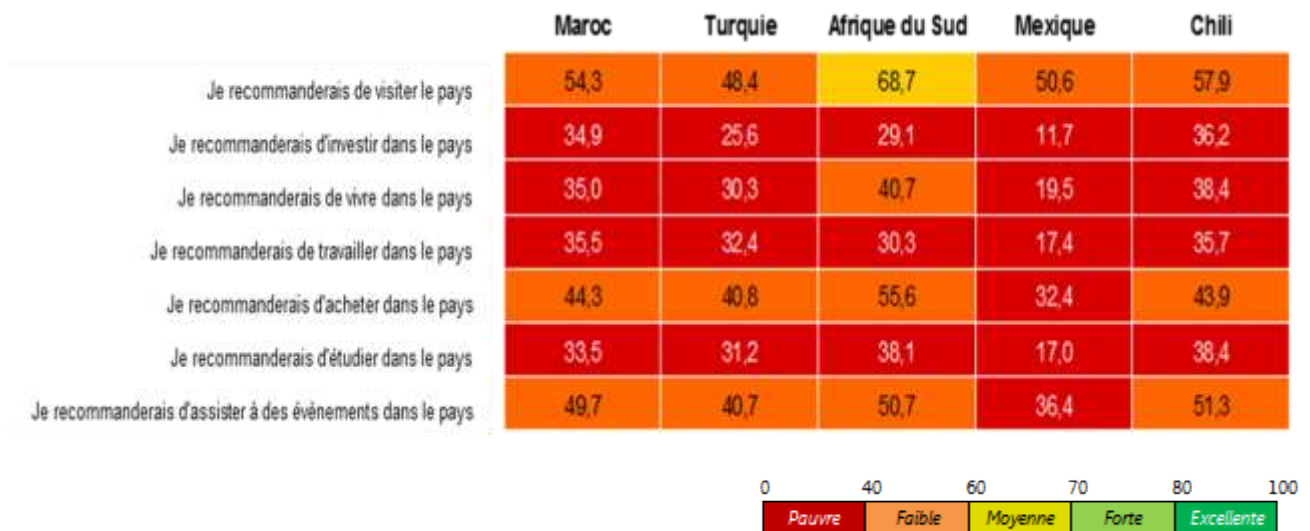
Par rapport à 2015, la Turquie a connu en 2016 une détérioration significative au titre de l'ensemble des comportements de soutien, émanant des citoyens des Pays-Bas, notamment les comportements suivants : "Je recommanderais de vivre dans le pays" (-11,6 points), "Je recommanderais de visiter le pays" (-10,7 points) et "Je recommanderais d'étudier dans le pays" (-10,0 points).

Différences entre les comportements de soutien aux Pays Bas en 2015 et 2016



Les personnes interrogées en Afrique du Sud ont un comportement plus favorable à l'égard de l'Afrique du Sud que de la Turquie et du Maroc. L'ensemble des scores attribués à l'Afrique du Sud sont supérieurs à ceux accordés au Maroc.

Comportements de soutien à l'égard du Maroc par rapport à la Turquie et à l'Afrique du Sud en Afrique du Sud



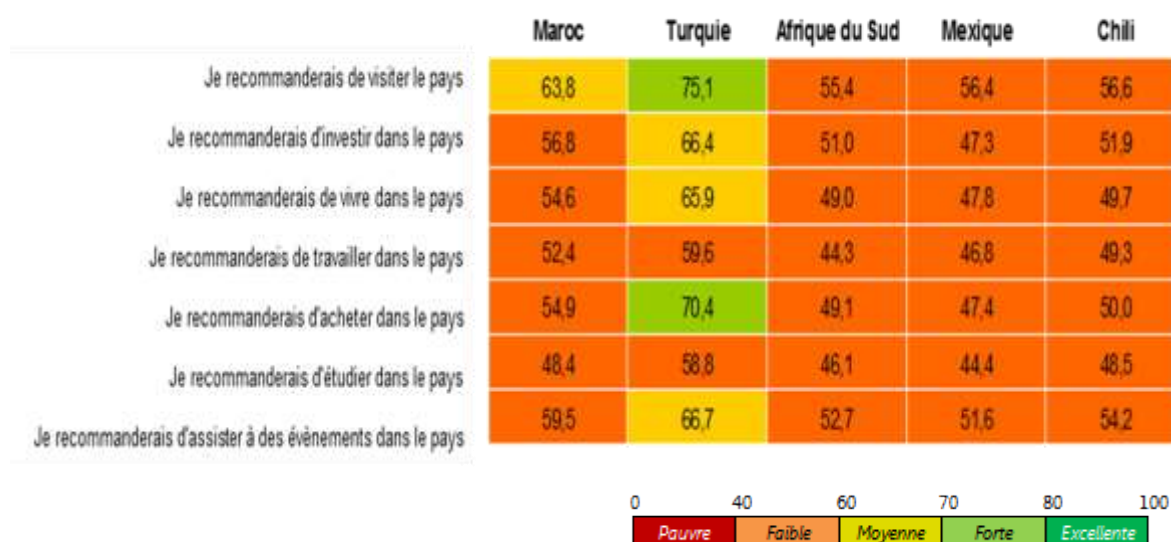
En Afrique du Sud, les comportements de soutien en faveur du Maroc ont évolué positivement par rapport à 2015. Ce n'est pas le cas de la Turquie dont les résultats sont plus négatifs sur le plan des "visites" et des "investissements" tandis que le comportement de soutien interne de l'Afrique du Sud enregistre un net repli dans presque tous les domaines.



Les personnes interrogées en Turquie sur leurs comportements de soutien accordent des scores presque similaires à l'Afrique du Sud, au Mexique, au Chili et au Maroc. Deux aspects sont à différencier : les recommandations relatives aux choix d'investissements et de destination touristique qui sont nettement en faveur du Maroc. Les Turcs recommanderaient davantage de visiter le Maroc que tout autre pays et d'y étudier avec presque le même niveau de recommandation que le Chili.

En comparant les comportements de soutien à l'égard de la Turquie et du Maroc, les citoyens Turcs interrogés accordent naturellement de meilleurs scores à leur pays qu'au Maroc, avec une différence de 15 points, en faveur de la Turquie pour ce qui est de l'intention d'effectuer des achats dans le pays.

Comportements de soutien à l'égard du Maroc par rapport à la Turquie et à l'Afrique du Sud en Turquie



En comparant les comportements de soutien des personnes interrogées en Turquie, il s'avère que le Maroc présente la meilleure évolution par rapport à 2015 et ce, dans tous les domaines, à l'exception de la recommandation d'étudier dans ce pays.

Différence entre les comportements de soutien en 2015 et 2016 en Turquie



3.4. Réputation du Maroc dans les pays spécifiques autres que ceux du G-8, des Pays-Bas, de l'Afrique du Sud et de la Turquie

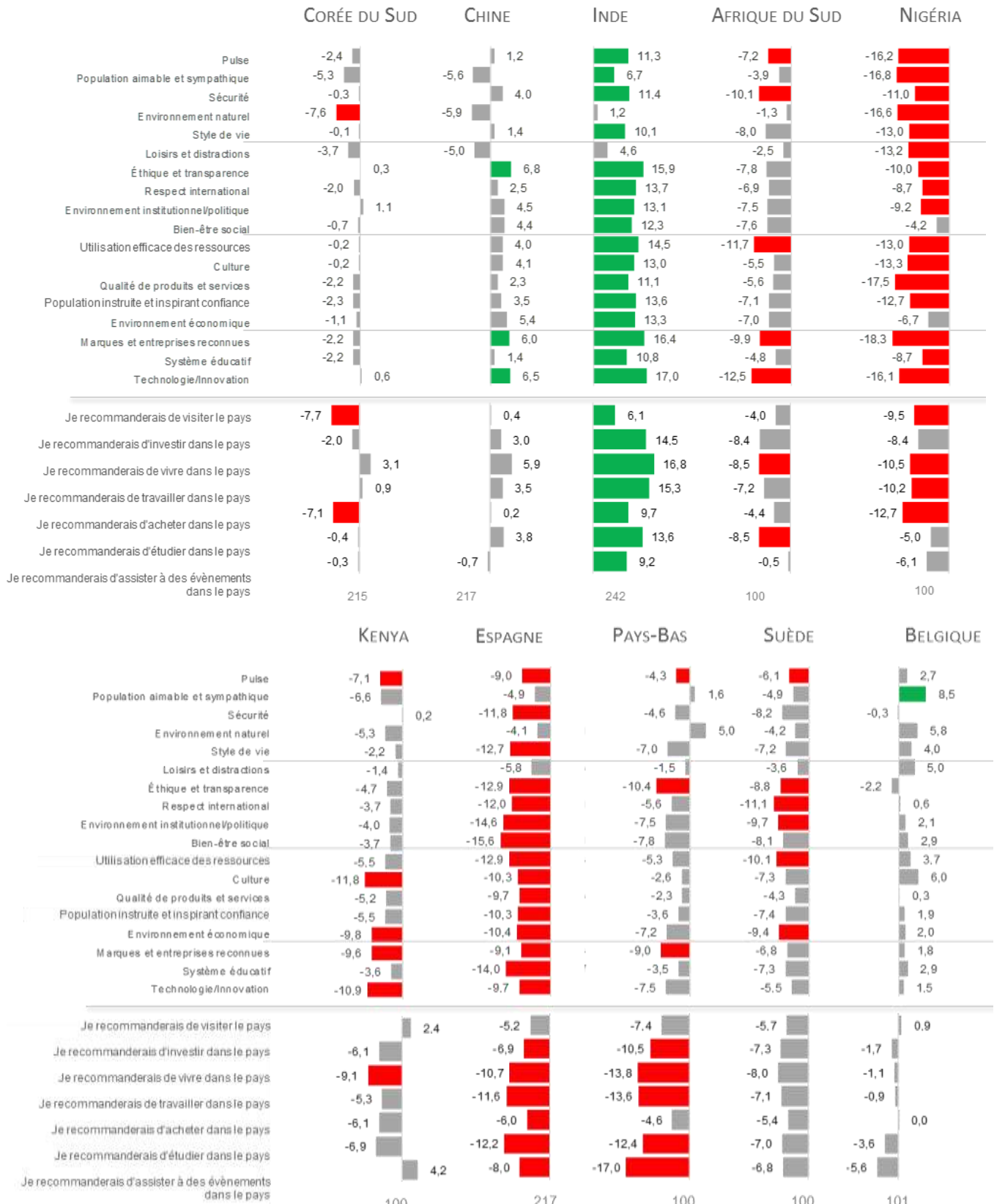
Dans cette partie du rapport, le profil du Maroc est déterminé, en mettant en exergue l'écart pour chacun des attributs entre la réputation du Royaume en tant que pays de référence et la note globale qui lui a été accordée par les 23 pays où l'évaluation a été réalisée.

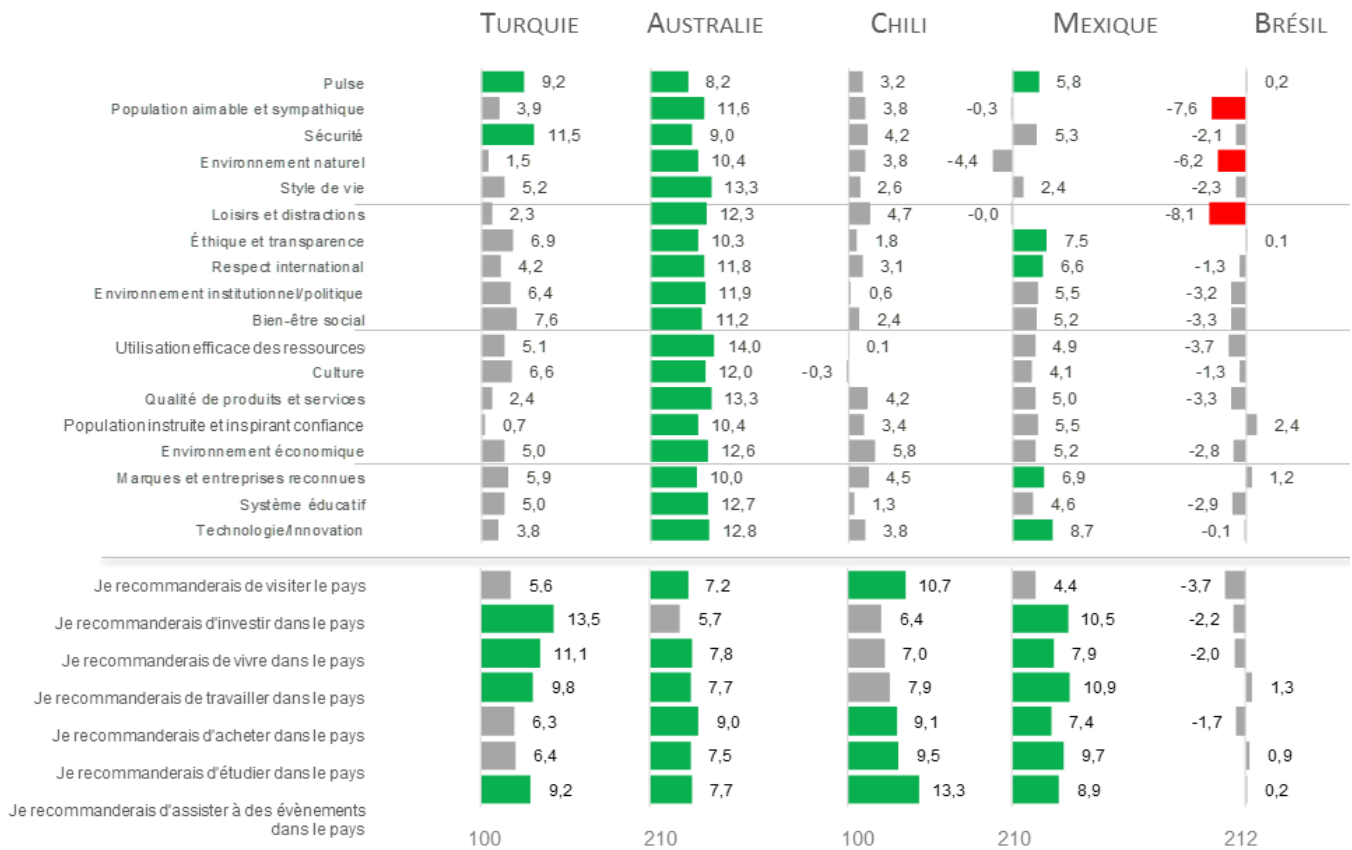
Comme il a été souligné, précédemment, l'Inde est le pays où le Maroc jouit du niveau de réputation le plus élevé. En effet, les personnes interrogées en Inde lui accordent un score largement au-dessus de la moyenne dans tous les attributs qui composent la réputation d'un pays. Les aspects liés à la technologie, aux marques reconnues, à l'éthique et à la transparence sont particulièrement mis en avant, avec des écarts supérieurs de 15 points.

L'Australie affiche, également, un comportement de soutien favorable envers le Maroc, avec des scores supérieurs à la moyenne. Les personnes interrogées en Australie mettent en avant les aspects liés à l'utilisation efficace des ressources, à la qualité des produits et des services et au style de vie.

En bas de l'échelle, le Nigéria et l'Espagne accordent des scores sensiblement plus faibles que la moyenne pour la quasi-totalité des attributs composant la réputation du Maroc. Les personnes interrogées au Nigéria évaluent négativement les attributs "Marques et entreprises reconnues" (-18,3 points), "Qualité des produits et services" (-17,5 points), "Population aimable et sympathique" (-16,8 points) et "Environnement naturel" (-16,6 points). En Espagne, les domaines faisant ressortir des perceptions négatives sont le bien-être social (-15,6 points), l'environnement institutionnel/politique (-14,6 points) et le système éducatif (-14,0 points).

La réputation du Maroc dans chaque pays ciblé par rapport à la moyenne de l'ensemble des pays où cette réputation a été analysée





100 évaluations :

Une différence dans la notation est statistiquement significative si la valeur en termes absolu est supérieure à 4,2 points par le Pulse et 8,5 par des attributs

200 évaluations :

Une différence dans la notation est statistiquement significative si la valeur en termes absolu est supérieure à 3,0 points par le Pulse et 6,0 par des attributs

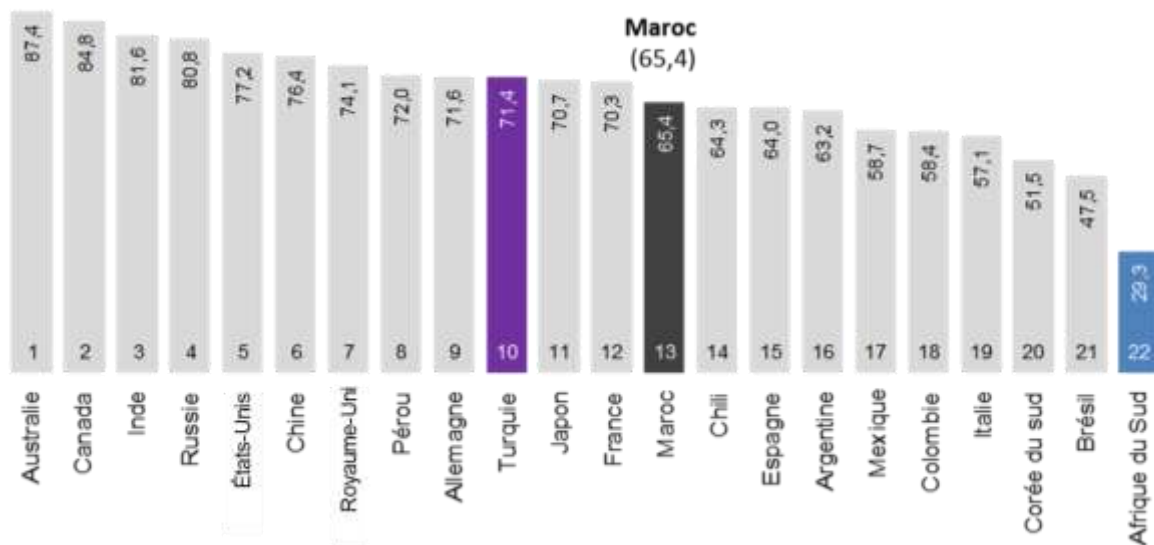
4. La réputation interne du Maroc

4.1. Réputation interne du Maroc, comparée à sa réputation externe

La réputation interne est constituée de l'ensemble des perceptions qu'ont les citoyens de leur propre pays, par opposition à la réputation externe qui est constituée des perceptions qu'ont des citoyens d'autres pays d'un pays donné.

La comparaison entre la réputation interne et la réputation externe permet de déterminer dans quelle mesure les citoyens se montrent critiques envers leur propre pays. Le classement, ci-dessous, présente la réputation interne dans différents pays.

Réputation interne dans différents pays



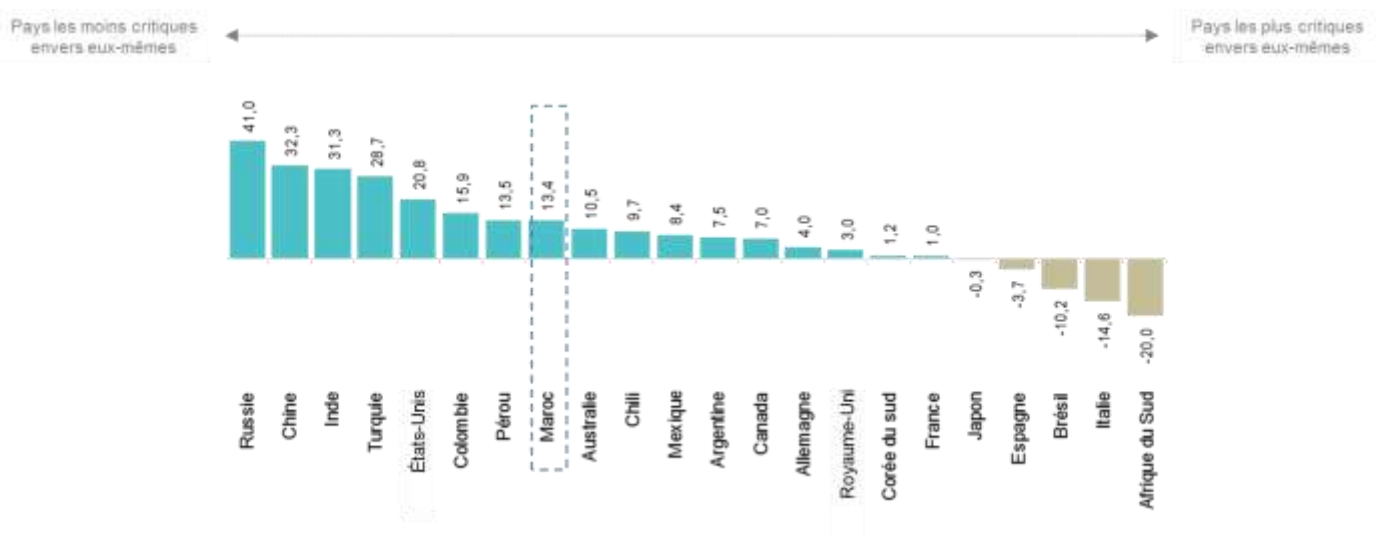
En règle générale, la perception interne est plus positive que la perception externe. Une différence entre les deux réputations, de l'ordre de 10 à 15 points, se dégage dans la plupart des cas.

Les résultats obtenus montrent, toutefois, des exceptions à cette règle générale. Dans certains pays, comme la Russie, l'Inde et la Chine, les personnes interrogées ont une perception très favorable de leurs pays qui se traduit par une différence entre la réputation interne et la réputation externe de l'ordre de 41,0 points pour la Russie, de 32,3 points pour la Chine et de 31,3 points pour l'Inde.

À l'autre extrémité, les citoyens de cinq pays (Japon, Espagne, Brésil, Italie et Afrique du Sud) sont très critiques envers leur pays, ce qui se traduit par une différence négative entre la réputation interne et la réputation externe.

La règle générale énoncée plus haut s'applique au cas du Maroc, la perception des Marocains de leur pays étant plus positive que celle qu'en ont les étrangers. En effet, l'indice de réputation interne du Maroc est de 65,4 points, soit 13,4 points de plus que l'indice de réputation externe.

Différence entre la réputation interne et la réputation externe



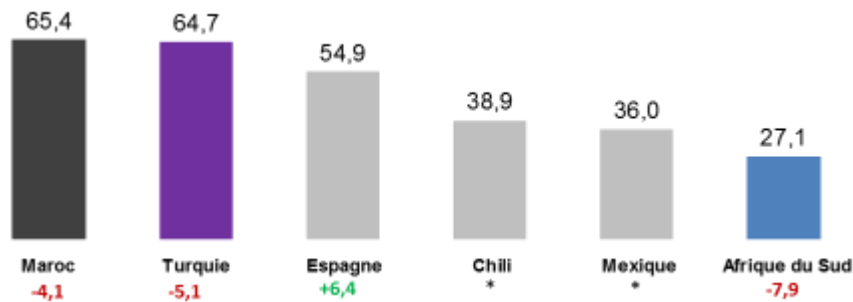
La réputation du Maroc, de la Turquie et de l'Afrique du Sud au Maroc

La comparaison entre la réputation interne du Royaume et celle au Maroc de la Turquie, de l'Afrique du Sud, du Chili et du Mexique (les quatre pays de référence pour cette étude) permet de dégager quelques remarques intéressantes.

Dans le cas de la Turquie, l'écart entre la perception interne et la réputation externe est assez significatif (71,4 et 42,7 points, respectivement). Cet écart est d'autant plus important s'il est comparé aux résultats de 2015, marqués par une différence peu significative, au niveau statistique, entre l'indice "Country RepTrak® Pulse" et l'indice interne du Maroc (69,8 contre 69,5 points).

La situation s'est inversée dans le cas de l'Afrique du Sud où la différence, qui était de 35 points en 2015, n'est plus que de 20 points en 2016.

Indice "Country RepTrak®" 2016 au Maroc



L'Espagne a également fait l'objet d'une évaluation. D'après l'indice "Country RepTrak® Pulse", elle ne jouirait pas d'une solide réputation au Maroc.

4.2. Forces et faiblesses de la réputation du Maroc telle que perçues par les Marocains

Les citoyens marocains estiment que les points forts de leur pays résident dans les attributs " population aimable et sympathique", "environnement naturel" et "sécurité". Il convient de rappeler que ces trois caractéristiques sont les piliers les plus importants de la réputation d'un pays. Mais force est de constater, néanmoins, que même si les Marocains sont conscients de leurs points forts, ils estiment que ces attributs ne sont pas suffisants pour forger les bases d'une réputation forte du Royaume, à l'échelle internationale.

Sept des 17 aspects examinés affichent des scores significativement faibles : "Marques et entreprises reconnues", "Système éducatif", "Technologie et innovation" n'atteignent même pas le seuil des 30 points. Pour ce dernier attribut, le score obtenu se situe à 18,5 points. Les personnes interrogées estiment, donc, que le Maroc a encore des progrès à faire dans ces domaines.

Evaluation des caractéristiques du Maroc par rapport à la Turquie et à l'Afrique du Sud au Maroc

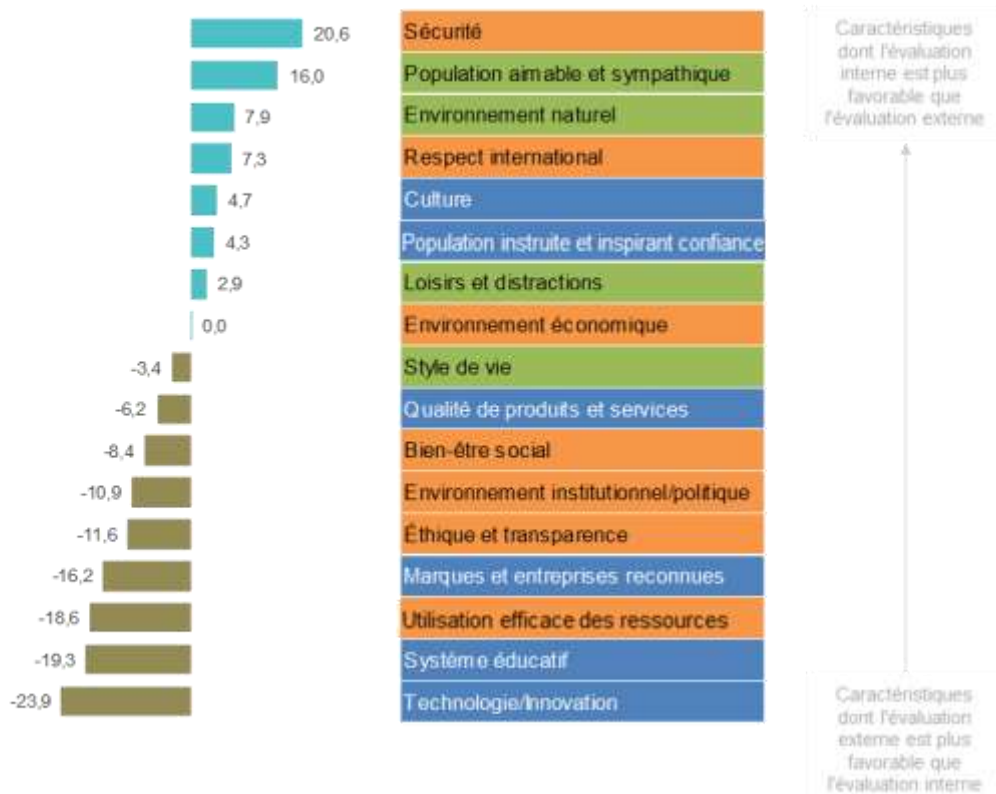
Importance (coefficient de pondération)	Maroc	Turquie	Afrique du Sud	Mexique	Chili
	7,2%	76,1	65,3	38,7	43,1
7,1%	67,7	54,4	19,7	21,7	33,9
6,9%	75,5	72,2	45,8	51,5	47,4
6,6%	49,8	66,5	26,1	33,1	37,4
6,5%	62,7	65,0	29,1	42,5	37,6
6,4%	32,8	59,8	16,6	18,5	32,1
6,4%	55,1	61,9	22,4	23,0	36,4
6,1%	36,5	66,7	18,1	27,3	31,7
6,1%	39,6	63,6	21,2	27,4	31,8
5,7%	30,1	55,2	16,9	22,7	27,5
5,5%	53,0	58,6	23,4	35,7	28,4
5,4%	43,2	63,5	18,4	27,6	29,2
5,2%	53,7	62,7	26,0	33,4	32,8
5,2%	48,1	62,3	25,5	26,2	30,0
4,7%	27,7	58,4	16,0	23,4	21,4
4,6%	29,2	63,1	23,0	28,0	30,6
4,2%	18,5	51,1	11,8	19,6	23,0

0 40 60 70 80 100

Pauvre Faible Moyenne Forte Excellente

En comparaison avec l'Afrique du Sud, le Mexique et le Chili, les citoyens marocains accordent une note supérieure à leur pays concernant l'ensemble des attributs constitutifs de la réputation d'un pays, à l'exception des attributs "Technologie/innovation" et "Système éducatif" où les Marocains perçoivent mieux le Mexique (pour le premier attribut) et le Chili (pour les deux attributs), comparativement à leur propre pays.

Différence entre l'évaluation externe et l'évaluation interne des caractéristiques au Maroc



Il ressort de l'analyse comparative des écarts entre les évaluations internes et externes que les citoyens marocains accordent une note supérieure à celle attribuée par les personnes interrogées dans les pays du G-8 aux 7 attributs "Sécurité", "Population aimable et sympathique", "Environnement naturel", "Respect international", "Culture", "Population instruite et inspirant confiance" et "Loisirs et distractions".

En revanche, ils sont plus critiques que les citoyens des pays du G-8 concernant les attributs "Technologie/innovation", "Système éducatif", "Utilisation efficace des ressources", "Marques et entreprises reconnues", "Éthique et transparence", "Environnement institutionnel et politique" et "Bien-être social".

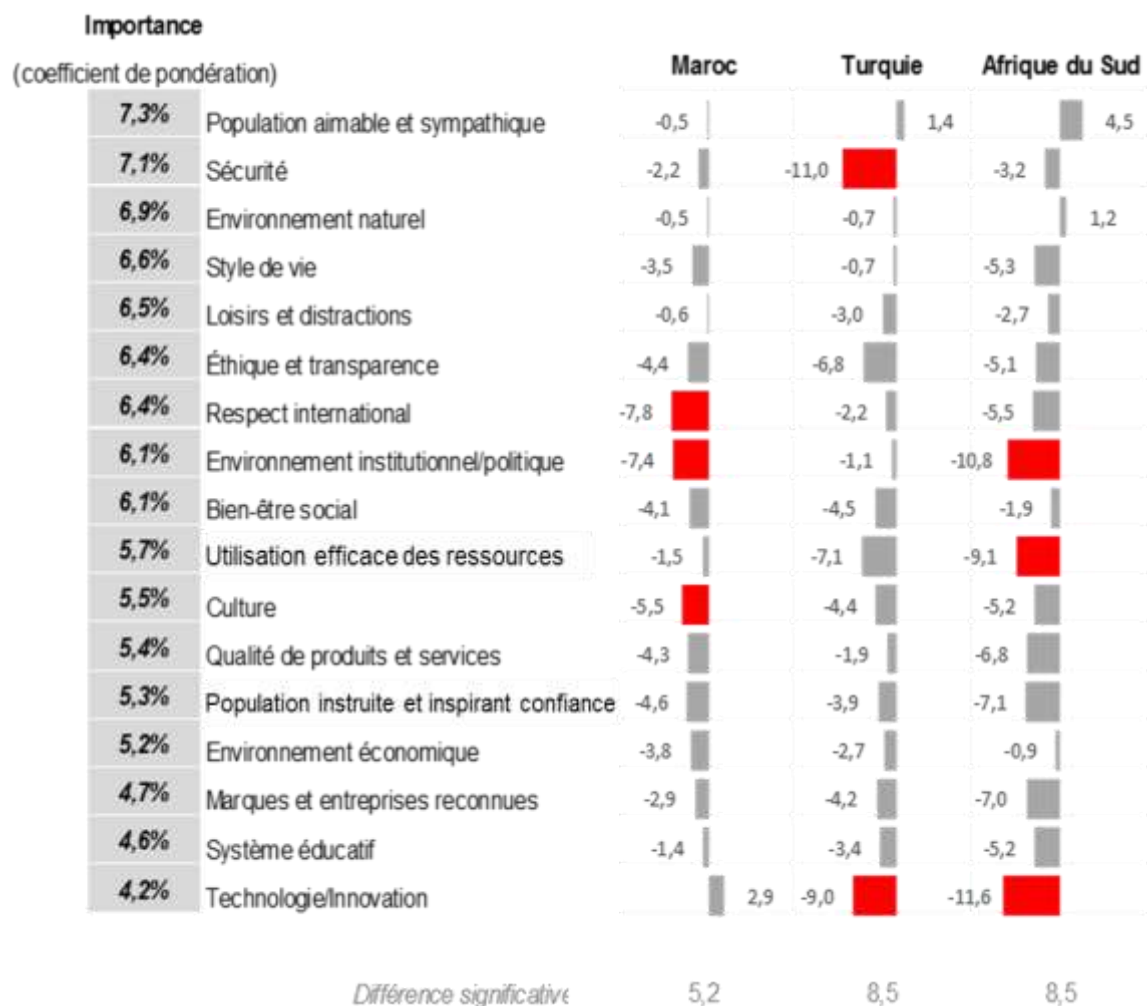
La convergence entre une faible perception externe et une perception interne encore plus faible dans les domaines de la "Technologie/innovation" et des "Marques et entreprises reconnues" reflète les insuffisances réelles du Maroc en la matière. Dès lors, ces attributs devraient être placés au rang des priorités des pouvoirs publics dans la perspective de rehausser la réputation du Royaume.

La perception positive des Marocains à l'égard des attributs "Population aimable et sympathique", "Environnement naturel" et "Loisirs et distractions" constituent des opportunités de communication pour le Maroc, moyennant des campagnes de promotion pour mettre davantage en valeur l'attractivité d'ensemble du Royaume. .

En 2016, l'évaluation interne du Maroc a baissé par rapport à 2015 et ce, pour la plupart des attributs qui composent la réputation. Cette baisse est particulièrement marquée au niveau des attributs ayant trait au respect international (-7,8 points), à l'environnement institutionnel/politique (-7,4 points) et à la culture (-5,5 points).

La perception qu'ont les Marocains de la Turquie et de l'Afrique du Sud s'est détériorée. Dans le cas de la Turquie, cette baisse est significative pour ce qui est des aspects liés à la sécurité et à la technologie tandis que pour l'Afrique du Sud, la perception défavorable des citoyens marocains porte essentiellement sur l'environnement institutionnel et politique, la technologie et l'utilisation efficace des ressources.

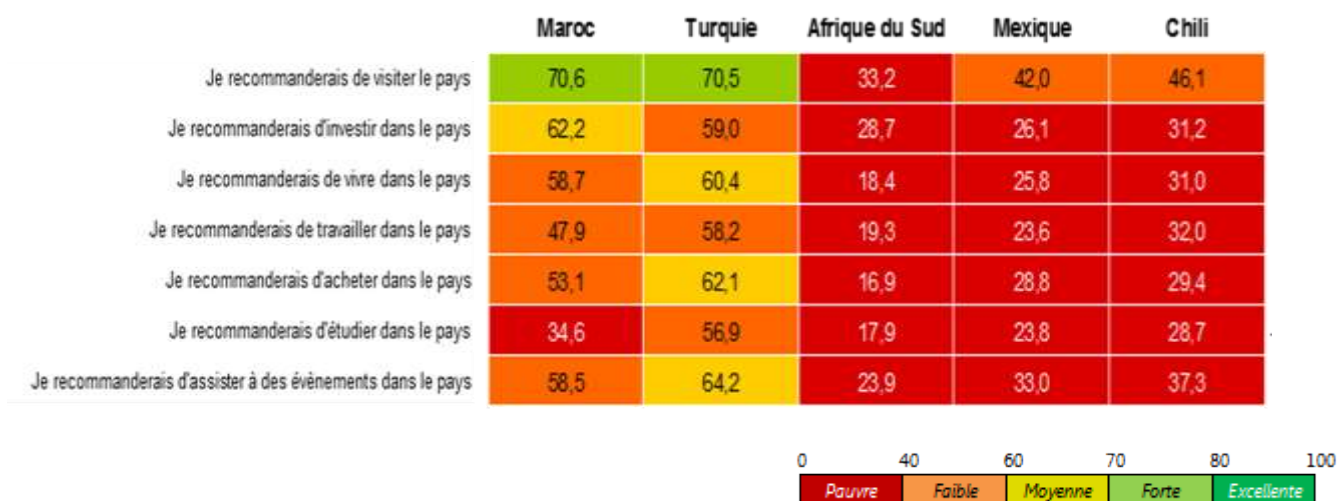
Différences entre les évaluations de caractéristiques en 2015 et 2016



4.3. Comportements de soutien des Marocains à l'égard de leur pays

Les citoyens marocains qui estiment que la population du Royaume est aimable et sympathique et que leur environnement naturel est attractif recommandent fortement, par conséquent, que leur pays soit visité.

Comportements de soutien à l'égard du Maroc par rapport à la Turquie et à l'Afrique du Sud au Maroc



Mais en raison de l'image négative qu'ils ont à l'égard de leur système éducatif, les citoyens marocains recommandent faiblement d'étudier au Maroc, comparativement aux autres comportements de soutien.

Les Marocains soutiennent, à l'évidence, leur pays beaucoup plus qu'ils ne recommandent l'Afrique du Sud, le Mexique et le Chili. La différence entre les notes accordées aux trois pays est supérieure à 15 points dans pratiquement tous les domaines.

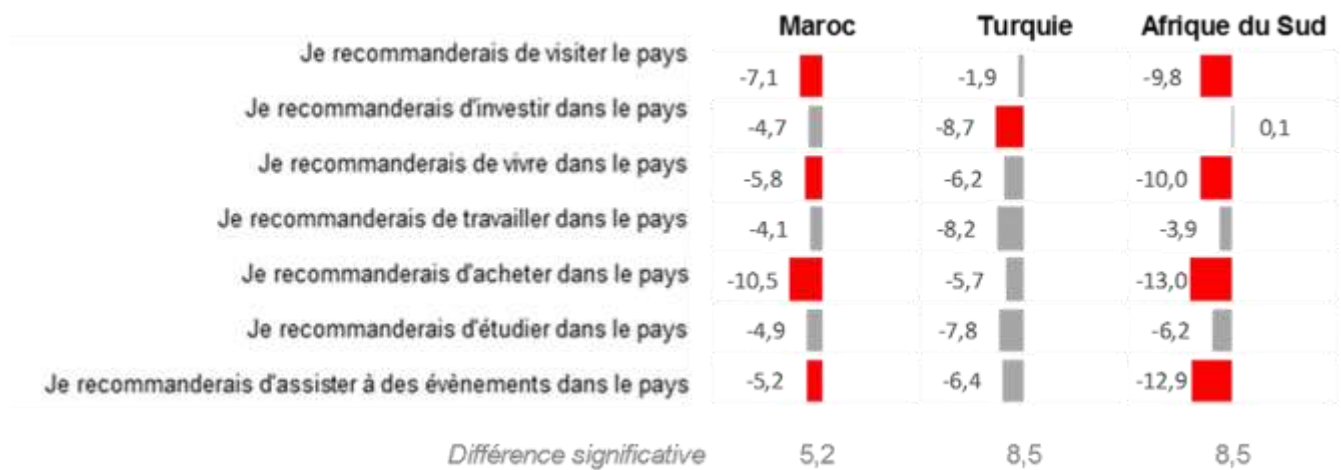
En général, il ressort de l'analyse des comportements de soutien que les Marocains sont davantage favorables à soutenir la Turquie que leur propre pays, sauf pour la recommandation de visiter le pays et d'y investir où la préférence penche en faveur du Maroc.

Les comportements de soutien des Marocains à l'égard de leur pays sont majoritairement plus favorables que les évaluations des citoyens des pays du G-8. La différence est particulièrement importante au niveau de la recommandation d'investir dans le pays, placée par les Marocains au deuxième rang des comportements de soutien envers leur pays. Il a été relevé, par ailleurs, une différence assez faible sur le plan du comportement lié au marché du travail (42,5 points dans les pays du G-8 et 47,9 points au niveau interne).

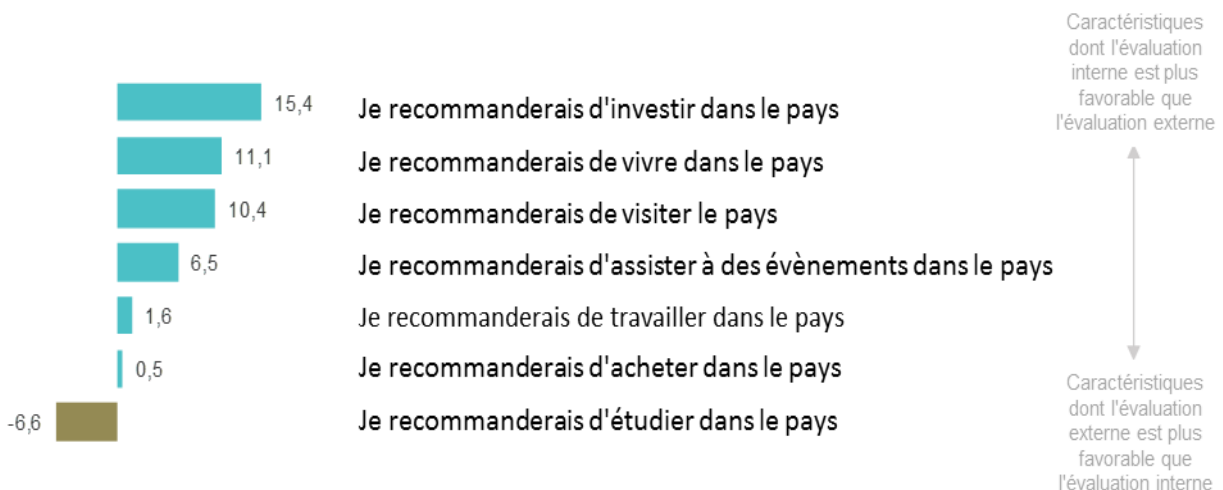
Les Marocains sont plus pessimistes lorsqu'il s'agit de recommander d'étudier au Maroc. Ils considèrent, en effet, que le système éducatif de leur pays n'est pas performant. Cet attribut n'est pas perçu aussi négativement à l'étranger.

Les comportements de soutien des citoyens marocains envers leur pays se sont repliés par rapport à 2015, notamment pour ce qui est de la recommandation d'acheter des produits locaux et de visiter le pays.

Différence entre les comportements de soutien en 2015 et en 2016



Différence entre l'évaluation externe et l'évaluation interne des comportements de soutien à l'égard du Maroc



Conclusion

La seconde édition de l'étude sur la réputation du Maroc, réalisée en 2016, a porté sur un échantillon de 23 pays contre 18 en 2015.

Elle a montré que le Maroc jouit d'une réputation supérieure à la moyenne mondiale en Inde, en Russie, en Turquie, en Australie, au Mexique, aux Etats-Unis et au Canada. Sa réputation est intermédiaire au Chili, en Belgique, au Royaume-Uni, en France et en Chine. La réputation du Maroc est moins favorable au Brésil, au Japon et en Corée du Sud. Elle atteint des niveaux bas en Italie, en Hollande, en Suède, en Allemagne, en Espagne, au Kenya, au Nigéria et en Afrique du Sud.

Il convient de souligner, cependant, que les personnes interrogées en Afrique du Sud ont une meilleure image du Maroc que de leur propre pays dans certains domaines, tels que la sécurité, l'éthique et la transparence, le respect international, l'environnement institutionnel, le bien-être social et l'utilisation efficace des ressources.

En termes de réputation externe auprès des citoyens des pays du G-8, le Maroc a été classé, en 2016, à la 39^{ème} place contre la 36^{ème} place en 2015 et ce, parmi les 70 pays étudiés par "Reputation Institute", soit presque au même niveau que l'Indonésie. Par rapport à 2015, la réputation du Maroc est restée pratiquement stable, en 2016, pour l'ensemble des attributs de la réputation, à l'exception de l'attribut "Sécurité" dont le score a baissé de 3 points, en raison de l'accentuation de la menace terroriste à l'échelle internationale et de la surmédiation, au niveau national, des opérations de démantèlement des cellules terroristes.

La réputation du Maroc est meilleure que celle des BRICs, à l'exception du Brésil. Elle dépasse largement celle de la Turquie et de l'ensemble des pays arabes et africains. A titre indicatif, l'Afrique du Sud, l'Egypte, l'Angola, l'Algérie et le Nigéria sont positionnés, respectivement, au 49^{ème}, 55^{ème}, 63^{ème}, 64^{ème} et 66^{ème} rang.

La réputation d'un pays se construit sur la base d'attributs, regroupés en trois dimensions : la qualité de vie, la qualité des institutions et le niveau de développement. Pour le Maroc, les évaluations, selon les 17 attributs analysés, sont en dessous de la moyenne internationale. Dans certains cas, la différence est minime quand il s'agit des attributs environnement naturel, loisirs et distractions, population aimable et sympathique.

Les évaluations les plus positives de la réputation du Maroc concernent les attributs afférents à la qualité de vie et, dans une moindre mesure, à la qualité institutionnelle. Les évaluations les moins favorables se rapportent aux attributs de la dimension "Niveau de développement".

Les forces du Maroc, d'après la perception des citoyens des pays du G-8, résident dans les attributs suivants : un bon environnement naturel, une population aimable et sympathique, l'existence de loisirs et distractions et un bon style de vie.

Les faiblesses les plus saillantes ont trait à la technologie et l'innovation, au système éducatif, à l'environnement économique, au bien-être social et à la contribution à la culture universelle. La réputation du Maroc pâtit, également, de la méconnaissance des marques et des entreprises marocaines auprès des citoyens du G-8 et des insuffisances, en termes de capital humain.

La réputation d'un pays se mesure, aussi, par l'attractivité qu'il peut exercer sur les touristes, les investisseurs, les partenaires commerciaux et les étudiants étrangers et par sa force à drainer des étrangers désireux de s'y installer ou d'y travailler. A cet effet, le Maroc continue à être perçu comme un pays à visiter ou à y assister à des événements. Cette volonté ne s'exprime pas, cependant, avec la même intensité lorsqu'il s'agit d'acheter des produits et des services marocains, d'investir, de vivre ou surtout d'étudier dans le Royaume.

Pour les citoyens des pays du G-8, le Maroc a une meilleure réputation que celle de la Turquie sur l'ensemble des attributs examinés ainsi que celle de l'Afrique du Sud, sauf pour l'attribut "Population aimable et sympathique". Il devance largement le Mexique, sauf pour ce qui est des attributs "Loisirs et distractions", "Culture" et "Population aimable et sympathique". Par contre, le Maroc est moins bien perçu que le Chili sur les 17 attributs de la réputation.

Quant à la réputation interne, elle est généralement jugée plus positive par les citoyens résidents d'un pays. Le Maroc ne fait pas exception puisque l'indice de réputation interne dépasse de près de 13 points celui de la réputation externe du Royaume, en 2016, contre 16 points en 2015.

La perception interne concernant certains attributs est nettement supérieure à la réputation externe. Les citoyens marocains interrogés, qui connaissent mieux que quiconque la réalité de leur pays, considèrent plus que les étrangers qu'ils vivent dans un pays où la sécurité règne, où la population est aimable et sympathique, où l'environnement naturel est bon, qu'il est respecté au niveau international et qu'il dispose d'un bon patrimoine culturel. Ce sont là des opportunités sur lesquelles le Royaume devrait fonder sa politique de communication pour asseoir, sur des bases solides, son image internationale.

Par contre, la perception interne est négative, comparativement à la perception externe, pour ce qui est des attributs relatifs à la technologie et l'innovation, au système éducatif, à l'utilisation des ressources, aux marques et entreprises reconnues, à l'éthique et la transparence, à l'environnement politique et institutionnel et au bien-être social. Ces insuffisances, qui pourraient constituer des risques réels pour la réputation tant interne qu'externe du Maroc, sont de véritables défis qu'il serait essentiel de relever.

Annexes



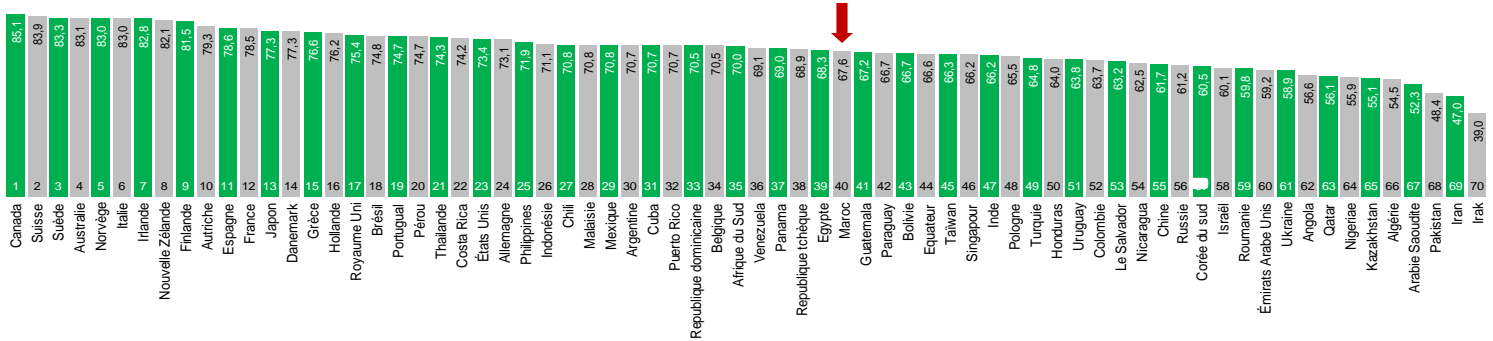
Annexe 1 : Résultats détaillés de l'évaluation des 17 attributs au sein des pays du G-8

Environnement naturel

C'est un beau pays : il a un environnement naturel attractif

Parmi les 70 pays évalués, le Maroc occupe la 39^{ème} place, obtenant une note similaire à celles l'Égypte, du Guatemala ou du Paraguay.

Environnement naturel



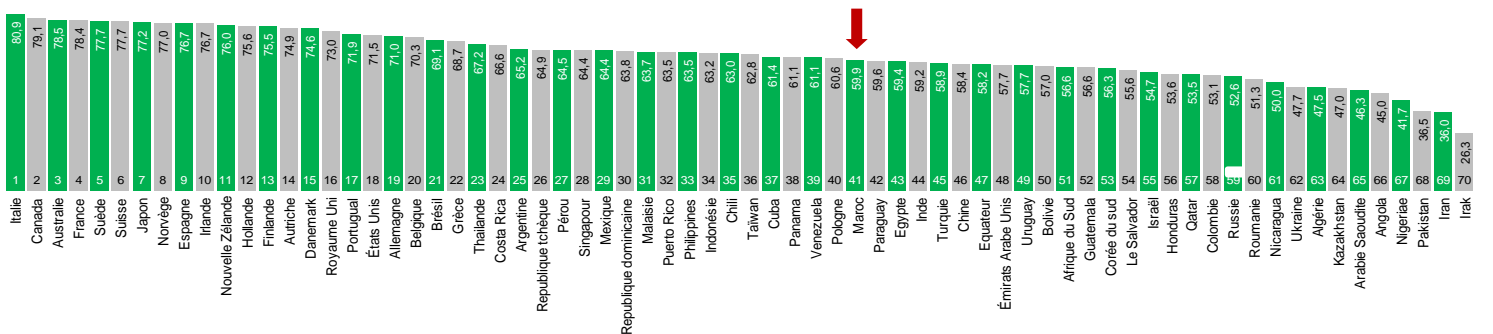
Les pays en tête du classement sont des pays qui disposent de grands espaces naturels, comme le Canada, l'Australie, la Norvège ou la Suisse. L'Arabie Saoudite, le Pakistan, l'Iran et l'Irak occupent les derniers rangs du classement.

Loisirs et distractions

C'est un pays agréable : il offre une grande variété d'expériences attractives comme la culture, la gastronomie, les sports et les loisirs

Vis-à-vis de cette caractéristique, le Maroc se situe dans la première moitié du classement, avec 59,9 points. Il dépasse la Chine et la Russie, mais est encore assez éloigné des pays de tête : Italie, Canada, Australie et France.

Loisirs et distractions



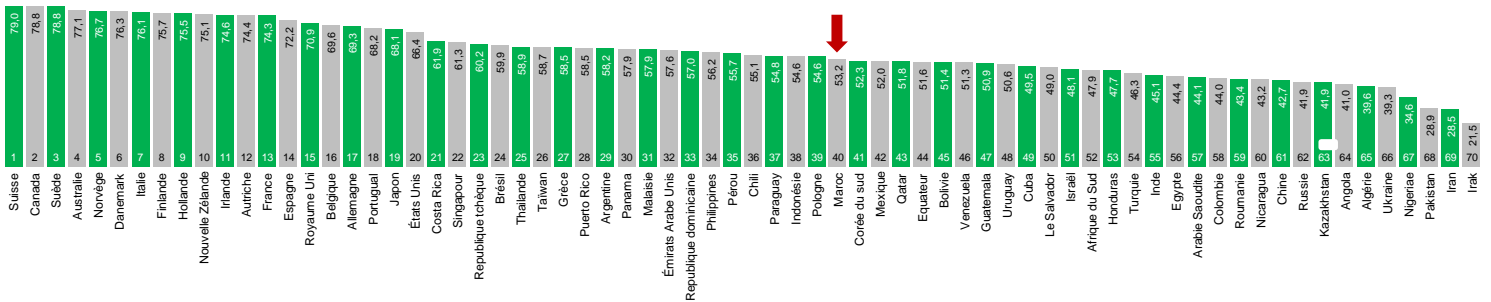
L'Iran, l'Irak et le Pakistan occupent à nouveau les dernières places du classement et sont rejoints par le Nigéria.

Style de vie

Ce pays offre un style de vie intéressant : les gens sont heureux d'y habiter

Vis-à-vis de cette caractéristique, le Maroc occupe la 40^{ème} place, assez près de la Pologne, de l'Indonésie et du Paraguay.

Style de vie



Les pays les plus attractifs de par leur style de vie sont la Suisse, le Canada et la Suède, suivis par l'Australie et la Norvège.

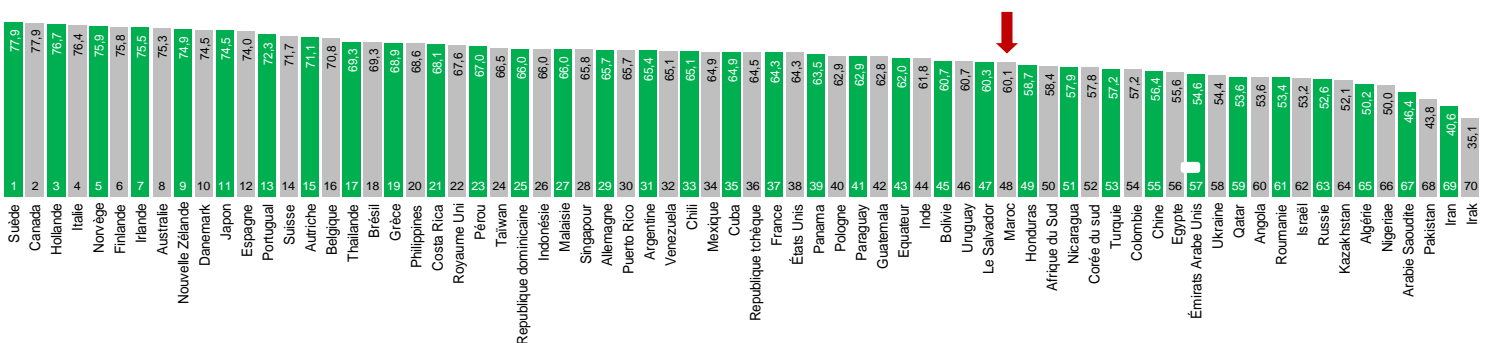
Les pays les moins attractifs sont le Nigéria, le Pakistan, l'Iran et l'Irak.

Population aimable et sympathique

Les gens sont aimables et sympathiques

Vis-à-vis de cette caractéristique, le Maroc occupe la 48^{ème} place. La population de la Suède, du Canada, des Pays-Bas, de l'Italie et de la Norvège sont perçus comme les plus aimables et sympathiques, contrairement à la population de l'Arabie Saoudite, du Pakistan, de l'Iran et de l'Irak.

Population aimable et sympathique

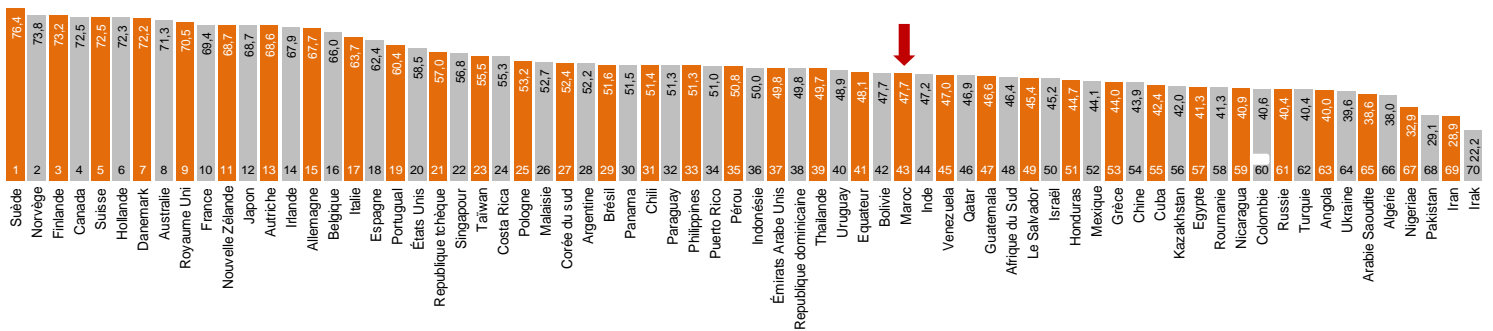


Respect international

Ce pays est un partenaire responsable au sein de la communauté mondiale : il soutient des causes justes et ses dirigeants sont respectés sur la scène internationale

Sur le plan politique et de son engagement au sein de la communauté mondiale, le Maroc occupe la 43^{ème} place, obtenant le même résultat que la Bolivie.

Respect international



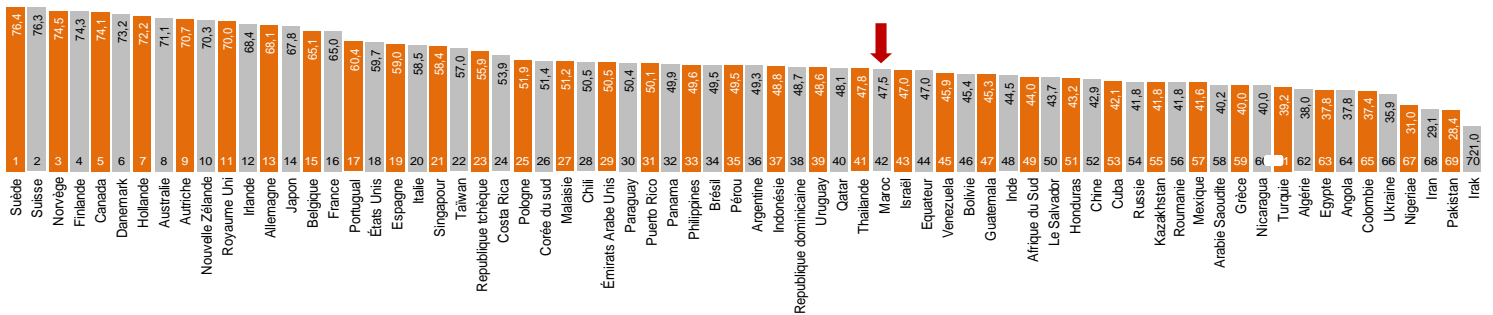
Les pays perçus comme étant les plus responsables au sein de la communauté globale sont la Suède, la Norvège, la Finlande, le Canada et la Suisse. Les pays considérés comme étant les moins responsables sont l'Algérie, le Nigeria, le Pakistan, l'Iran et l'Irak, sans doute en raison des conflits permanents et des problèmes politiques et sociaux qui secouent ces pays.

Environnement institutionnel/politique

Ce pays est dirigé par un gouvernement efficace, où les institutions politiques et juridiques sont bien structurées

Le Maroc occupe la 42^{ème} place sur le plan de l'environnement institutionnel et politique. Sa note est proche de celle de la Thaïlande.

Environnement institutionnel/politique



La Suède occupe la première place du classement, suivie par la Suisse, la Norvège, la Finlande et le Canada.

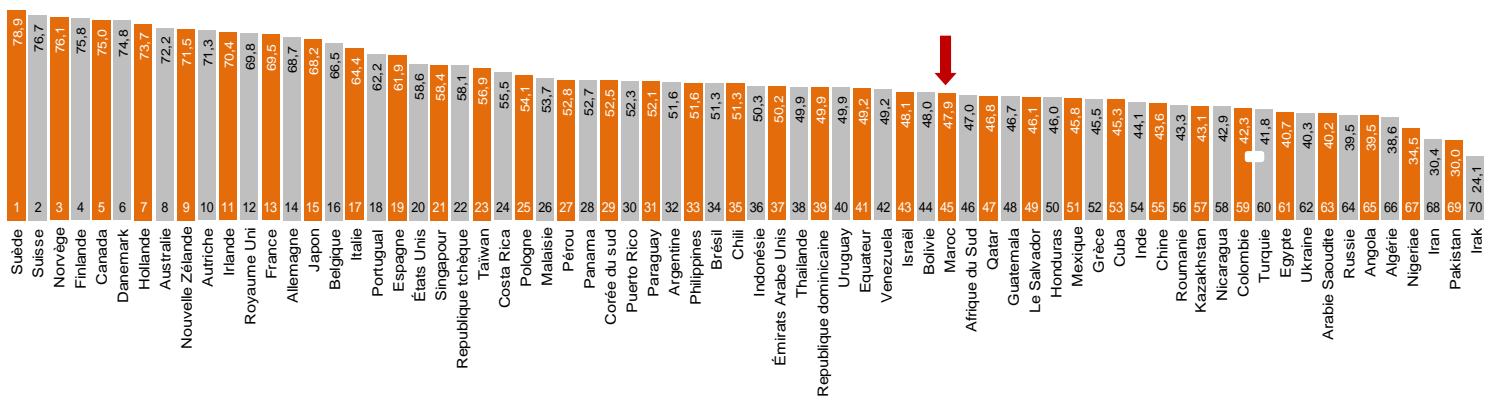
En raison de son contexte politique particulier, l'Irak occupe la dernière position, avec une note particulièrement faible de 21,0 points sur 100.

Bien-être social

Ce pays a adopté des politiques sociales et économiques progressistes : il veille à améliorer le bien-être de tous ces citoyens

Le Maroc occupe la 45^{ème} place de ce classement, avec une note similaire à celle d'Israël, de la Bolivie et de l'Afrique du Sud.

Bien-être social



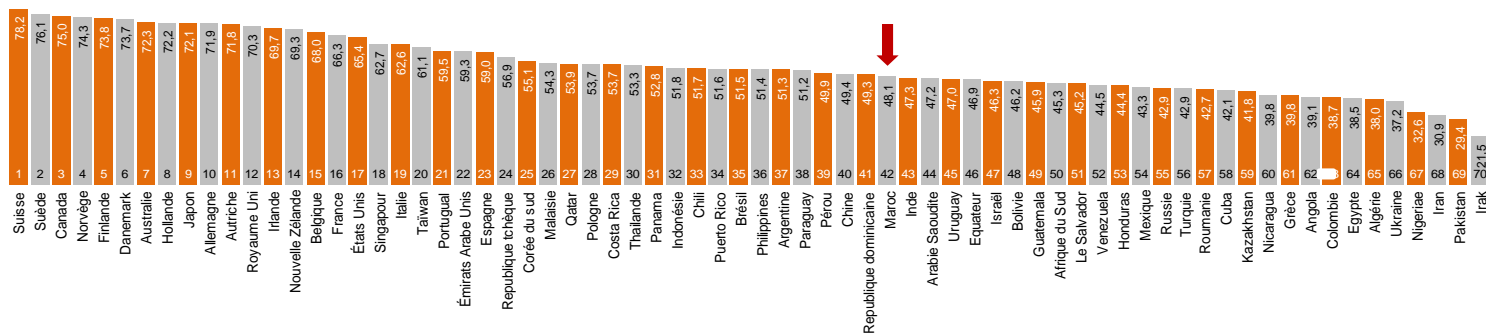
Le bien-être social de la Suède, souvent cité en exemple, vaut à ce pays d'occuper la première place. Elle est suivie de près par la Suisse et la Norvège.

Environnement économique

Ce pays présente un environnement favorable pour les affaires : son économie est stable, les risques sont faibles et ses infrastructures sont développées

Cette caractéristique est liée au fait de savoir si l'environnement d'un pays est favorable aux affaires, selon des critères macroéconomiques reposant sur la compétitivité, la stabilité de l'économie et le développement des infrastructures. Le Maroc se situe à la 42^{ème} position de ce classement.

Environnement économique



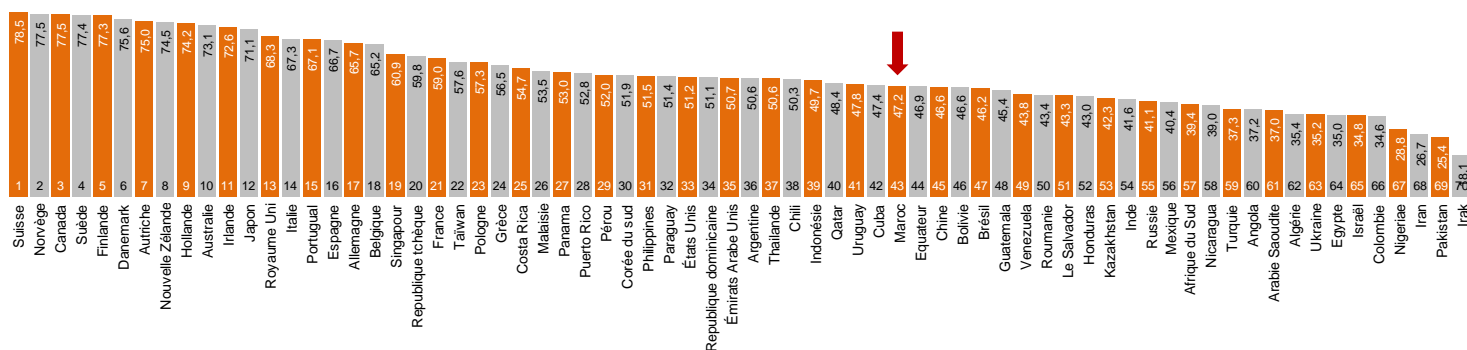
La Suisse, la Suède, le Canada, la Norvège et la Finlande, qui ont une économie stable, prospère et développée, occupent les premiers rangs. L'Allemagne, leader économique en Europe, occupe la 10^{ème} place du classement tandis que le Japon et les Etats-Unis se trouvent en 9^{ème} et 17^{ème} position, respectivement. La Russie occupe la 55^{ème} place du classement, avec une note de 42,9 points.

Sécurité

Ce pays est un lieu sûr : il offre un environnement sécurisé pour les visiteurs et ses habitants

Le Maroc occupe la 43^{ème} position du classement, avec une note de 47,4 points.

Sécurité



Les pays perçus comme les plus sûrs sont la Suisse, la Norvège, le Canada, la Suède et la Finlande, avec des notes supérieures à 77 points.

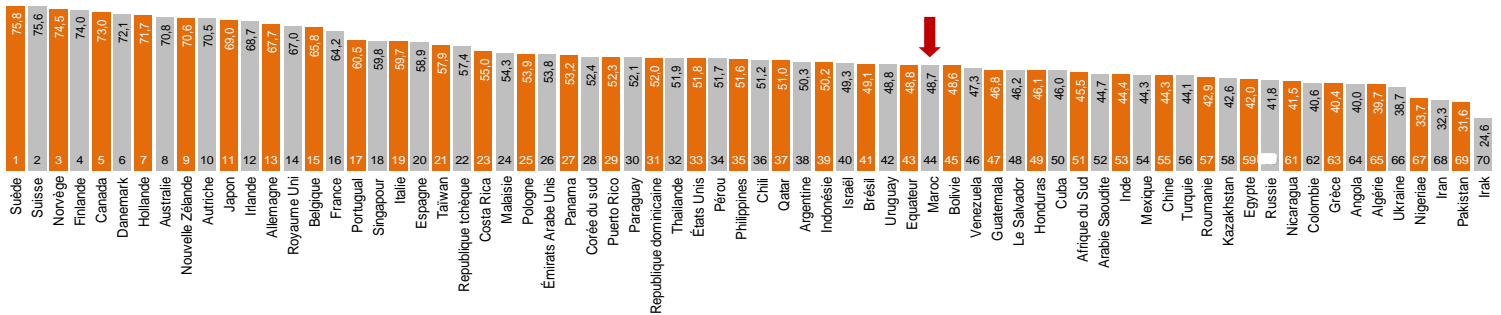
La Colombie, le Nigeria, l'Iran, le Pakistan et l'Irak sont perçus comme des pays où les niveaux de sécurité physique sont faibles.

Utilisation efficace des ressources

Ce pays fonctionne de façon efficace : il n'impose pas de taxes inutiles et gère la dépense des ressources de façon optimale

Le Maroc occupe la 44^{ème} place vis-à-vis de cette caractéristique, ce qui est dans la lignée des résultats obtenus par ce pays dans les autres caractéristiques de l'indicateur "Qualité institutionnelle".

Utilisation efficace des ressources



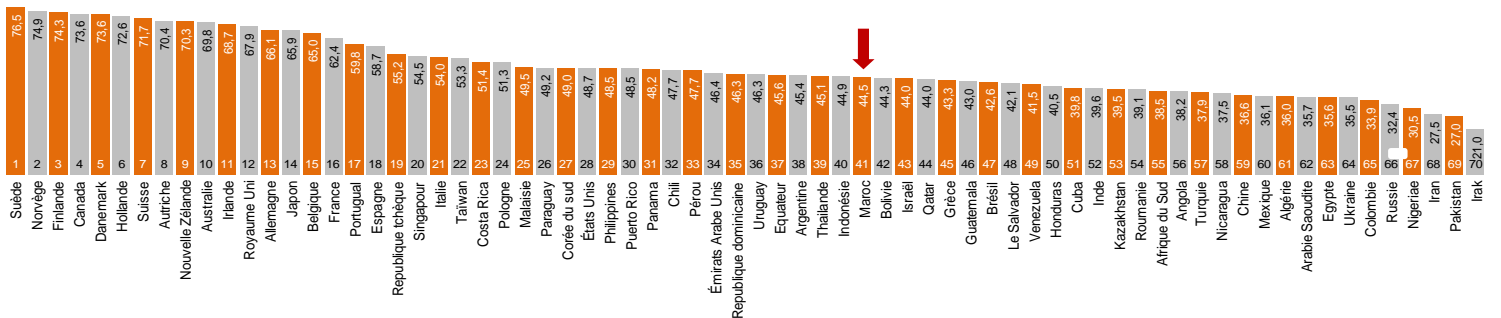
La Suède et la Suisse sont perçues comme les pays qui utilisent au mieux leurs ressources. Elles sont suivies par la Norvège, la Finlande et le Canada.

Étique et transparence

C'est un pays éthique où le niveau de transparence est élevé et le taux de corruption est faible

Le Maroc occupe la 41^{ème} place vis-à-vis de cette caractéristique, ce qui le place dans la seconde moitié du classement. Il devance des pays d'Amérique latine comme le Brésil, le Venezuela et le Salvador ainsi que le Qatar, la Turquie et la Chine. Le niveau d'éthique et de transparence du Maroc se situe au même niveau que l'Indonésie.

Étique et transparence

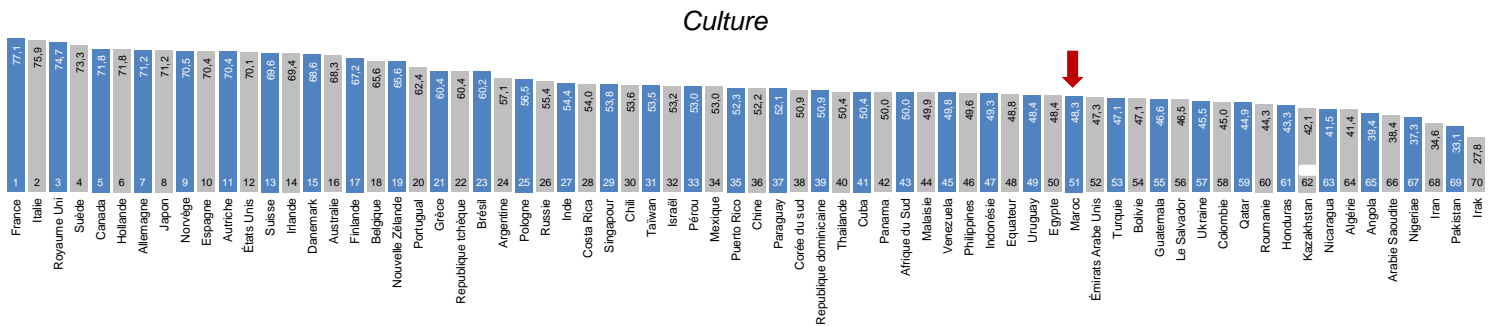


Les pays du nord de l'Europe, suivis du Canada, sont traditionnellement perçus comme offrant un niveau d'éthique et de transparence élevé.

Culture

La contribution de ce pays à la culture mondiale est considérable ; c'est le lieu de naissance de nombreux artistes, scientifiques, inventeurs, écrivains, sportifs et hommes ou femmes politiques très célèbres

Occupant la 51^{ème} place, le Maroc n'obtient pas une bonne note dans ce domaine. Les pays qui contribuent le plus à la culture mondiale sont des pays européens, tels que la France, l'Italie, le Royaume-Uni et l'Allemagne. La Suède se situe en 4^{ème} position.

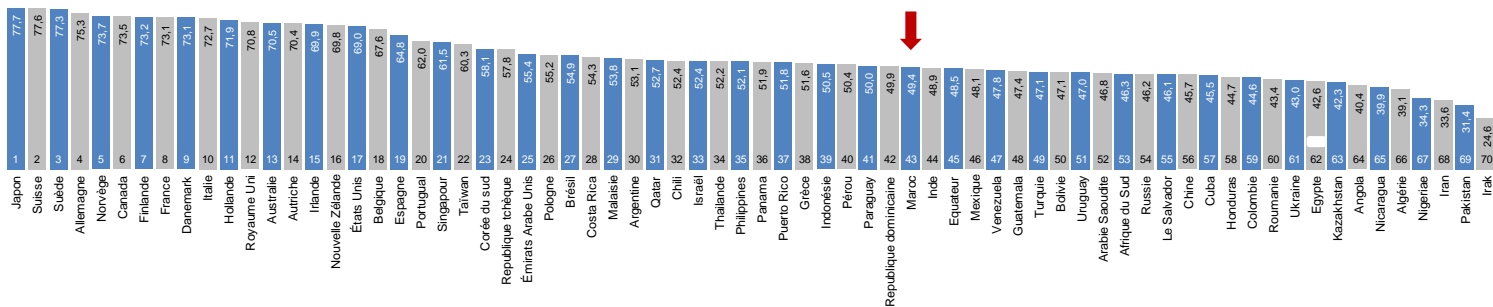


Qualité de produits et services

Ce pays produit des biens et services de haute qualité

Par rapport à la qualité des produits et services, le Maroc occupe la 43^{ème} place du classement.

Qualité des produits et services



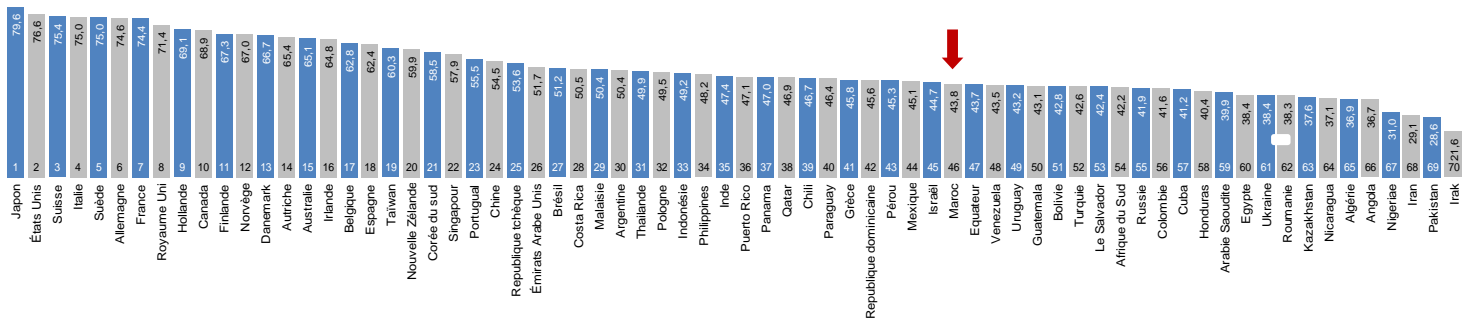
Le Japon, la Suisse et la Suède sont en tête du classement, suivis de la Suède et de la Norvège.

Marques et entreprises reconnues

Ce pays possède de nombreuses marques connues ; c'est le pays d'origine de nombreuses entreprises leader

Le Maroc ne parvient toujours pas à imposer ses marques et entreprises sur la scène internationale. Il occupe donc la 46^{ème} place du classement. Israël, le Pérou et le Mexique, notamment, obtiennent des notes similaires à celle du Maroc.

Marques et entreprises reconnues



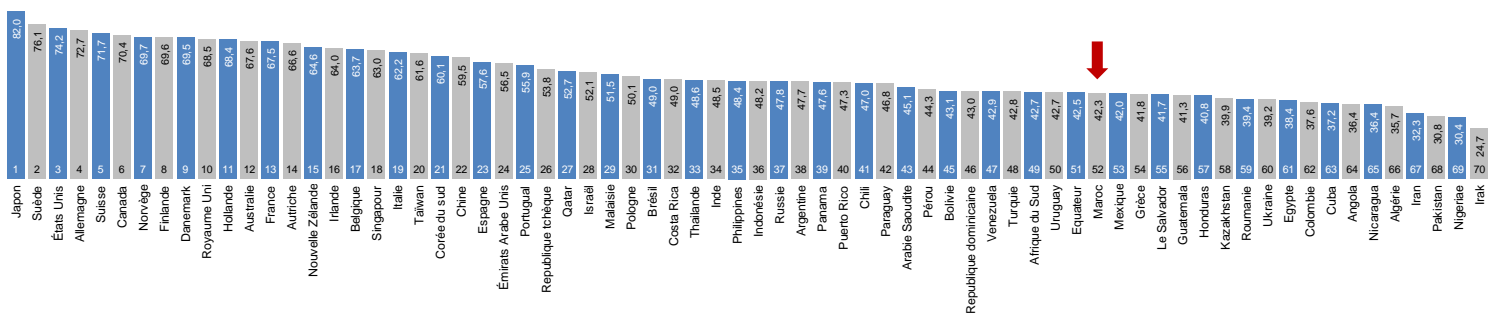
Le Japon, réputé pour la qualité de ses produits et services et pour ses entreprises innovantes occupe la première place avec une marge considérable. Les Etats-Unis arrivent en deuxième position, suivis par la Suisse, l'Italie et la Suède.

Technologie/innovation

Ce pays est avancé sur le plan technologique : il fait partie des pays à la pointe de la création et de la commercialisation des nouvelles technologies

Le Maroc n'est pas non plus perçu comme un pays à la pointe de la technologie, puisqu'il occupe le 52^e rang dans ce domaine. Dans ce classement, il est entouré de pays tels que l'Equateur, le Mexique et la Grèce.

Technologie et innovation



Le Japon, déjà réputé pour la qualité de ses produits et services et jouissant de la reconnaissance de ses marques et entreprises, occupe à nouveau la première place du classement, devant la Suède et les Etats-Unis.

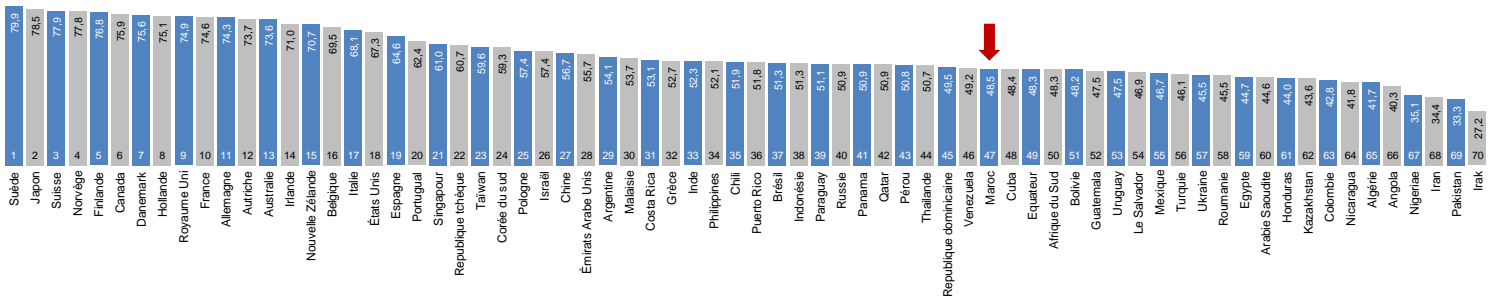
Systeme éducatif

Ce pays accorde une grande importance à l'éducation : son système d'éducation est excellent et ses universités sont très prestigieuses

Le Maroc a encore des efforts à faire dans le domaine du système éducatif : suivant cette étude, il reste à la 47^e place sur un total de 70.

Les pays dont le système éducatif est le mieux perçu sont la Suède, le Japon, la Suisse, la Norvège et la Finlande. Les Pays-Bas situent en 8^e position et l'Allemagne en 11^e position.

Systeme éducatif

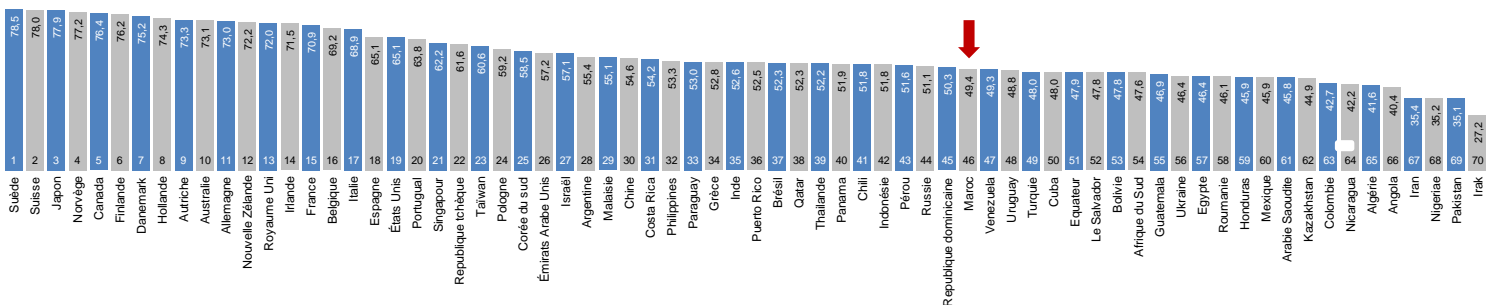


Population instruite et inspirant confiance

La population de ce pays est instruite et inspire confiance

Cette caractéristique se fonde sur le capital humain du pays, sur le degré de sérieux et de confiance de sa population ainsi que sur sa capacité à respecter ses engagements. Situé au 46^e rang du classement, le Maroc se voit attribuer une note similaire à celles de la République dominicaine et du Venezuela.

Population instruite et inspirant confiance



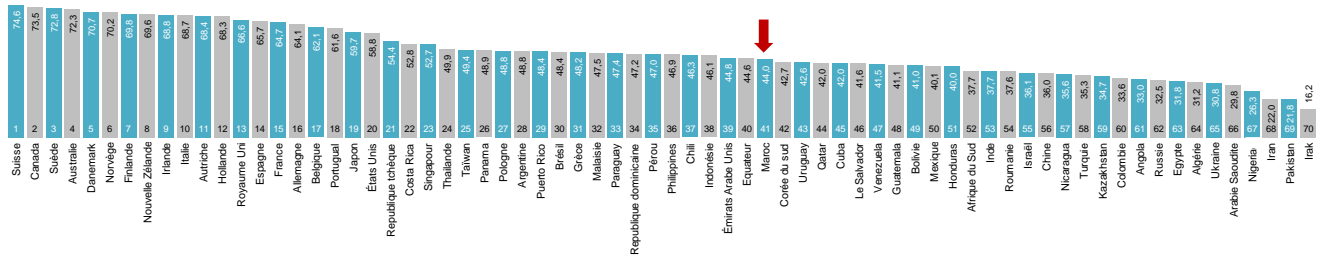
La Suède, la Suisse et le Japon occupent les trois premiers rangs, tandis que le Nigeria, le Pakistan et l'Irak occupent les dernières places du classement.

Annexe 2 : Résultats détaillés de l'évaluation des comportements de soutien au sein des pays du G-8

Je recommanderais de vivre dans le pays

Les pays du G-8 classent le Maroc au 41^{ème} rang des pays où il fait bon vivre, au même niveau que des pays comme les Emirats arabes-Unis et l'Equateur.

Recommandation de vivre dans le pays

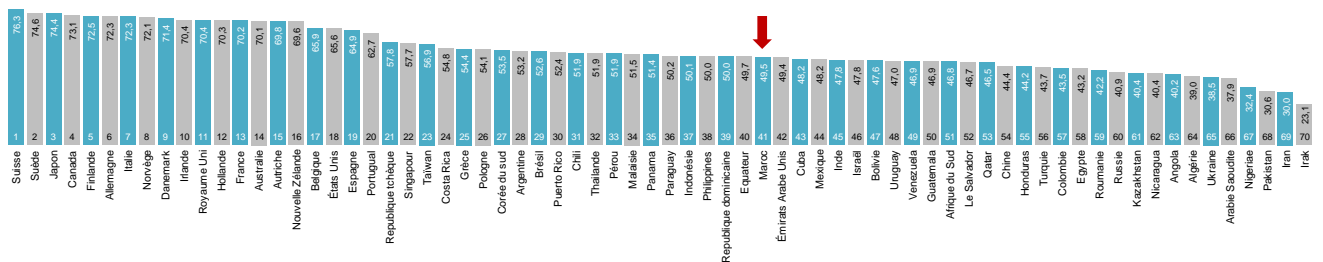


Les pays les plus recommandés pour y vivre sont la Suisse, le Canada, la Suède, l'Australie et le Danemark.

Je recommanderais d'acheter les produits provenant du pays

La recommandation d'acheter des produits et services marocains figure à la 41^{ème} place, avec une note de 49,5 points sur une échelle de 0 à 100.

Recommandation d'acheter dans le pays

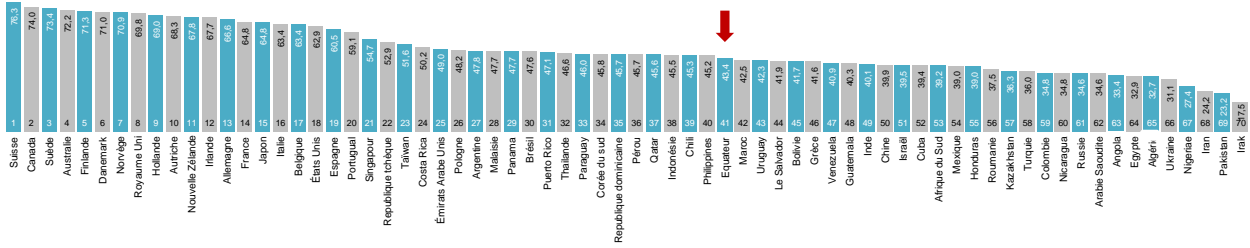


Les pays du G-8 conseillent d'acheter les produits et services de la Suisse, de la Suède et du Japon, par ordre d'importance. Il est à noter que la Chine se situe dans la seconde partie du classement.

Je recommanderais de travailler dans le pays

La recommandation de travailler dans un pays donné a également fait l'objet d'une évaluation. Le Maroc occupe la 41^{ème} place du classement.

Recommandation de travailler dans le pays

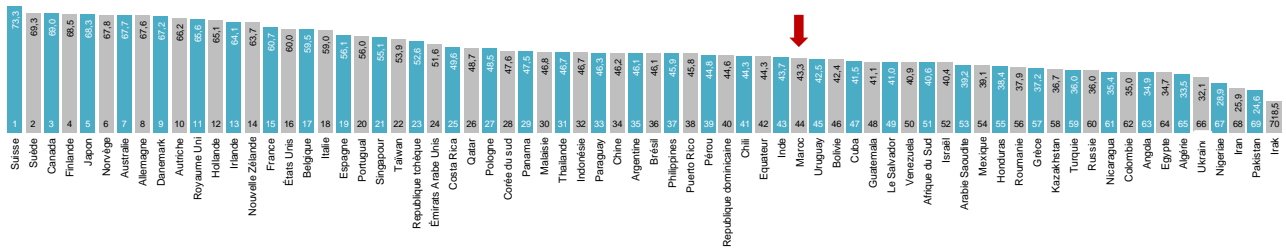


Les cinq premiers pays où il est recommandé de travailler sont la Suisse, le Canada, la Suède, l'Australie et la Finlande.

Je recommanderais d'investir dans le pays

Le Maroc occupe le 44^{ème} rang du classement des pays où il est conseillé d'investir, avec une note de 43,3 points.

Recommandation d'investir dans le pays

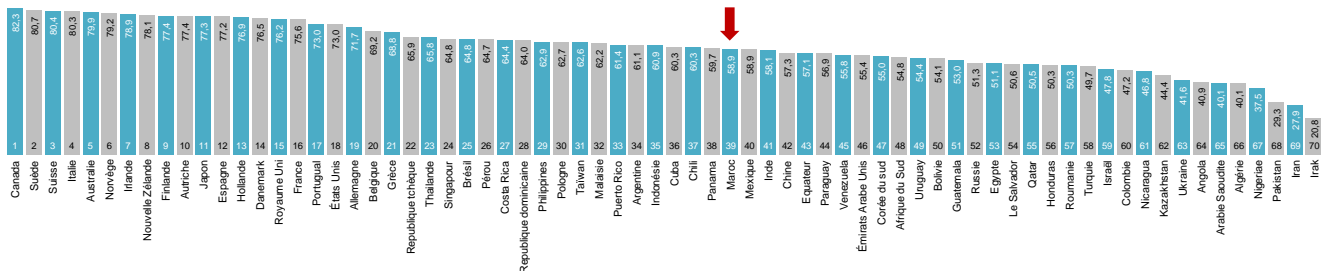


La Suisse est perçue comme le pays où il est le plus intéressant d'investir, suivie par la Suède, le Canada et la Finlande.

Je recommanderais de visiter le pays

Concernant ce critère lié à la bonne image touristique du pays, le Maroc occupe la 39^{ème} place du classement, soit la position la plus élevée parmi l'ensemble des comportements de soutien.

Recommandation de visiter le pays

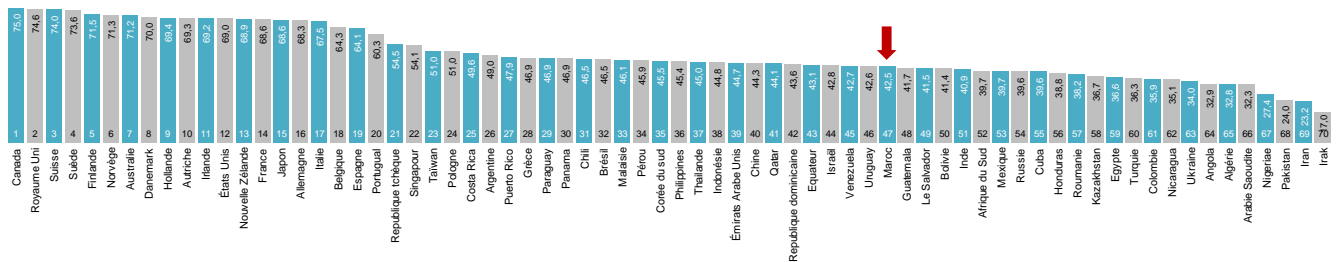


Les pays dont la visite est la plus recommandée sont le Canada, la Suède, la Suisse, l'Italie et l'Australie. Le Pakistan, l'Iran et l'Irak sont les pays dont la visite est la plus déconseillée.

Je recommanderais d'étudier dans le pays

Ce critère porte sur la recommandation d'étudier dans les universités et autres centres de formation d'un pays donné. Le Maroc occupe la 47^{ème} place du classement des pays où il est recommandé d'étudier.

Recommandation d'étudier dans le pays

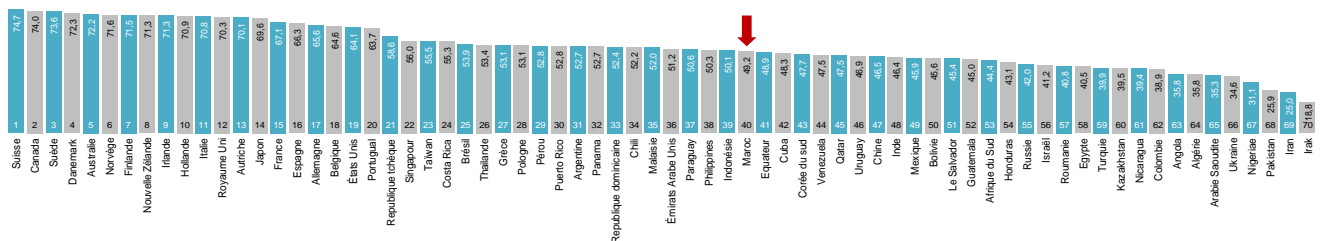


Le Canada, le Royaume-Uni et la Suisse sont les pays où il est le plus recommandé de faire ses études. Les États-Unis qui accueillent des universités prestigieuses, occupent la 12^{ème} place du classement.

Je recommanderais d'assister à des événements, des congrès et des conférences dans le pays

Le Maroc occupe la 40^{ème} place du classement des pays où il est recommandé d'assister à des événements ou des conférences. Il précède les Philippines et l'Indonésie.

Recommandation d'assister à des événements



La Suisse, le Canada et la Suède sont à la tête du classement.

Reputation Institute est l'entreprise internationale leader dans la gestion avancée de la réputation des entreprises. En s'appuyant sur la recherche et l'analyse en continu, Reputation Institute aide les entreprises à élaborer des stratégies accessibles et à prendre des décisions opérationnelles permettant aux parties prenantes d'être en conformité avec les objectifs de l'entreprise et de créer une valeur économique réelle. Le réseau mondial de bureaux de Reputation Institute, les partenaires et les institutions universitaires dirigent et orientent la réflexion sur la réputation des entreprises dans le cadre de conférences, de séminaires et de publications dans nos bulletins de presse et notre revue trimestrielle Reputation Intelligence. www.reputationinstitute.com

