

La réputation du Maroc dans le Monde

Country RepTrak® 2015



Table des matières

Introduction	3
1. La méthodologie Country RepTrak®	8
2. La réputation du Maroc dans le G-8.....	16
2.1. Principaux résultats	17
2.2. Perception des atouts et des insuffisances du Maroc dans les pays du G8.....	19
2.3. Comportements de soutien envers le Maroc dans les pays du G-8	22
3. La réputation interne du Maroc.....	24
3.1. Positionnement intermédiaire du Maroc parmi les pays de l'échantillon	25
3.2. Perception interne des atouts et des insuffisances du Maroc.....	27
3.3. Comparaison, par attribut, de la réputation interne et externe du Maroc	28
3.4. Comportements de soutien des Marocains envers le Maroc	30
4. La réputation du Maroc dans des pays spécifiques.....	32
4.1. Une réputation du Maroc dans les pays spécifiques nettement inférieure à celle dans les pays du G-8	33
4.2. Perception des atouts et des insuffisances du Maroc dans certains pays spécifiques.	34
4.3. Comportements de soutien envers le Maroc dans les pays spécifiques	39
5. Principales conclusions	43
Annexes	47
Annexe 1 : Détail des résultats des 17 attributs dans le G-8.....	48
Annexe 2 : Détail sur les comportements de soutien dans le G-8	58
Annexe 3 : la Réputation du Maroc dans les différents pays du G-8.....	62
Annexe 4 : Fiche technique de l'étude.....	63

Introduction

Le présent rapport, réalisé en partenariat entre l'Institut Royal des Etudes Stratégiques (IRES) et Reputation Institute, a pour objet d'analyser la réputation du Maroc dans le monde pour ressortir les forces et les insuffisances ainsi que les leviers qui pourraient constituer des opportunités de communication sur l'image du Royaume à l'international.

Au préalable, il est utile d'expliquer le terme "réputation". Etant un concept à caractère immatériel, celui-ci est difficile à mesurer, mais personne ne conteste son importance et la valeur économique qu'il confère, particulièrement, à une entreprise ou à un pays. Les individus, 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. La préférence pour un tel avocat ou un tel médecin est tributaire de sa «réputation» et de la confiance qui en résulte. Le choix des produits ou d'une marque se fait également sur la base de la perception que les consommateurs ont pu forger sur les entreprises qui les fabriquent. De même, les pays ont une réputation et les perceptions que nous avons sur eux conditionnent notre volonté de les visiter, d'y faire des investissements, de les choisir comme lieu de résidence et/ou de travail, ou d'acheter leurs produits et services.

La réputation d'un pays est déterminée sur la base d'une série de variables : style de vie, attrait naturel, histoire et culture, environnement économique, institutions politiques et légales, sociétés et marques, potentiel de croissance, ressources naturelles, produits de qualité, offre touristique et de loisir,... Les perceptions sur ces variables découlent des expériences personnelles ou d'autrui, de toute forme de communication reçue (directe et indirecte, contrôlée ou pas), et auxquelles s'ajoutent, parfois, les stéréotypes accumulés.

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.

L'Economie de la réputation appliquée à la réputation pays



Pour démontrer la pertinence du concept de réputation dans le contexte des pays, "Reputation Institute" a mené une double analyse :

- ❖ En premier lieu, il a été question d'examiner la corrélation entre l'indice général de la réputation d'un pays (Country RepTrak® Pulse) et les comportements de soutien déclarés envers le 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 évènements dans le pays.
- ❖ En deuxième lieu, l'accent a été mis sur l'analyse des corrélations entre ces indicateurs et certaines données réelles dont, notamment :
 - les exportations
 - les investissements directs étrangers
 - les arrivées de touristes
 - les arrivées d'immigrants
 - les arrivées d'étudiants.

Ces analyses ont permis de mettre en évidence que *l'économie de la réputation* ne se limite pas au contexte corporatif, mais qu'elle s'applique aussi au cas des pays :

- 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.

- Ceci implique 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.

Relation entre la réputation d'un pays et la création de sa valeur économique



Dans cette perspective, il est opportun d'examiner la réputation du Maroc et de voir dans quelle mesure celle-ci représente un atout pour l'économie marocaine ou, au contraire, elle en constitue une contrainte.

Dans ce rapport, l'accent a été mis sur les différents aspects de l'image projetée par le Maroc auprès des citoyens d'autres pays, en se focalisant sur trois environnements essentiels : d'une part, les pays les plus industrialisés qui forment le G-8 et qui représentent des marchés importants pour les biens et services offerts par le Maroc et, d'autre part, la perception faite par les citoyens Marocains, la plus proche de la réalité du pays. Le troisième niveau d'analyse porte sur l'examen de la réputation du Maroc auprès d'un échantillon de pays émergents et/ou en développement.

Le Maroc a connu, au cours des dernières années, des progrès sur le plan politique, économique, social et institutionnel : modernisation économique grâce aux projets d'infrastructures et aux stratégies sectorielles, mise en œuvre d'une nouvelle Constitution qui a modernisé la structure des institutions et promu le développement politique du pays. De plus, il est important de remarquer l'amélioration de l'attractivité touristique du pays grâce à une sensibilisation accrue sur son patrimoine artistique, historique et culturel et à la diversification de son offre.

Dans cette étude, qui se veut une photographie globale de la réputation internationale en 2015, la réputation du Royaume se situe dans la moyenne des 70 pays analysés. Le Maroc occupe la 36^{ème} place du classement général, au titre de son indice de réputation, défini comme le degré d'admiration, de respect et de confiance des citoyens des autres pays envers le Royaume.

Il importe de souligner que la réputation du Maroc n'est pas uniforme dans tous les pays analysés : il y a des écarts entre les perceptions assez positives des citoyens de la Russie, des Etats-Unis, de l'Australie ou de l'Inde et les perceptions assez faibles des citoyens de l'Espagne, de l'Italie ou des Pays-Bas.

Ces écarts se reflètent dans l'évaluation individuelle des attributs de la réputation du Maroc. Ainsi, des attributs tels que l'environnement naturel, la sécurité offerte aux résidents et aux touristes, le style de vie ou la population aimable et sympathique sont très appréciés au niveau international, tandis que la technologie et l'innovation, le système éducatif ou l'existence d'entreprises et de marques reconnues sont des attributs dont les perceptions sont moins favorables. Le Maroc bénéficie d'une évaluation très positive sur des attributs associés à son attractivité touristique, mais dans une moindre mesure pour ce qui est de son positionnement dans le commerce mondial. C'est là un grand défi auquel devrait faire face l'économie marocaine qui n'est pas démunie d'atouts et de potentiels.

1. La méthodologie 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 de travail
- Intégrité (éthique et transparence)
- Leadership (qualité de gestion)
- Citoyenneté (action sociale et environnement)
- Innovation
- Résultats financiers

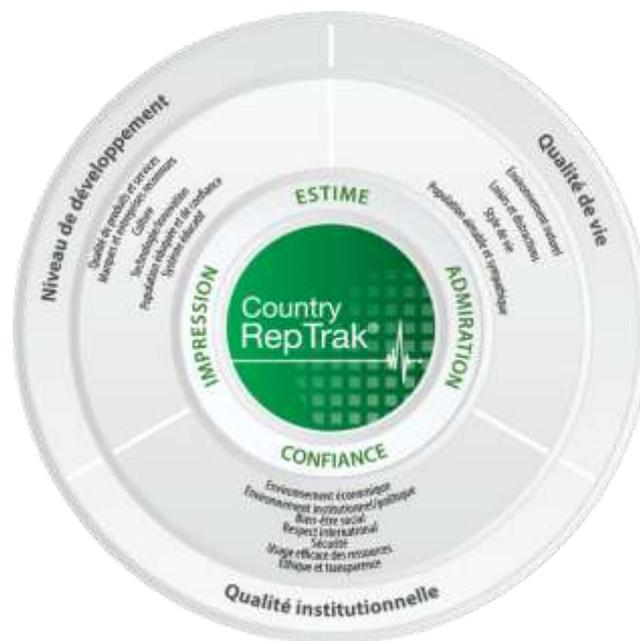
Le modèle "RepTrak®" est utilisé par une multitude d'entreprises, leaders de leurs secteurs pour gérer leur réputation. "Reputation Institute" a utilisé le même type d'analyses pour comprendre la réputation des pays. L'indicateur Pulse, traitant la réputation des pays s'appelle "Country RepTrak® Pulse" 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".
- Loisir 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".
- Éthique 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".

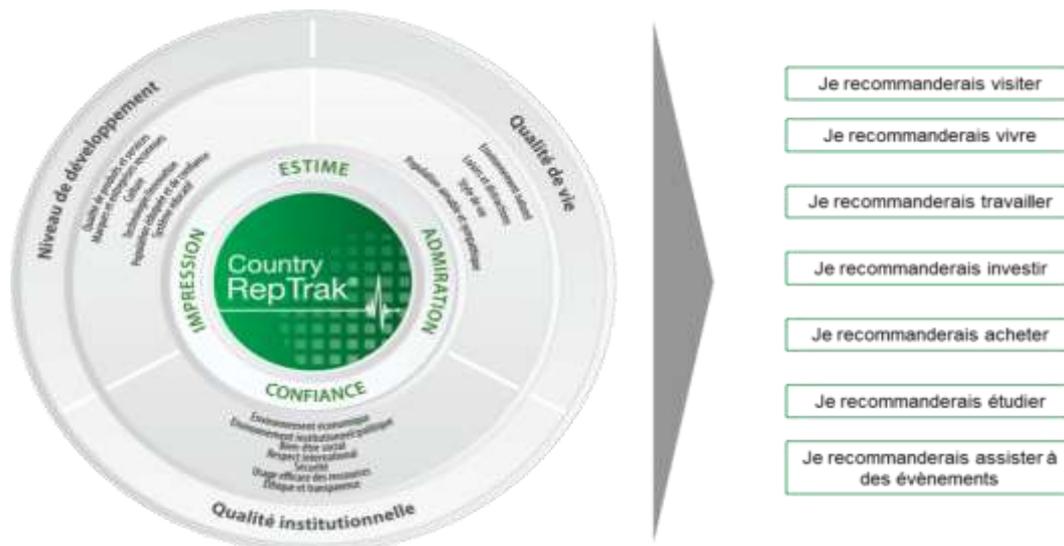
- Culture : "sa contribution à la culture globale est considérable ; c'est le lieu de naissance d'un grand nombre d'artistes, scientifiques, inventeurs, écrivains, sportifs et politique très connus".
- Technologie/innovation : "il est technologiquement avancé : il est parmi les premiers pays à créer 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
- 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.



Country RepTrak® 2015

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, Nigeria.

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 de l'Est, soit un positionnement similaire au 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.

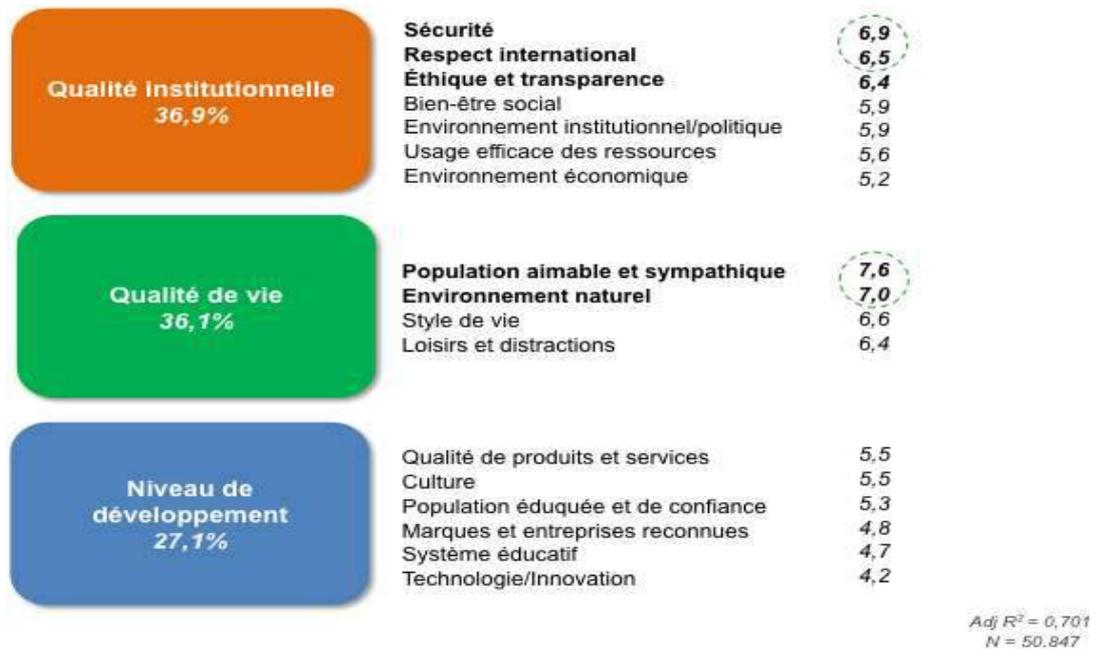
Fiche technique

- Target : Grand public des pays participants à l'étude. Personnes qui connaissent totalement ou partiellement le pays évalué.
- Méthodologie : CAWI (Entretiens via internet)
- Dates des entretiens : De janvier à mars 2015.
- Echantillon : Plus de 80.000 personnes interrogées (48.376 du groupe 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.

Comment se construit la réputation d'un pays ?

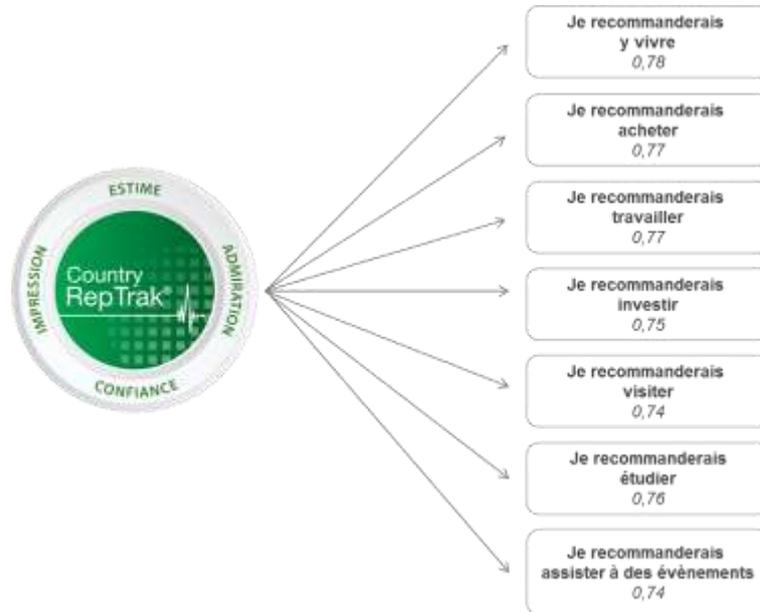
Toutes les variables analysées pour expliquer la réputation d'un pays, comme l'admiration, le respect et la confiance n'ont pas la même importance. Le modèle "Country RepTrak®" permet de comprendre celles qui ont un poids plus important.

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**



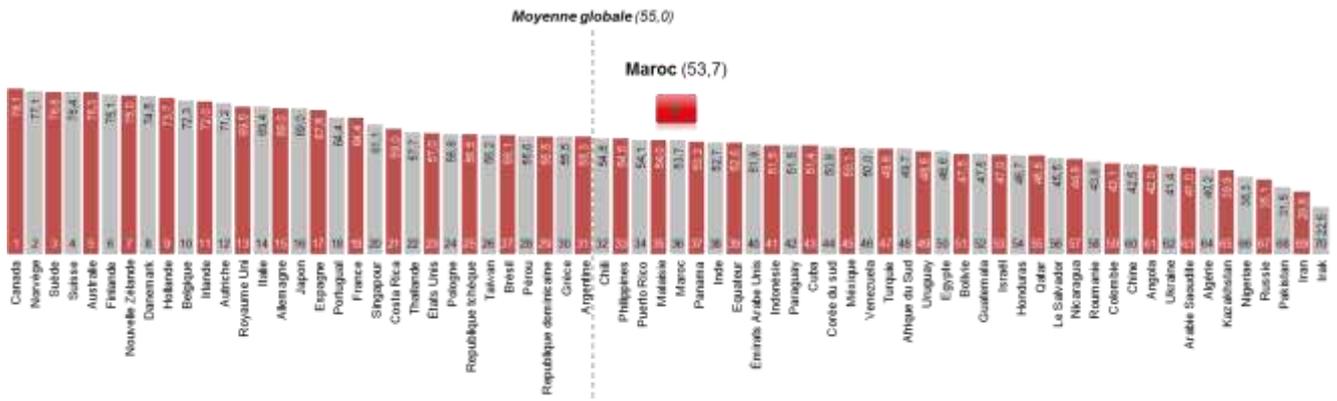
Il faut remarquer que les variables des comportements de soutien envers les pays énoncés, auparavant, ont des corrélations avec l'indicateur de réputation qui varient entre 0,73 et 0,80. Par conséquent, ces attitudes sont fortement corrélées à la réputation d'un pays.

2. La réputation du Maroc dans le G-8

2.1. Principaux résultats

En 2015, le Maroc obtient un score de 53,7 points sur une échelle de 0 à 100, dans l'indicateur général de la réputation pays "Country RepTrak® Pulse", ce qui lui confère la 36^{ème} place parmi les 70 pays évalués.

Réputation des pays dans le G-8 – Situation en 2015



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -1,3 point

Différence significative = 1,4 point

Le Canada est en tête du classement international, au titre de la réputation des pays (avec un score de 78,1 points), suivi de la Norvège (77,1 points) et de la Suède (76,6 points). Le top 10 du classement est complété par le reste des pays nordiques (Finlande et Danemark), suivi de la Suisse. Viennent, ensuite, deux des pays océaniques (Australie et Nouvelle Zélande) et, enfin, la Hollande et la Belgique.

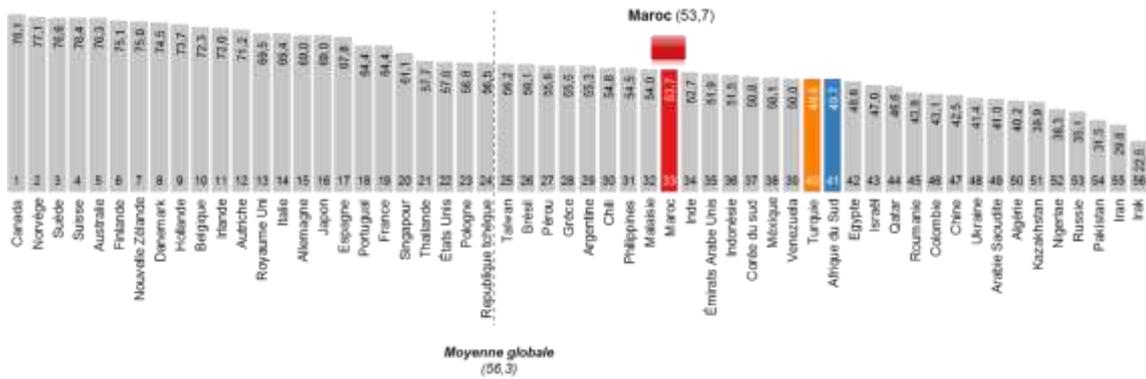
Dans les dernières positions du classement, se trouvent l'Iran et l'Irak ainsi que des puissances comme la Russie et la Chine. La Russie, pays du G-8, est le quatrième pays ayant la réputation la plus faible, occupant ainsi la 67ème position sur 70 pays, dépassant seulement le Pakistan, l'Iran et l'Irak. La Chine est classée à la 60ème position.

La réputation du Maroc se situe à un niveau intermédiaire, à 1,3 point de la moyenne globale, ce qui n'est pas une différence statistiquement significative. Le Royaume réussit à se situer parmi les 36 pays ayant la meilleure réputation, presque au même niveau que l'Inde, le Chili, les Philippines ou la Malaisie.

Il y a lieu de souligner que la réputation du Maroc auprès des pays du G-8 est plus favorable que celle des BRIC, hormis le Brésil. Elle dépasse l'ensemble des pays de la région MENA et celle des grands pays d'Afrique subsaharienne retenus dans l'échantillon.

Chaque année, "Reputation Institute" publie un classement des pays ayant le PIB le plus élevé, selon leur réputation dans le G-8 où le Maroc n'est pas inclus. Cependant, si le pays en faisait partie, il serait à la 33^{ème} position sur un total de 56 pays évalués, au lieu de la 36^{ème} du présent classement, comprenant 70 pays.

Réputation, dans les pays du G-8, du Maroc et des 55 pays ayant un PIB élevé

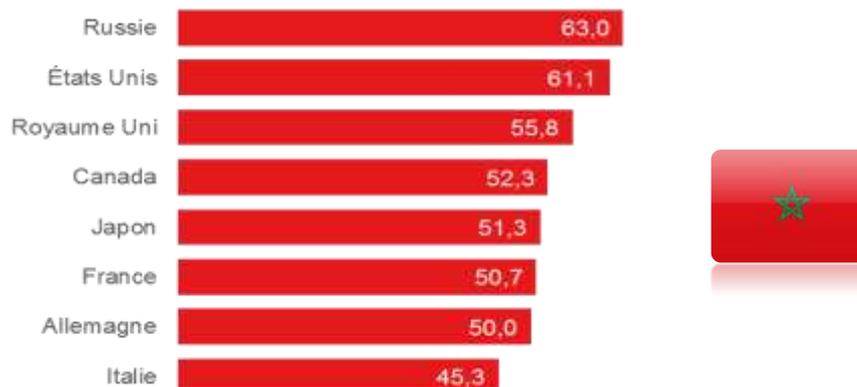


Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -2,6 points Différence significative= 1,4 points

En comparant les résultats du Maroc, de l’Afrique du Sud et de la Turquie auprès des pays du G-8, il y a lieu de remarquer que le Maroc est le pays qui jouit de la meilleure réputation.

En analysant les perceptions du Maroc par chacun des pays du G8, la Russie est le pays qui perçoit le mieux le Maroc avec une réputation de 63,0 points, suivie des États-Unis qui lui octroie une note de 61,1 points et le Royaume-Uni qui lui accorde un score de 55,8 points. Par contre, l’Italie est le pays du G8 où la perception du Maroc est la plus basse, avec une évaluation faible, inférieure à 50 points.

Réputation du Maroc dans chaque pays du G-8



2.2. Perception des atouts et des insuffisances du Maroc dans les pays du G8

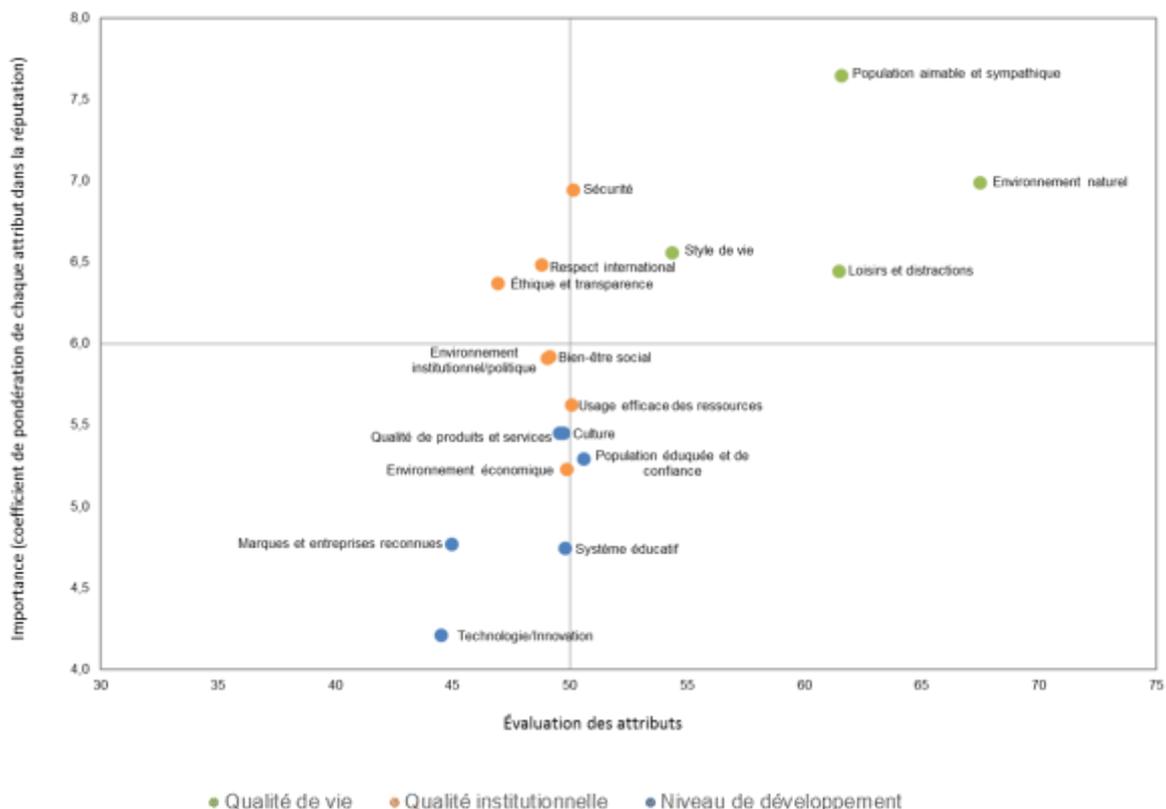
Après l'analyse globale de la réputation du Maroc, l'étude "Country RepTrak®" s'est focalisée sur l'examen des attributs individuels qui permettent de faire ressortir les atouts et les insuffisances d'un pays, au titre de sa réputation.

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 (67,5 points sur 100)
- Population aimable et sympathique (61,6 points)
- Loisirs et distractions (61,5 points)
- Style de vie (54,4 points)

Ce sont, d'ailleurs, les quatre attributs essentiels pour déterminer la réputation d'un pays vu leur coefficient de pondération. A titre d'illustration, le poids de l'attribut "Population aimable et sympathique" est le plus élevé (7,2%) dans le calcul de la réputation d'un pays.

Perception des atouts et des insuffisances du Maroc au titre de sa réputation dans les pays du G-8



Par ailleurs, les attributs de la dimension "Niveau de Développement" affichent les perceptions les plus basses. Les scores obtenus par le Maroc dans le classement international au titre de ces attributs sont :

- le système éducatif (49,8 points sur 100)
- la culture (49,7 points)
- la qualité des produits et services (49,6 points)
- les marques et les entreprises reconnues (44,9 points)
- la technologie et l'innovation (44,5 points)

Trois attributs de la dimension "Qualité institutionnelle" constituent aussi une faiblesse de la réputation du Maroc auprès des pays du G-8, à savoir :

- l'environnement économique (49,9 points sur 100)
- le bien-être social (49,1 points)
- l'environnement institutionnel/ politique (49,1 points)

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

L'analyse des scores obtenus pour chacun des attributs par rapport à la moyenne des 70 pays évalués montre que les forces du Maroc portent sur les attributs de la dimension "Qualité de Vie" et les attributs "Sécurité, éthique et transparence". Au contraire, les faiblesses sont liées à la dimension "Niveau de développement" et aux attributs "Bien-être social" et "Environnement économique".

Tel qu'il ressort de l'analyse des 17 attributs de la réputation du Maroc dans les pays du G-8, le Royaume affiche des scores qui se situent en dessous de la moyenne globale. Les écarts les plus importants concernent certains attributs comme : "Technologie/innovation", "Système éducatif" et "Marques et entreprises reconnues". Les écarts les plus faibles sont relatifs aux attributs "Loisirs et distractions", "Environnement naturel", "Population aimable et sympathique" et "Style de vie".

Comparaison, par attribut, de la réputation du Maroc dans le G-8 avec la réputation moyenne des 70 pays

Importance (Coefficient de pondération)		Maroc	Maroc vs Moyenne de tous les pays
6,4%	Loisirs et distractions	61,5	-0,3
7,0%	Environnement naturel	67,5	-0,7
7,6%	Population aimable et sympathique	61,6	-1,5
6,6%	Style de vie	54,4	-2
6,9%	Sécurité	50,2	-2,2
5,9%	Environnement institutionnel/politique	49,1	-2,2
6,4%	Ethique et transparence	46,9	-2,2
5,6%	Usage efficace des ressources	50,1	-2,4
5,2%	Environnement économique	49,9	-3,1
6,5%	Respect international	48,8	-3,3
5,9%	Bien-être social	49,1	-3,9
5,5%	Qualité de produits et services	49,6	-4,7
5,5%	Culture	49,7	-4,8
5,3%	Population éduquée et de confiance	50,6	-5,2
4,7%	Système éducatif	49,8	-5,5
4,8%	Marques et entreprises reconnues	44,9	-5,8
4,2%	Technologie/Innovation	44,5	-6,7

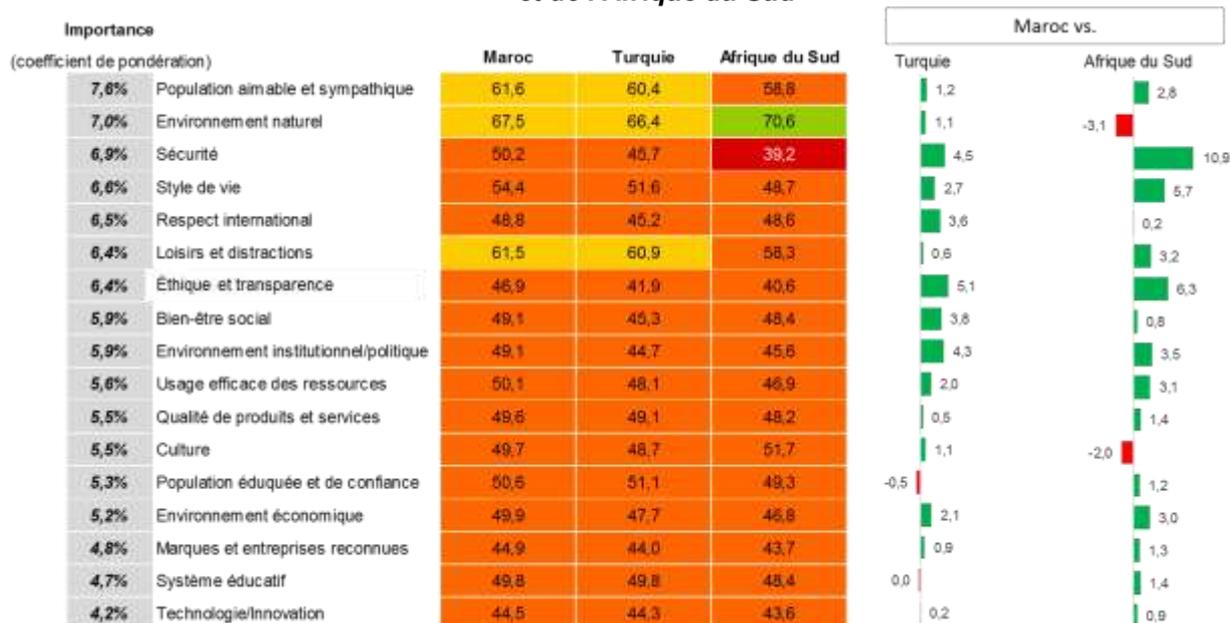
La comparaison des évaluations obtenues par le Maroc sur chacun des 17 attributs avec celles de la Turquie et de l'Afrique du Sud montre, qu'en général, le Maroc est mieux perçu par les citoyens des pays du G-8.

Il faut remarquer que les différences entre les scores du Maroc et ceux de la Turquie sont minimes (inférieures à 1) pour les six attributs suivants : "Loisirs et distractions", "Qualité des produits et services", "Marques et entreprises reconnues", "Système éducatif" et "Technologie/innovation". Par conséquent, la perception des deux pays sur ces attributs est similaire. Pour le reste des scores, il est aussi intéressant de souligner que les différences sont toujours en faveur du Maroc.

La comparaison entre le Maroc et l'Afrique du Sud montre une avance du Maroc de 10 points sur l'attribut "Sécurité". Néanmoins, si le Maroc est en général mieux perçu dans les pays du G-8, il y a deux attributs où l'Afrique du Sud se distingue par rapport au Royaume : "Environnement naturel et culture".

En conclusion, la perception internationale du Maroc présente un ensemble de points forts par rapport aux deux pays du benchmark. Le Maroc apparaît pour les citoyens des pays du G-8 comme un pays stable, doté d'un meilleur environnement politique, d'un niveau de transparence relativement haut et de niveaux de corruption moins élevés ainsi que d'un style de vie plus attractif que la Turquie et l'Afrique du Sud.

Perception des citoyens des pays du G-8 des attributs du Maroc, de la Turquie et de l'Afrique du Sud



2.3. Comportements de soutien envers le Maroc dans les pays du G-8

En plus de l'analyse de la réputation du Maroc par attribut, la méthodologie RepTrak® 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 détail les scores obtenus dans chacune de ces variables pour l'ensemble des pays analysés.

Comparaison entre les comportements de soutien des citoyens des pays du G-8 envers le Maroc et ceux envers la moyenne de tous les pays



Le Maroc obtient une évaluation très positive dans le comportement de soutien, lié à la recommandation de visiter le Royaume par rapport à la moyenne des pays évalués dans l'étude. En revanche, les scores obtenus par le Maroc au titre de la recommandation d'étudier au pays et le reste des comportements de soutien sont en dessous de la moyenne des autres pays.

Conformément à la perception internationale la plus positive du Maroc sur les variables de la dimension "Qualité de vie", ce sont les comportements de soutien "Je recommanderais de visiter le pays" et "Je recommanderais la participation à des événements dans le pays" qui obtiennent des évaluations favorables. Au contraire, c'est la variable "Je recommanderais d'étudier dans le pays" qui représente une faiblesse majeure pour le Maroc. Cette faiblesse est liée aux perceptions moins favorables du Maroc, au titre des attributs "Système éducatif" et "Population éduquée et de confiance".

Volonté de soutenir le Maroc vs. ses benchmarks : la Turquie et l'Afrique du Sud

En comparant les résultats obtenus par le Maroc au titre des comportements de soutien déclarés par les citoyens des pays du G8, avec ceux obtenus par la Turquie et l'Afrique du Sud, les pays du G-8 donnent des avantages compétitifs au Maroc dans toutes les variables. La variable qui représente le plus grand avantage compétitif du Maroc comparativement à l'Afrique du Sud est la recommandation de visiter le pays alors que par rapport à la Turquie, elle concerne l'intention des citoyens des pays du G-8 d'assister à des événements ou de prendre part à des congrès.

Comportements de soutien des citoyens des pays du G-8 envers le Maroc, la Turquie et l'Afrique du Sud



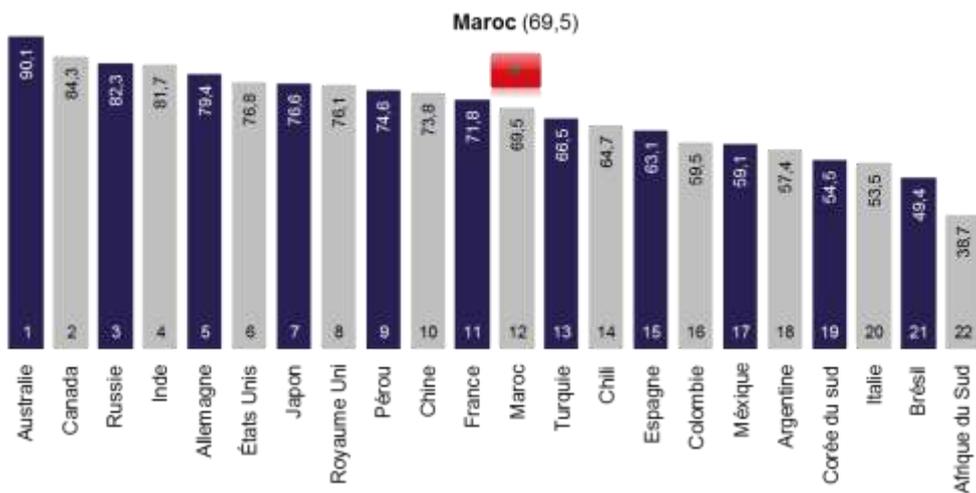
3. La réputation interne du Maroc

3.1. Positionnement intermédiaire du Maroc parmi les pays de l'échantillon

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

La comparaison entre la réputation interne et la réputation externe permet de définir dans quelle mesure les pays se montrent critiques envers eux-mêmes.

Réputation interne d'un échantillon de pays



Globalement, la perception interne est davantage favorable que la perception externe car les citoyens du pays, connaissant mieux la réalité, le perçoivent plus positivement. En règle générale, l'écart entre les deux réputations se situe entre 10 à 15 points.

Toutefois, les résultats obtenus montrent des exceptions par rapport à la règle susmentionnée. Il y a des pays tels que la Russie, l'Inde et la Chine dont les citoyens ont une perception interne très positive. En effet, la différence entre la réputation interne et externe de ces pays dépasse largement le seuil de 15 points (47,2 points pour la Russie, 31,3 points pour la Chine et 29,1 points pour l'Inde).

A l'opposé, quatre pays, en l'occurrence l'Espagne, le Brésil, l'Afrique du Sud et l'Italie, se caractérisent par une réputation interne très en deçà de leur réputation externe, traduisant la perception négative de leurs citoyens en ce qui concerne plusieurs attributs de la réputation.

Dans le cas du Maroc, la règle énoncée auparavant est avérée, puisque l'écart entre la réputation interne et externe s'établit à 15,8 points. Avec ce score, le Maroc se situe dans une position intermédiaire entre le groupe de pays à forte réputation interne et ceux à réputation moyenne.

Différence entre la réputation interne et externe d'un échantillon de pays



Le Maroc, la Turquie et l'Afrique du Sud tels que perçus par les Marocains

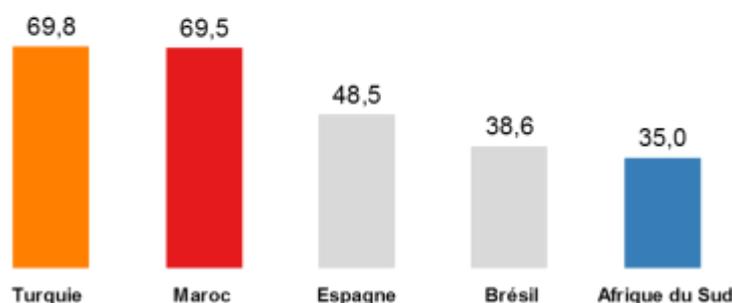
La comparaison de la réputation interne du Maroc avec celle que les Marocains ont à l'égard des deux pays choisis comme benchmark, la Turquie et l'Afrique du Sud, a permis de faire ressortir quelques observations intéressantes.

Dans le cas de la Turquie, il n'y a pas de différence, statistiquement significative, entre la valeur de son indice Country RepTrak® Pulse au Maroc et l'indice interne du Maroc (69,8 points vs. 69,5 points). Par conséquent, d'après la perception des Marocains, la Turquie a une réputation similaire à celle qu'ils attribuent à leur propre pays, à la limite entre forte et moyenne.

Toutefois, dans le cas de l'Afrique du Sud et du Brésil, la situation est très différente, puisque la valeur de leur indice Country RepTrak® Pulse au Maroc est respectivement de 35 et de 38,6 points. Cela signifie que l'Afrique du Sud et le Brésil ont une réputation négative au Maroc.

Quant à la valeur de l'indice Country RepTrak® Pulse au Maroc de l'Espagne, elle est de 48,5 points. Ainsi, l'Espagne ne bénéficie paradoxalement pas d'une réputation solide au Maroc et ce, malgré le fort attrait des touristes marocains.

Indicateur Country RepTrak® 2015 au Maroc



3.2. Perception interne des atouts et des insuffisances du Maroc

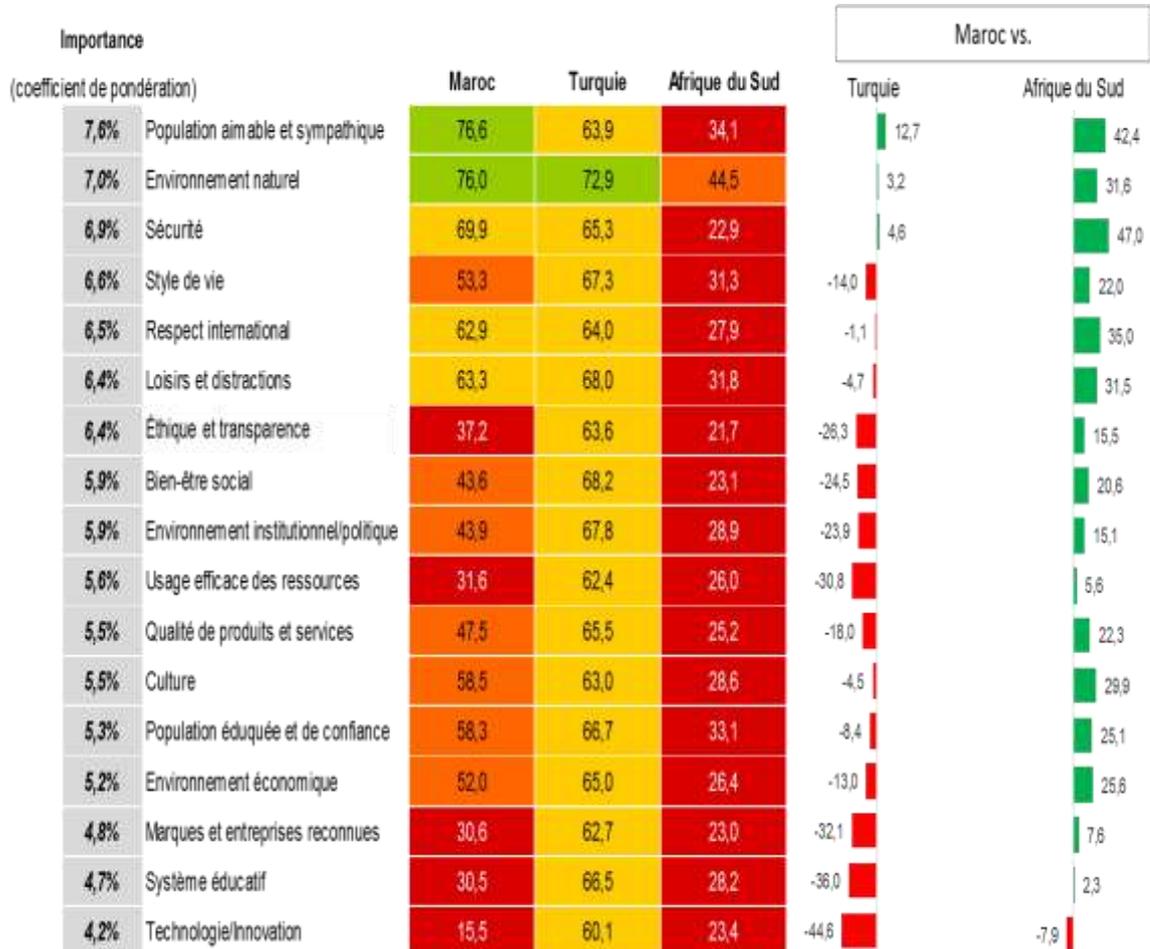
Les Marocains considèrent que les forces de leur pays se reflètent dans les attributs "Population aimable et sympathique", "Environnement naturel" et "Sécurité". Il est intéressant de rappeler que ces trois attributs sont ceux qui pèsent le plus dans l'évaluation de la réputation d'un pays. Cependant, même si les Marocains sont conscients de leurs forces, celles-ci ne sont pas suffisantes pour créer une excellente réputation selon leur point de vue.

Cinq des 17 attributs évalués se situent à un niveau moins favorable : "Ethique et transparence", "Usage efficace des ressources", "Marques et entreprises reconnues", "Système éducatif", et "Technologie et innovation" ; ce dernier attribut étant celui qui obtient l'évaluation la plus basse (15,5 points sur 100). Ce sont ces attributs pour lesquels les Marocains considèrent que des efforts d'amélioration devraient être déployés par le Royaume.

En outre, les Marocains perçoivent mieux leur pays, comparativement au regard qu'ils portent à l'Afrique du Sud, au titre de tous les attributs qui forgent la réputation, à l'exception de l'attribut "Technologie et innovation" pour lequel le Maroc est considéré par ses citoyens comme étant moins performant que l'Afrique du Sud.

Pour ce qui est de la perception qu'ont les Marocains de la Turquie, elle est généralement supérieure à celle qu'ils ont du Maroc. Trois attributs font, cependant, l'exception : les Marocains considèrent que leur population est plus aimable et sympathique que celle de la Turquie, que le Royaume est plus sûr et que l'environnement naturel est meilleur.

**Le Maroc, la Turquie et l'Afrique du Sud, tels que perçus
par les citoyens marocains**

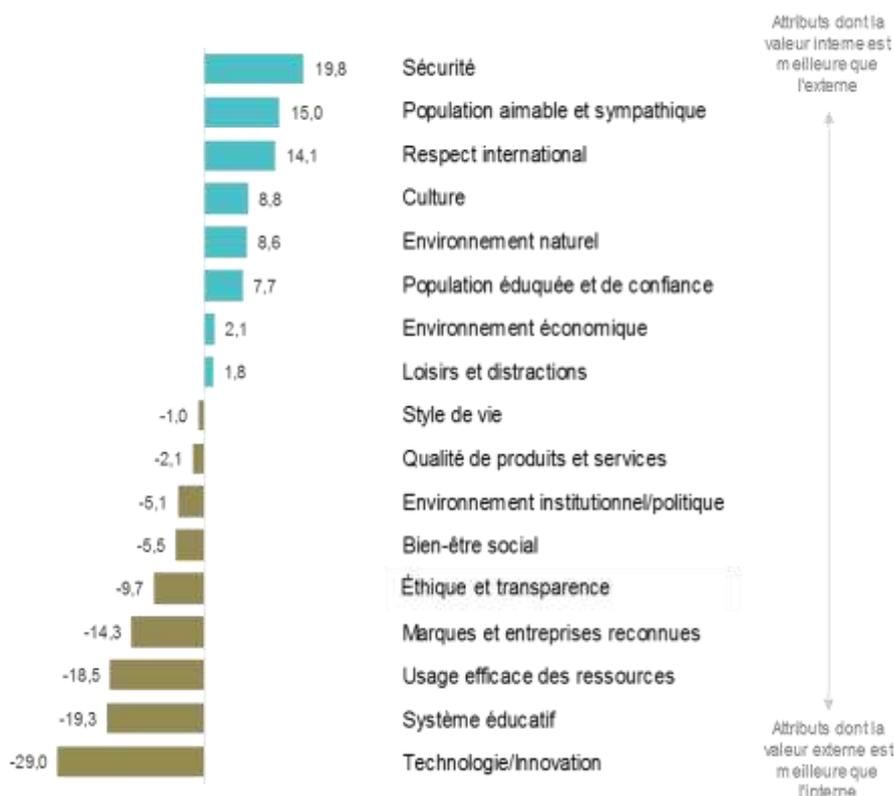


3.3. Comparaison, par attribut, de la réputation interne et externe du Maroc

Les Marocains donnent au Maroc une note supérieure à celle que lui attribuent les pays du G-8, au titre de huit attributs "Sécurité", "Population aimable et sympathique", "Respect international", "Culture", "Environnement naturel", "Population éduquée et de confiance", "Environnement économique", "Loisirs et distractions".

Par contre, les Marocains se montrent plus critiques que les citoyens du G-8 quant aux autres attributs, à savoir: "Technologie/innovation", "Système éducatif", "Usage efficace des ressources", "Marques et entreprises reconnues", "Ethique et transparence", "Bien-être social", "Environnement institutionnel et politique".

Différence entre la réputation externe et interne du Maroc selon les différents attributs



La perception interne moins favorable que celle externe au titre des attributs : "Technologie/innovation", "Système éducatif", "Marques et entreprises reconnues", reflète les insuffisances du Royaume en la matière. Les pouvoirs publics devraient tenir compte de cette réalité dans la perspective de rehausser la réputation du Maroc.

La bonne réputation interne et externe dont jouit le Maroc, notamment, en matière de sa stabilité politique et sociale, d'hospitalité et d'amabilité de sa population, d'attractivité de son environnement naturel, devrait être renforcée. Une stratégie de communication, dédiée à cet effet, mettant en évidence les atouts du pays pourrait, à l'avenir, améliorer la réputation du Royaume et la hisser, par ricochet, au rang de celle des pays développés.

Enfin, la perception moins favorable aussi bien interne qu'externe relative, aux attributs "Usage efficace des ressources", "Ethique et transparence" ou "Bien-être social" constitue des risques pour la réputation que le Royaume se doit d'affronter.

3.4. Comportements de soutien des Marocains envers le Maroc

Les Marocains qui considèrent que leur population est aimable et sympathique et que l'environnement naturel de leur pays est attractif, se montrent hautement disposés à recommander que le Maroc soit visité.

Au contraire, la perception négative des Marocains de leur système éducatif fait qu'ils ne recommandent pas aux étrangers de venir étudier au Maroc. Il en est de même pour la recommandation de travailler au Maroc, quoique dans une mesure moindre par rapport à la recommandation précédente.

Comportements de soutien envers le Maroc vs. Turquie et Afrique du Sud – Au Maroc

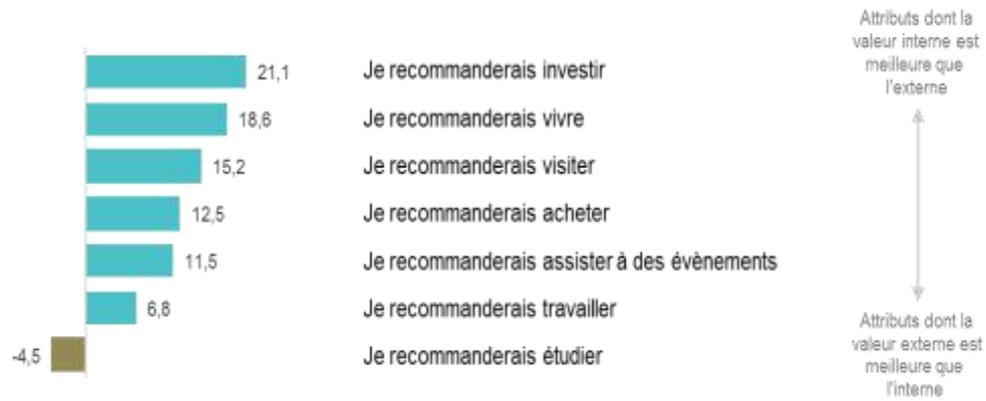


Comparativement aux pays du benchmark, les Marocains recommandent plus la Turquie que leur propre pays au niveau de l'ensemble des comportements de soutien, sauf pour la recommandation de visiter le pays où la préférence penche en faveur du Royaume. Il n'est pas exclu que l'effort de communication intense déployé par la Turquie au Maroc semble avoir réussi à véhiculer une image très positive de ce pays auprès de l'opinion publique marocaine.

Par rapport à l'Afrique du Sud, la perception négative des Marocains envers ce pays fait qu'ils ne le recommandent que très faiblement pas. La différence entre les évaluations des comportements de soutien envers les deux pays varie entre 15 points et 28 points, en fonction des variables retenues.

Sur un autre plan, les évaluations internes des comportements de soutien envers le Maroc se démarquent nettement des évaluations externes émanant des citoyens des pays du G-8. La différence est particulièrement notable quant à la recommandation d'investir au Maroc ou d'y vivre. Toutefois, les Marocains se montrent plus réticents que les citoyens des pays du G-8 lorsqu'il s'agit de recommander d'étudier au Maroc.

Différence entre l'évaluation externe et interne des comportements de soutien envers le Maroc

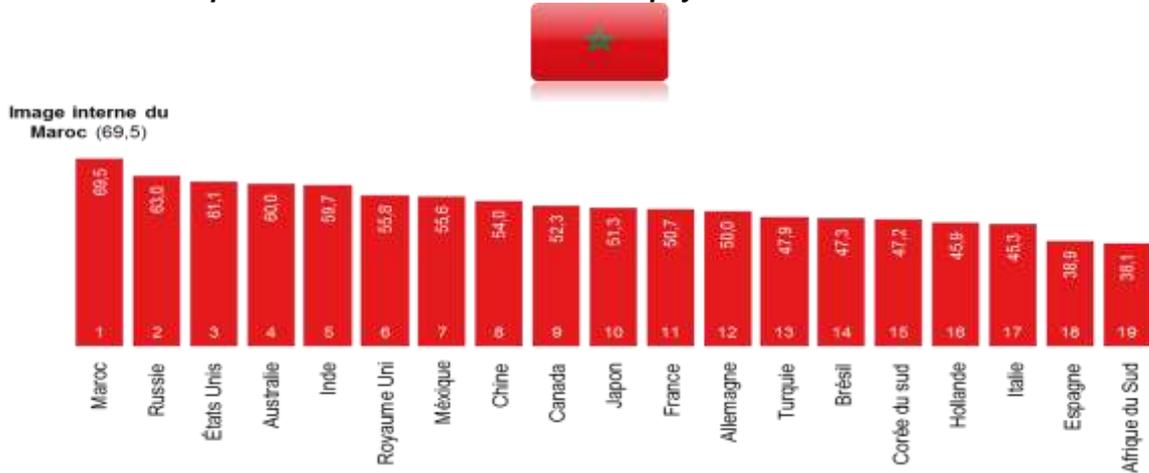


4. La réputation du Maroc dans les pays spécifiques

4.1. Une réputation du Maroc dans les pays spécifiques nettement inférieure à celle dans les pays du G-8

Le Maroc est mieux perçu, en moyenne, par les citoyens des pays du G-8 que par les ressortissants des 10 pays spécifiques, retenus au niveau de l'étude.

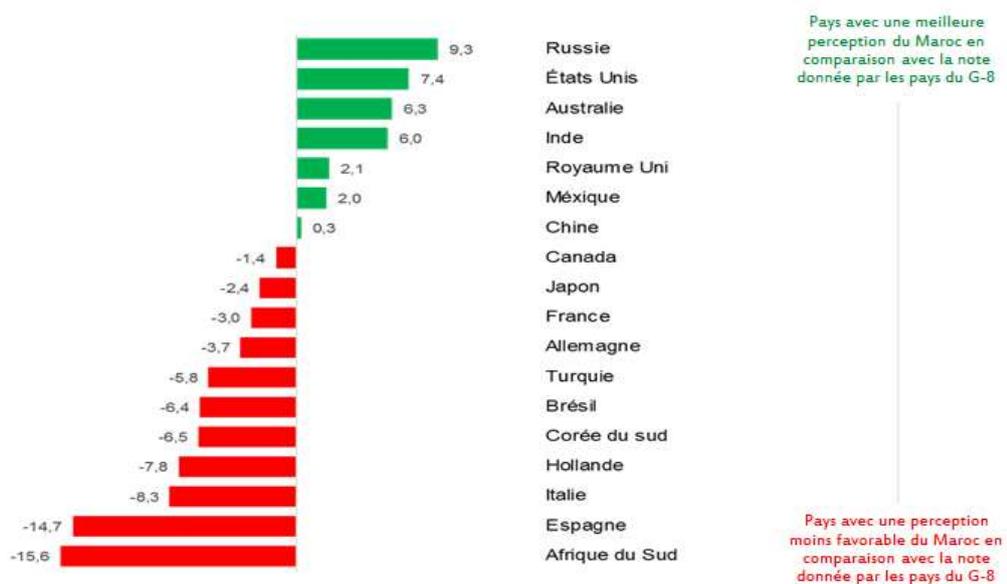
La réputation du Maroc dans différents pays – Situation en 2015



La Russie, les Etats-Unis et l'Australie sont les trois pays de l'échantillon qui perçoivent le mieux le Maroc, lui attribuant plus de 60 points au niveau de l'indicateur Country RepTrak® Pulse.

L'Espagne et l'Afrique du Sud sont les deux pays qui accordent la plus faible note au Maroc, respectivement 38,9 et 38,1 points, soit 14 points de moins par rapport à la moyenne des pays du G-8. Viennent ensuite l'Italie et la Hollande.

La réputation du Maroc dans chacun des 18 pays de l'échantillon comparativement à la réputation moyenne du Royaume dans les pays du G-8



Les pays spécifiques (Australie, Inde, Mexique, Chine, Brésil, Corée du Sud, Espagne, Turquie, Pays bas et Afrique du Sud) accordent au Maroc la meilleure note à la dimension "Qualité de vie" alors que la "Qualité institutionnelle" est la dimension qui reçoit la note la plus basse.

Réputation du Maroc dans les 10 pays spécifiques selon trois dimensions

		Australie	Inde	Méxique	Chine	Brésil	Corée du Sud	Espagne	Turquie	Pays Bas	Afrique du Sud
36,9%	Qualité institutionnelle	55,5	56,6	53,4	52,3	42,3	42,6	29,8	44,7	42,9	34,2
36,1%	Qualité de vie	68,3	60,6	58,5	54,8	48,5	51,2	52,8	52,0	56,2	50,4
27,1%	Niveau de développement	54,8	56,6	53,0	50,6	42,4	40,8	32,5	42,3	43,3	31,7

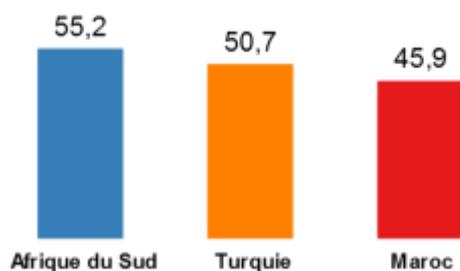
4.2. Perception des atouts et des insuffisances du Maroc dans certains pays spécifiques

Dans cette section, la réputation du Maroc dans différents pays a été comparée avec celle de deux pays du benchmark : la Turquie et l'Afrique du Sud.

Aux Pays-Bas

Pour les citoyens des Pays-Bas, la réputation de l'Afrique du Sud et l'image de la Turquie sont supérieures à la note qu'ils attribuent au Maroc.

Perception des citoyens des Pays-Bas de la réputation du Maroc, de l'Afrique du Sud et de la Turquie (Indicateur Country RepTrak® aux Pays Bas)



Cette meilleure perception qu'ont, les citoyens des Pays-Bas de la Turquie et de l'Afrique du Sud plutôt que du Maroc se reflète au niveau de l'ensemble des attributs retenus dans l'évaluation, sauf pour l'attribut "Sécurité".

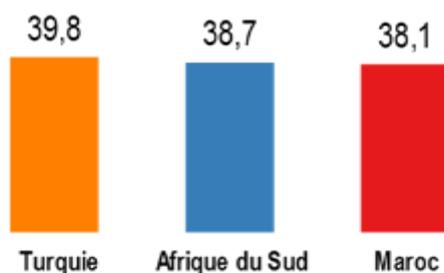
Perception des citoyens des Pays-Bas des attributs du Maroc, de la Turquie et de l'Afrique du Sud

Importance (coefficient de pondération)	Maroc	Turquie	Afrique du Sud	Maroc vs.	
				Turquie	Afrique du Sud
7,6%	59,0	64,1	61,3	-5,1	-2,3
7,0%	66,5	68,0	75,1	-1,5	-8,6
6,9%	46,1	52,7	40,9	-6,6	5,2
6,6%	43,8	53,7	54,6	-9,9	-10,8
6,5%	44,9	47,2	49,6	-2,3	-4,7
6,4%	55,3	63,2	61,6	-7,9	-6,2
6,4%	37,5	41,7	42,4	-4,2	-4,9
6,9%	42,4	48,9	47,9	-4,4	-5,5
6,9%	41,2	44,7	43,8	-3,5	-2,6
6,6%	43,9	44,3	48,7	-0,5	-2,8
6,5%	47,2	50,6	53,6	-3,3	-6,4
6,5%	45,6	51,7	56,5	-6,1	-10,8
6,3%	44,0	51,2	48,3	-7,1	-4,3
6,2%	44,3	51,7	50,8	-7,4	-6,2
4,8%	38,5	45,0	47,5	-6,5	-9,0
4,7%	45,3	51,1	53,8	-5,8	-8,4
4,2%	38,8	47,9	45,7	-9,0	-6,9

En Afrique du Sud

Pour les citoyens Sud-africains, la réputation du Maroc est presque similaire à celle de la Turquie et à celle qu'ils attribuent à leur propre pays.

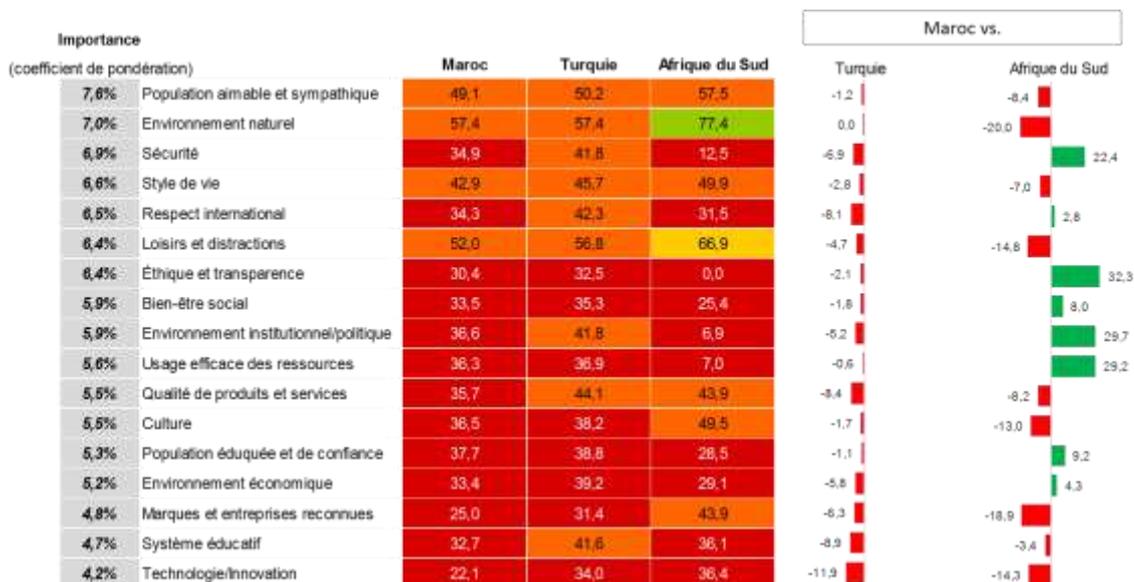
Perception des Sud-africains de la réputation du Maroc, de l'Afrique du Sud et de la Turquie (Indicateur Country RepTrak® en Afrique du Sud)



Les Sud-africains considèrent que le Maroc est meilleur que leur pays au niveau de certains attributs dont l'éthique et la transparence, l'environnement institutionnel, l'usage efficace des ressources et la sécurité. Toutefois, ils pensent que l'environnement naturel est plus attractif en Afrique du Sud qu'au Maroc et que leur pays possède un plus grand nombre de marques et d'entreprises reconnues, contrairement au Maroc.

Les Sud-africains ont une perception de la Turquie légèrement meilleure que celle qu'ils ont du Maroc, au niveau de tous les attributs de la réputation. L'attribut lié à la technologie et à l'innovation est celui où la différence est la plus grande (-11,9 points).

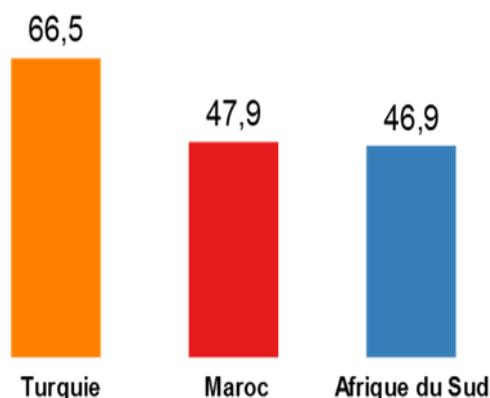
Perception des Sud-africains des attributs du Maroc, de la Turquie et de l'Afrique du Sud



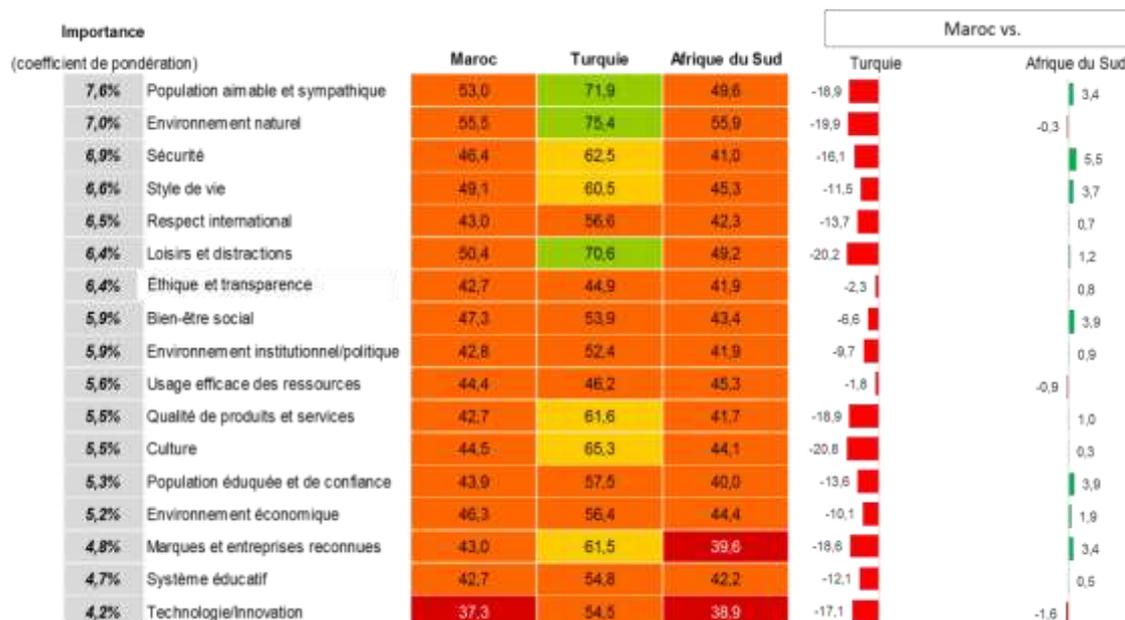
En Turquie

Les citoyens turcs perçoivent mieux leur pays que le Maroc, au titre de tous les attributs. Pour eux, la réputation du Maroc est légèrement meilleure que celle de l'Afrique du Sud de manière globale et pour l'ensemble des attributs, à l'exception des attributs "Technologie/innovation" et "Usage efficace des ressources"

Perception des Turcs de la réputation du Maroc, de l'Afrique du Sud et de la Turquie (Indicateur Country RepTrak® en Turquie)



Perception des Turcs des attributs du Maroc, de la Turquie et de l'Afrique du Sud

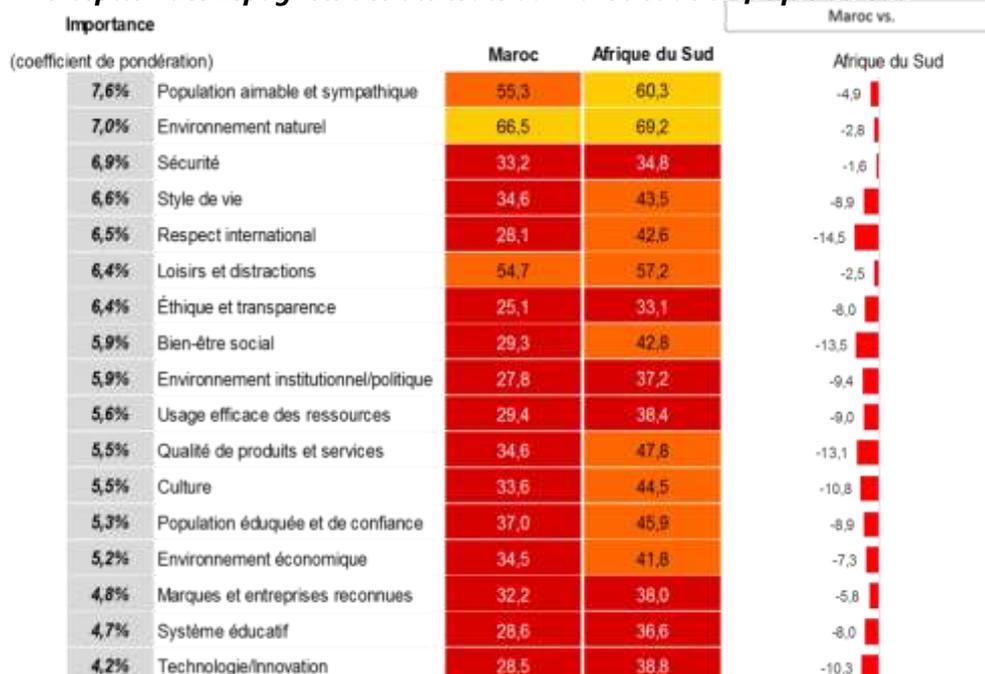


En Espagne

Les Espagnols perçoivent mieux l'Afrique du Sud que le Maroc au niveau de tous les attributs. Entre l'Afrique du Sud et le Maroc, les différences de notation les plus significatives concernent le respect international, le bien-être social et la qualité des produits et services.

Les citoyens espagnols n'ayant pas évalué la Turquie, il n'y a pas de données pour comparer le Maroc et la Turquie selon le point de vue des Espagnols.

Perception des Espagnols des attributs du Maroc et de l'Afrique du Sud



Au Mexique

De manière générale, les Mexicains ont une meilleure perception du Maroc, par rapport à la Turquie et à l'Afrique du Sud.

Comme il ressort du tableau ci-après, les évaluations concernant le Maroc sont supérieures à celles relatives à la Turquie dans tous les attributs, à l'exception de l'environnement naturel, perçu légèrement meilleur en Turquie.

La comparaison des notes attribuées au Maroc et à l'Afrique du Sud montrent que les Mexicains ont une meilleure perception du Maroc dans la majorité des attributs. Cependant, certaines exceptions peuvent être remarquées : l'Afrique du Sud dépasse le Maroc dans 6 variables ; la différence la plus grande étant "l'environnement naturel" où l'Afrique du Sud obtient 8,9 points de plus que le Maroc.

Perception des Mexicains des attributs du Maroc, de la Turquie et de l'Afrique du Sud

Importance (coefficient de pondération)		Maroc	Turquie	Afrique du Sud	Maroc vs.	
					Turquie	Afrique du Sud
7,6%	Population aimable et sympathique	57,5	51,3	61,0	6,2	-3,6
7,0%	Environnement naturel	59,0	60,2	68,0	-1,2	-8,9
6,9%	Sécurité	53,5	45,6	49,3	8,0	4,2
6,6%	Style de vie	56,5	44,8	49,0	11,8	7,5
6,5%	Respect international	52,7	44,2	55,1	8,5	-2,3
6,4%	Loisirs et distractions	61,0	54,7	60,9	6,3	0,1
6,4%	Éthique et transparence	53,6	41,5	49,9	12,1	3,7
5,9%	Bien-être social	54,5	47,8	55,4	6,9	-0,9
5,9%	Environnement institutionnel/politique	53,5	42,7	50,3	10,8	3,2
5,6%	Usage efficace des ressources	52,4	44,9	49,7	7,5	2,8
5,5%	Qualité de produits et services	53,8	49,3	55,4	4,5	-1,7
5,5%	Culture	52,7	46,6	56,1	6,1	-3,4
5,3%	Population éduquée et de confiance	55,5	46,1	53,4	9,4	2,1
5,2%	Environnement économique	52,7	46,6	49,9	6,1	2,8
4,8%	Marques et entreprises reconnues	49,8	43,1	44,6	6,7	5,3
4,7%	Système éducatif	54,2	45,9	52,3	8,3	1,9
4,2%	Technologie/Innovation	51,3	44,1	49,0	7,2	2,3

En Chine, en Inde, au Brésil, en Corée du Sud et en Australie

Il est intéressant de remarquer que l'Australie et l'Inde sont les deux pays qui ont une meilleure perception du Maroc, comparativement à la Chine, au Brésil et à la Corée du Sud.

L'Australie accorde une note très positive de 72,6 points sur 100 au Maroc concernant son environnement naturel. Les attributs "Population aimable et sympathique", "style de vie", "Loisirs et distractions" sont, également, bien perçus par les Australiens. Pour l'Inde, les attributs concernant le Maroc relatifs à la population aimable et sympathique, à l'environnement naturel et aux loisirs et distractions sont perçus assez favorablement.

La Corée du Sud accorde des notes faibles au Maroc, en particulier concernant les attributs "Marques et entreprises reconnues" et "Technologie/innovation". Pour le Brésil, les attributs "Usage efficace des ressources" et "Technologie/innovation" sont aussi perçus comme insuffisants dans le cas du Maroc.

Perception des attributs du Maroc en Chine, en Inde, au Brésil, en Corée du Sud et Australie

		Australie	Inde	Chine	Brésil	Corée du sud
7,6%	Population aimable et sympathique	68,3	60,1	53,7	47,7	49,6
7,0%	Environnement naturel	72,6	62,7	58,6	52,9	54,8
6,9%	Sécurité	57,8	55,4	52,9	42,0	42,7
6,6%	Style de vie	62,9	59,1	52,9	45,5	50,4
6,5%	Respect international	57,0	57,1	50,6	41,1	40,0
6,4%	Loisirs et distractions	69,3	60,7	53,8	47,9	50,0
6,4%	Éthique et transparence	53,5	56,3	52,7	43,9	42,7
5,9%	Bien-être social	53,8	56,4	53,0	42,7	43,2
5,9%	Environnement institutionnel/politique	54,9	57,0	50,8	42,9	43,8
5,6%	Usage efficace des ressources	56,8	56,9	52,6	39,5	43,4
5,5%	Qualité de produits et services	56,4	54,8	53,6	42,4	41,2
5,5%	Culture	54,6	58,3	51,5	44,3	41,4
5,3%	Population éduquée et de confiance	57,2	56,7	51,2	46,0	45,7
5,2%	Environnement économique	55,7	58,0	53,2	44,0	43,0
4,8%	Marques et entreprises reconnues	53,4	57,8	48,6	41,6	38,8
4,7%	Système éducatif	55,9	57,6	49,8	42,1	40,9
4,2%	Technologie/innovation	51,4	54,9	48,6	37,6	37,1

4.3. Comportements de soutien envers le Maroc dans les pays spécifiques

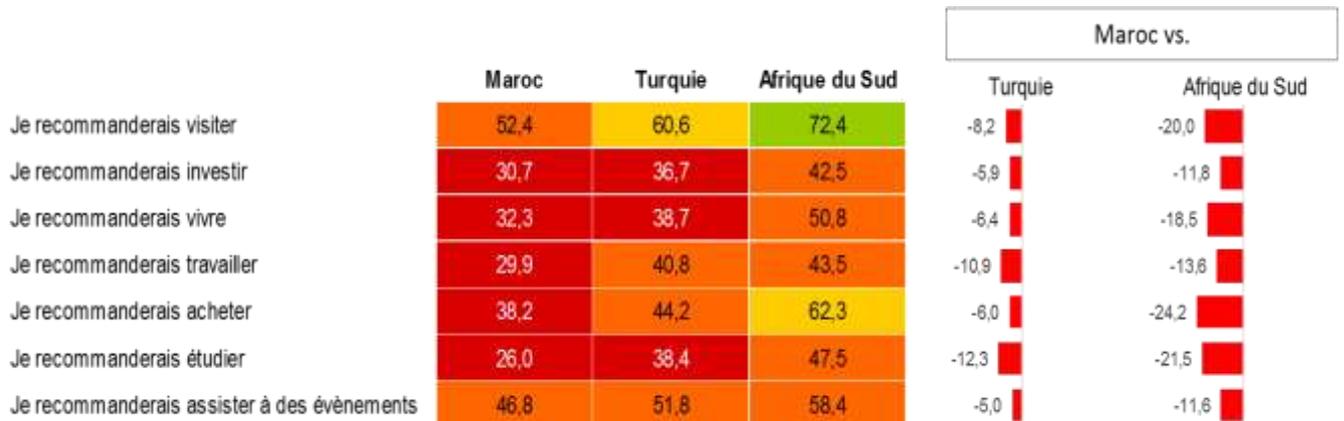
Les citoyens des Pays-Bas recommandent plutôt l'Afrique du Sud et la Turquie que le Maroc. En effet, dans l'évaluation des comportements de soutien via un pays ou un autre, les citoyens des Pays-Bas accordent de meilleures notes à la Turquie et à l'Afrique du Sud dans toutes les variables.

Comportements de soutien des citoyens des Pays-Bas envers le Maroc, la Turquie et l'Afrique du Sud

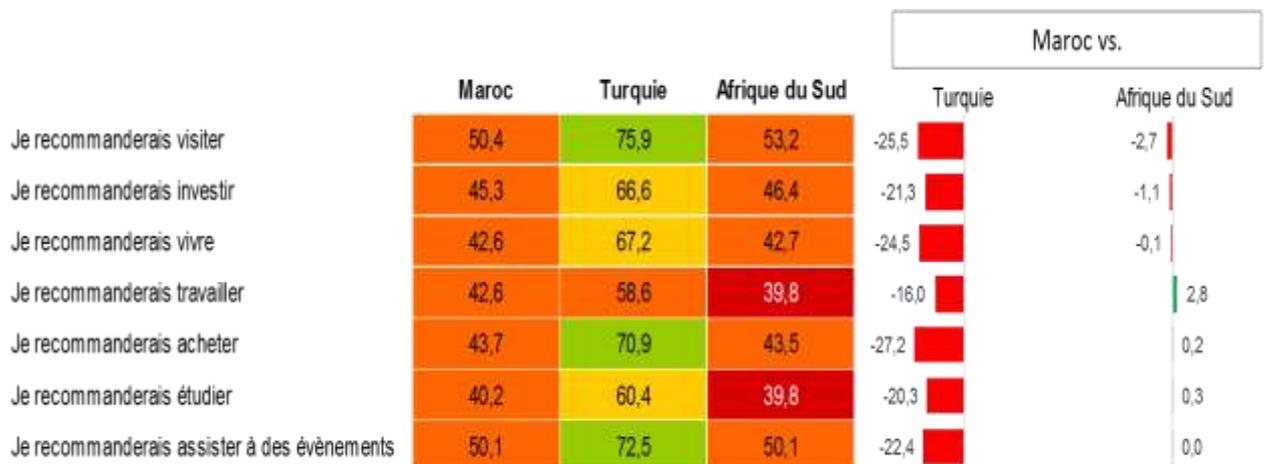


Dans le cas des Sud-africains, le résultat est similaire : ils recommandent plutôt l'Afrique du Sud et la Turquie que le Maroc et ce, pour l'ensemble des comportements de soutien.

Comportements de soutien des Sud-africains envers le Maroc, la Turquie et l'Afrique du Sud



Les citoyens Turcs ne montrent pas plus de volonté à soutenir l'Afrique du Sud plutôt que le Maroc. En fait, les différences dans les notes données à l'Afrique du Sud et au Maroc sont minimales ou presque nulles.



Les Espagnols recommandent plus l'Afrique du Sud que le Maroc, en particulier pour ce qui est de l'intention d'y travailler et d'y étudier dans le pays. Cependant, il est intéressant de noter que l'Espagne recommande à niveau égal de visiter le Maroc et l'Afrique du Sud.

Comportements de soutien des Espagnols envers le Maroc et l'Afrique du Sud



Les Mexicains recommandent plus le Maroc que la Turquie et l'Afrique du Sud. Toutefois, l'Afrique du Sud est plus recommandée que le Maroc pour visiter le pays et y assister à des événements.

Comportements de soutien des Mexicains envers le Maroc, la Turquie et l'Afrique du Sud



Le comportement qui reçoit le moins de soutien dans ces 5 pays spécifiques est celui d'étudier au Maroc où le Brésil et la Corée du Sud accordent une note particulièrement faible au Royaume.

Comportements de soutien envers le Maroc en Chine, en Inde, au Brésil, en Corée du Sud et en Australie

	Australie	Inde	Chine	Brésil	Corée du sud
Je recommanderais assister à des événements	59,3	60,0	53,4	47,7	48,2
Je recommanderais visiter	67,0	61,6	56,8	48,8	47,5
Je recommanderais investir	49,9	56,6	50,6	40,5	41,3
Je recommanderais vivre	52,2	60,0	53,6	41,9	41,8
Je recommanderais travailler	52,9	58,9	50,3	43,2	40,7
Je recommanderais acheter	55,6	56,6	52,5	45,3	40,4
Je recommanderais étudier	51,6	56,8	48,3	39,2	39,8

5. Principales conclusions

La réputation du Maroc auprès des citoyens des pays du G-8 peut être qualifiée de moyenne, avec une valeur pour l'indicateur RepTrak® Pulse de 53,7 points (sur une base de 100). Elle est au même niveau que celle de l'Inde, du Chili, des Philippines et de la Malaisie et dépasse celle de l'Afrique du Sud et de la Turquie.

Les pays dont la réputation atteint le niveau le plus élevé sont le Canada, leader du classement en 2015 avec un indicateur Country RepTrak® Pulse de 78,1 points, les Pays nordiques, la Suisse et l'Australie. Il y a donc une différence de 24,4 points entre l'indicateur RepTrak® Pulse du Maroc et celui du leader du classement.

Le Maroc est mieux perçu en ce qui concerne les attributs liés à la "qualité de vie" et à la "qualité institutionnelle", tandis que les évaluations les plus basses sont relatives aux attributs de la dimension "niveau de développement" :

- Les notes attribuées au Maroc sur les 17 attributs analysés sont dans tous les cas en dessous de la moyenne internationale, même si dans certains cas, la différence est minime.
- Les atouts du Maroc, d'après la perception des citoyens des pays du G-8, concernent les attributs suivants :
 - Population aimable et sympathique
 - Environnement naturel
 - Sécurité
 - Style de vie
- Les insuffisances les plus importantes du Maroc résident au niveau des attributs suivants :
 - Technologie/innovation
 - Système éducatif
 - Marques et entreprises reconnues
 - Environnement économique
 - Population éduquée et de confiance
 - Contribution à la culture globale

Le Maroc est mieux perçu par les pays du G-8 que les deux pays choisis comme benchmark, à savoir la Turquie et l'Afrique du Sud et ce, dans la majorité des variables. Cependant, deux exceptions sont à prendre en compte :

- L'Afrique du Sud est mieux perçue que le Maroc dans les attributs liés à l'environnement naturel et à la culture.
- La Turquie bénéficie d'une perception légèrement plus favorable que le Maroc, surtout pour l'attribut "Population éduquée et de confiance".

Le Maroc est perçu par les pays du G-8 comme un beau pays à visiter ou pour y assister à des événements. Toutefois, la même volonté ne se manifeste pas lorsqu'il s'agit d'acheter les produits et services au Maroc, d'y investir, d'y vivre ou d'y étudier.

Par rapport aux comportements de soutien, les citoyens de la Turquie, de l'Afrique du Sud et des Pays-Bas n'expriment pas suffisamment de volonté pour recommander le Maroc.

En général, la perception des citoyens de leur pays (réputation interne) est plus positive que la réputation externe. Il y a souvent une différence de 10 à 15 points entre la réputation interne et externe dans l'indice Country RepTrak® Pulse. Le Maroc n'est pas une exception : la différence entre sa réputation interne et externe est de 15,7 points.

La comparaison entre la perception des Marocains de certains attributs et l'évaluation internationale met en évidence quelques différences importantes :

- La perception interne concernant certains attributs est nettement supérieure à la perception externe. Les différences entre les deux perceptions pourraient représenter des opportunités de communication. Ces attributs sont :
 - la sécurité
 - la population aimable et sympathique
 - le respect international
 - la contribution à la culture globale
 - l'environnement naturel
 - la population éduquée et de confiance

- Les attributs qui peuvent constituer des risques pour la réputation du Maroc sont:
 - la technologie et l'innovation
 - le système éducatif
 - l'usage efficace des ressources publiques
 - les marques et les entreprises reconnues
 - l'éthique et la transparence

Les Marocains recommandent plus que les étrangers que le Royaume soit visité. Par contre, la recommandation d'étudier au Maroc s'avère plus soutenue chez l'étranger que chez les Marocains eux-mêmes, ce qui reflète la faible image qu'ont les Marocains du système éducatif.

Les intentions d'investir au Maroc, d'y vivre, de le visiter, d'acheter ses produits, d'assister à des événements et d'y travailler sont nettement plus prononcées chez les Marocains que chez les citoyens des pays du G-8.

Annexes

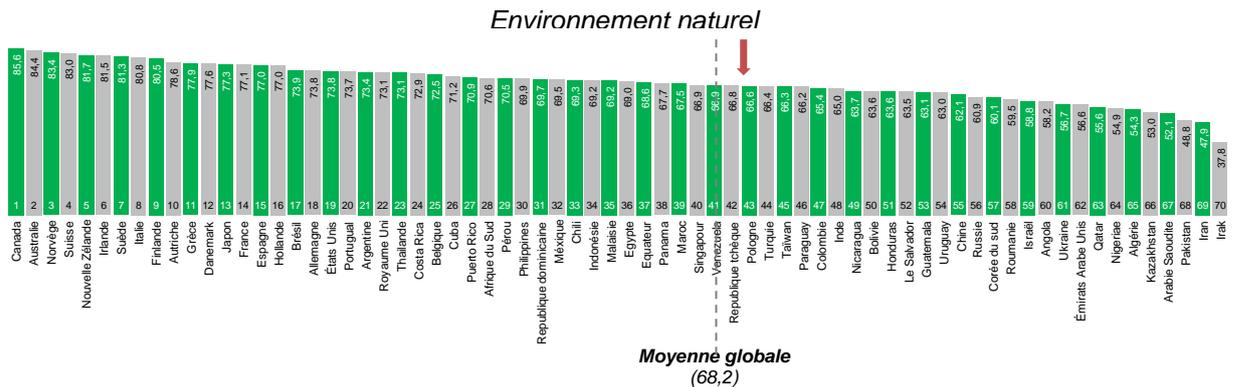
Annexe 1 : Détail des résultats des 17 attributs dans le G-8

1. Attributs de la dimension Qualité de Vie

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, avec un score similaire au Panama, à Singapour, à l'Equateur ou au Venezuela.



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -0,7 point

Différence significative= 2,9 points

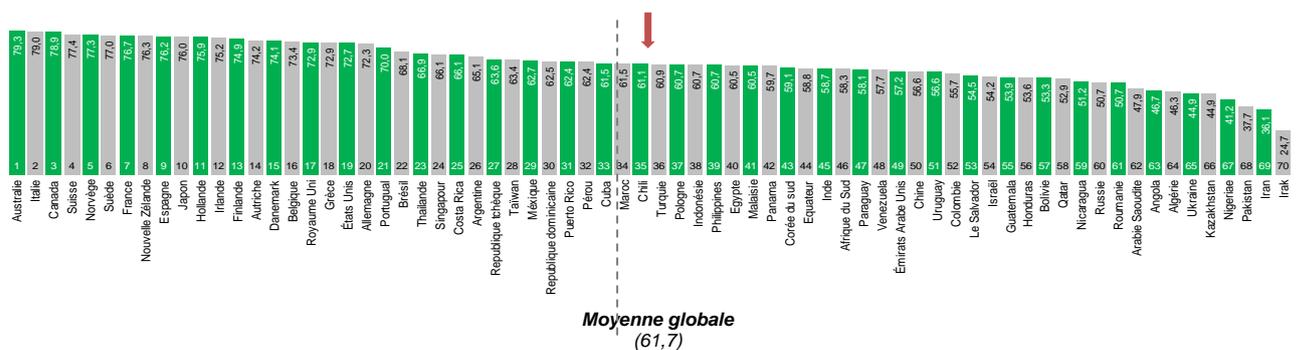
Les pays leaders du classement sont des pays associés avec l'image de grands espaces naturels, comme le Canada, l'Australie, la Norvège ou la Suisse. Dans l'autre extrême, se situent des pays comme l'Arabie Saoudite, le Pakistan, l'Iran ou l'Irak.

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"

Dans cet attribut, le Maroc se situe dans la première moitié du classement, avec 61,5 points, dépassant la Chine et la Russie, mais encore à une certaine distance des leaders : l'Australie, l'Italie, le Canada et la Suisse.

Loisirs et distractions



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -0,3 point

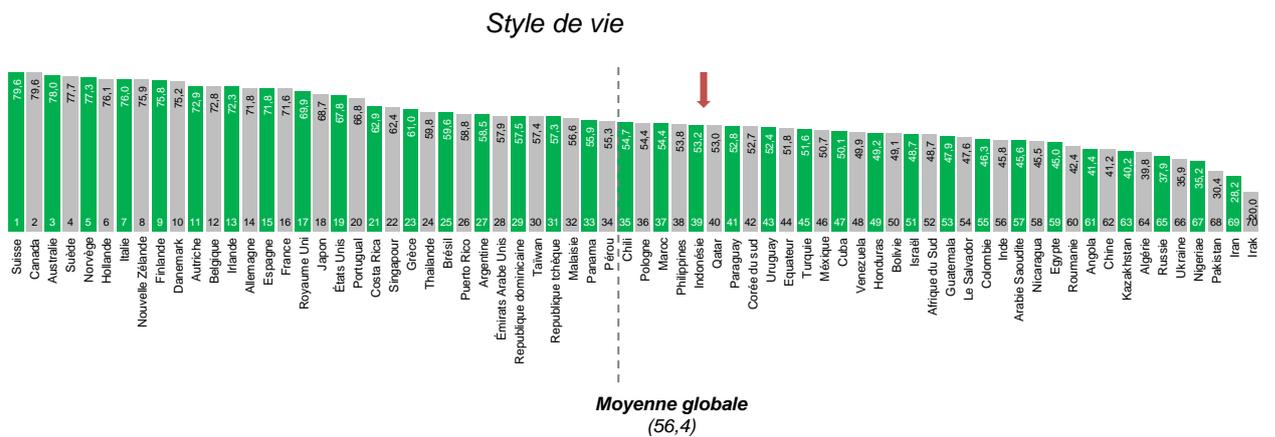
Différence significative= 2,9 points

Dans cet attribut, l'Iran, l'Irak et le Pakistan occupent encore les dernières positions, en ajoutant le Nigéria cette fois-ci.

Style de vie

"Il offre un style de vie attractif : les gens jouissent d'y habiter"

Dans cet attribut, le Maroc occupe la 37^{ème} position et reste très proche de la Pologne, des Philippines et de l'Indonésie.



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -2,0 points

Différence significative= 2,9 points

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

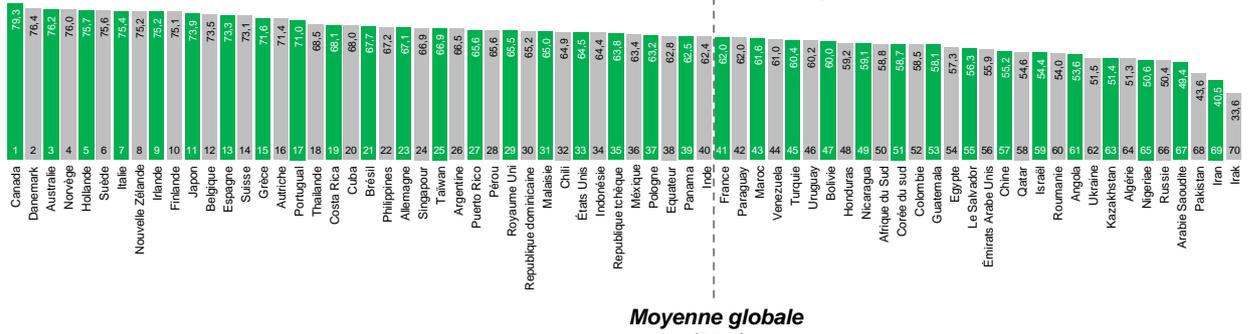
Par contre, le style de vie du Nigéria, du Pakistan, de l'Iran et de l'Irak manque d'attrait pour les citoyens du G-8.

Population aimable et sympathique

"Les gens sont aimables et sympathiques"

Le Maroc se situe en 43^{ème} position dans cet attribut lié à l'amabilité et la sympathie de sa population. Les citoyens du Canada, Danemark, Australie et Norvège sont perçus comme les plus aimables et sympathiques, ce qui n'est pas le cas de pour ceux de l'Arabie Saoudite, le Pakistan, l'Iran et l'Irak.

Population aimable et sympathique



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -1,5 point (63,1) Différence significative= 2,9 points

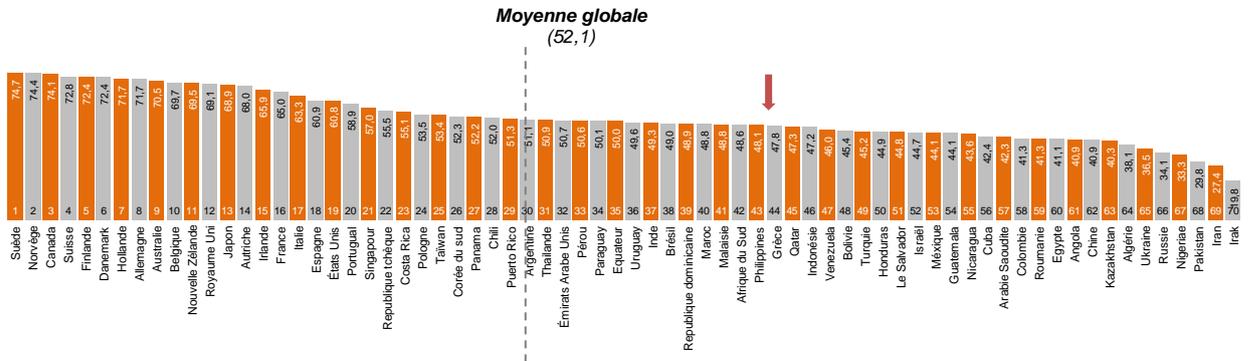
2. Attributs de la dimension Qualité Institutionnelle

Respect international

"C'est un participant responsable dans la communauté globale : il appuie de bonnes causes et ses leaders sont respectés à l'échelle internationale"

Le Maroc occupe la 40^{ème} position sur 70, obtenant presque les mêmes résultats que la République dominicaine et la Malaisie.

Respect international



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -3,3 points Différence significative= 2,9 points

Les pays perçus comme les plus responsables participants à la communauté globale sont en premier lieu la Suède, suivie par la Norvège, le Canada, la Suisse et la Finlande.

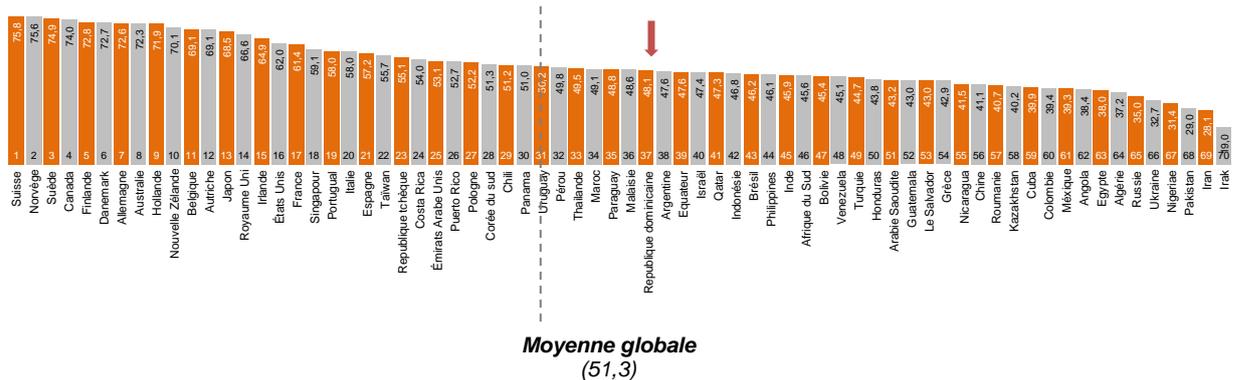
Dans le cas contraire, les pays considérés comme les moins responsables sont la Russie, le Nigéria, le Pakistan, l'Iran et l'Irak, dû sûrement aux permanents conflits et problèmes politiques et sociaux.

Environnement institutionnel/politique

"Il est dirigé par un gouvernement efficace : il dispose d'une structure bien structurée d'institutions politiques et légales"

Par rapport à l'environnement institutionnel et politique, le Maroc se situe en 40^{ème} position, avec une note qui se rapproche de celle de la République dominicaine, la Malaisie et l'Afrique du Sud.

Environnement institutionnel/politique



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -2,2 points Différence significative= 2,9 points

La Suisse occupe la première position pour cet attribut, suivie par la Norvège, la Suède, le Canada et la Finlande à la 5^{ème} place du classement.

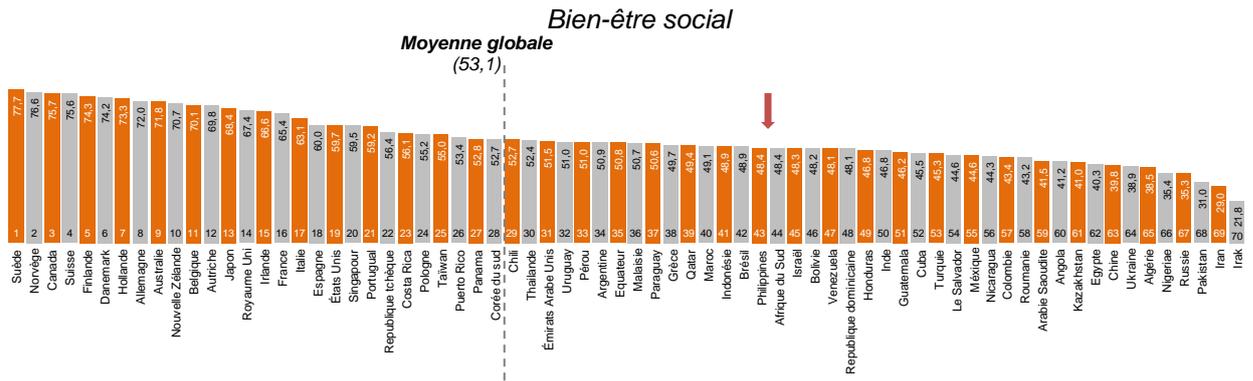
En raison d'un contexte politique particulier, l'Irak se trouve en dernière position avec une évaluation particulièrement basse de 19 points sur une échelle de 0 à 100 points.

Bien-être social

"Il a adopté des politiques sociales et économiques avancées : il veille à améliorer le bien-être de tous ces citoyens"

En 40^{ème} position du classement, le Maroc obtient un score similaire à l'Indonésie et au Qatar au niveau de cet attribut, lié aux politiques sociales et économiques.

L'exemplarité du modèle de bien-être social suédois est reflétée dans ce classement, étant le pays qui occupe la première place dans cet attribut, suivi de près par la Norvège, le Canada et la Suisse.



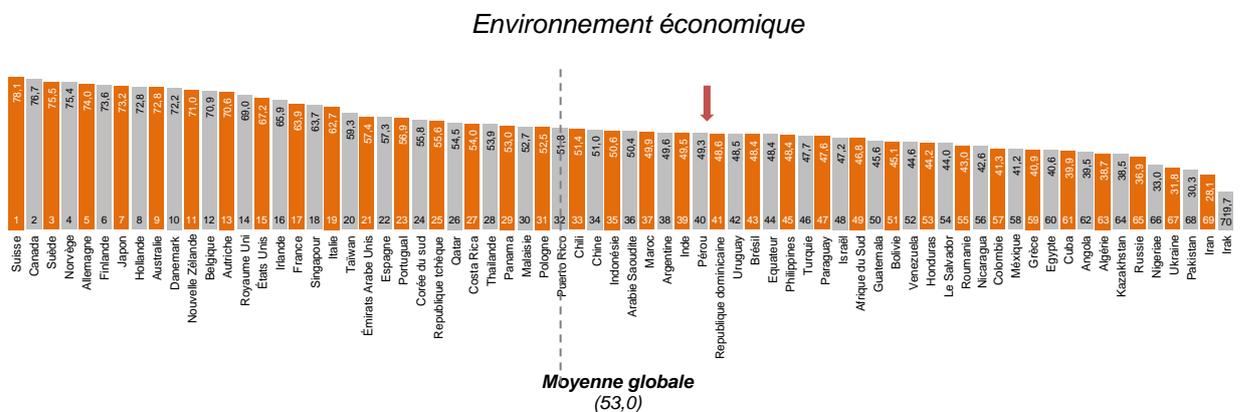
Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -3,9 points

Différence significative= 2,9 points

Environnement économique

"Il offre un environnement favorable pour les affaires : il dispose d'une économie stable à bas risque et avec une infrastructure développée"

En référence à la compétitivité d'un pays, à la stabilité de son économie et au développement de ses infrastructures, cet attribut explique, en termes macroéconomiques, si l'environnement du pays est perçu comme favorable pour les affaires. Le Maroc se situe à la 37^{ème} position.



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -3,1 points

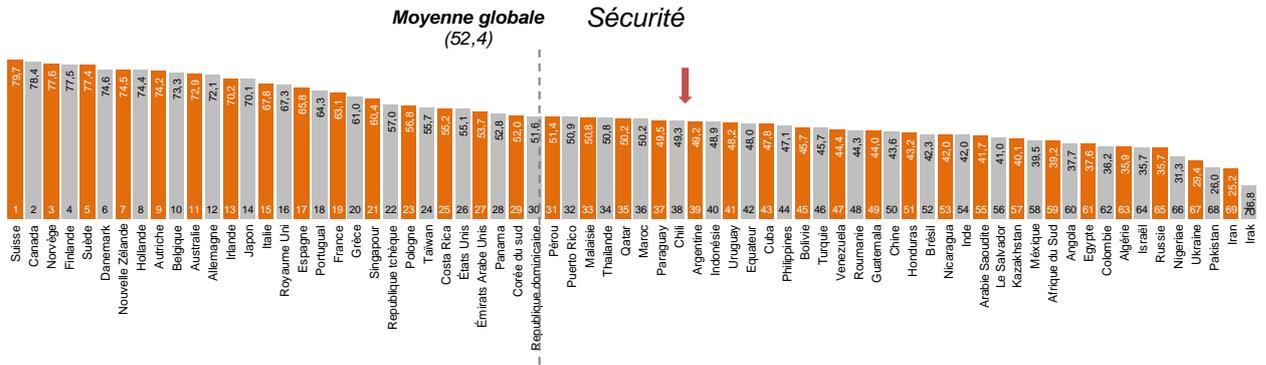
Différence significative= 2,9 points

Des pays avec des économies stables, prospères et développées comme la Suisse, le Canada, la Suède et la Norvège obtiennent les premières positions. L'actuel leader économique européen, l'Allemagne, occupe la 5^{ème} place du classement dans cet attribut, tandis que le Japon et les Etats-Unis se retrouvent en 7^{ème} et 15^{ème} position, respectivement. La Russie se trouve dans les dernières positions du classement, avec une note de 36,9 points.

Sécurité

"C'est un lieu sûr : il offre un environnement sûr pour les visiteurs et pour les habitants"

Le Maroc se situe à la 36^{ème} position dans l'attribut lié à la sécurité du pays, avec une évaluation similaire à celle du Qatar de 52,0 points sur 100.



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -2,2 points

Différence significative= 2,9 points

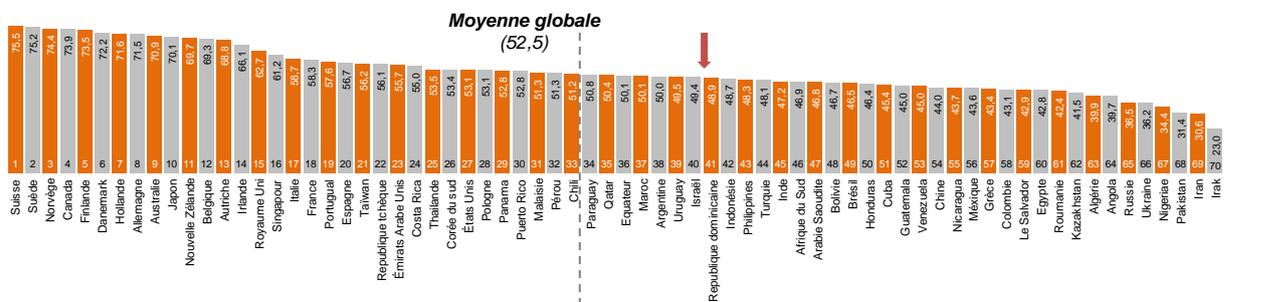
Les pays les plus appréciés pour leur niveau de sécurité sont la Suisse, le Canada, la Norvège, la Finlande et la Suède, avec des évaluations dépassant les 75 points sur 100. D'autre part, l'Ukraine, le Pakistan, l'Iran et l'Irak sont perçus comme des pays avec des niveaux de sécurité physique bas.

Usage efficace des ressources

"Il fonctionne de manière efficace : il n'impose pas d'impôts inutiles ni de mauvaises dépenses des ressources"

Le Maroc se trouve en 37^{ème} position dans cette variable, avec un score consistant à que le pays a obtenu dans le reste des attributs de cette dimension et qui sont liés à la qualité institutionnelle.

Usage efficace des ressources



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -2,4 points

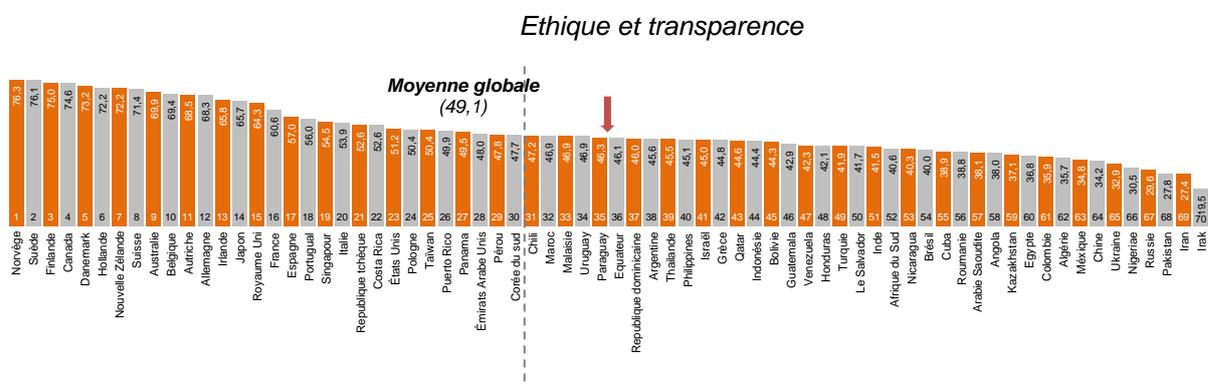
Différence significative= 2,9 points

La Suisse et la Suède sont perçues comme les pays qui font le meilleur usage de leurs ressources, suivis par la Norvège, le Canada et la Finlande.

Ethique et transparence

"C'est un pays éthique avec des hauts niveaux de transparence et des bas niveaux de corruption"

Le Maroc se trouve dans la première moitié du classement dans cet attribut, se situant à la 32^{ème} position, se trouvant au-dessus des pays d'Amérique Latine, comme l'Uruguay, le Paraguay ou l'Equateur. Le Maroc dépasse aussi des pays comme le Qatar, le Brésil ou la Turquie. Le niveau d'éthique et de transparence du Maroc se situe au même niveau que des pays comme le Chili ou la Malaisie.



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -2,2 points Différence significative= 2,9 points

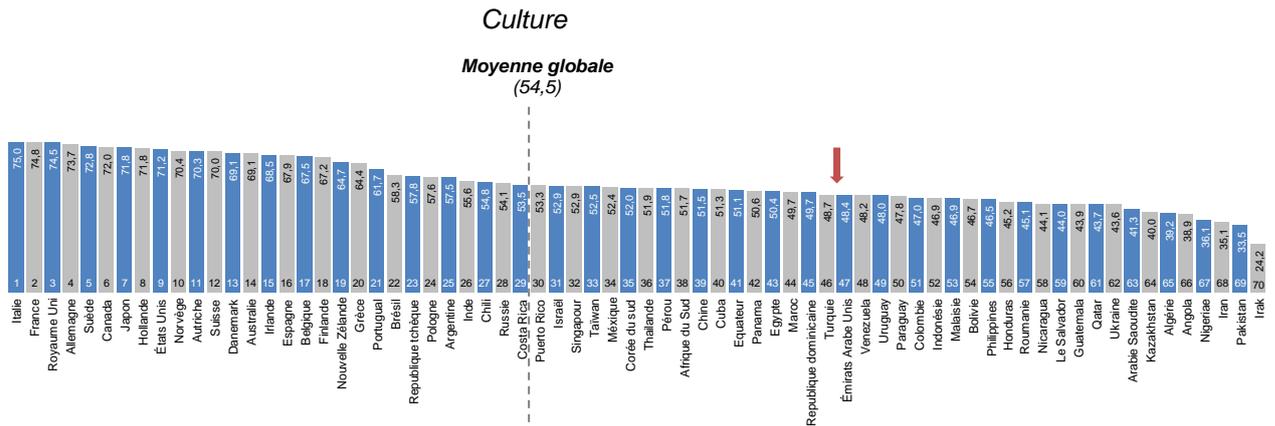
Les pays nordiques sont par excellence les meilleurs perçus dans cet attribut suivis du Canada.

3. Attributs de la dimension Niveau de développement

Culture

3Sa 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".

En 44^{ème} position, le Maroc n'obtient pas une évaluation très bonne dans cet attribut. Les pays qui contribuent le plus à la culture globale sont des pays européens comme l'Italie, la France, le Royaume-Uni et l'Allemagne. La Suède se situe en 5^{ème} position.



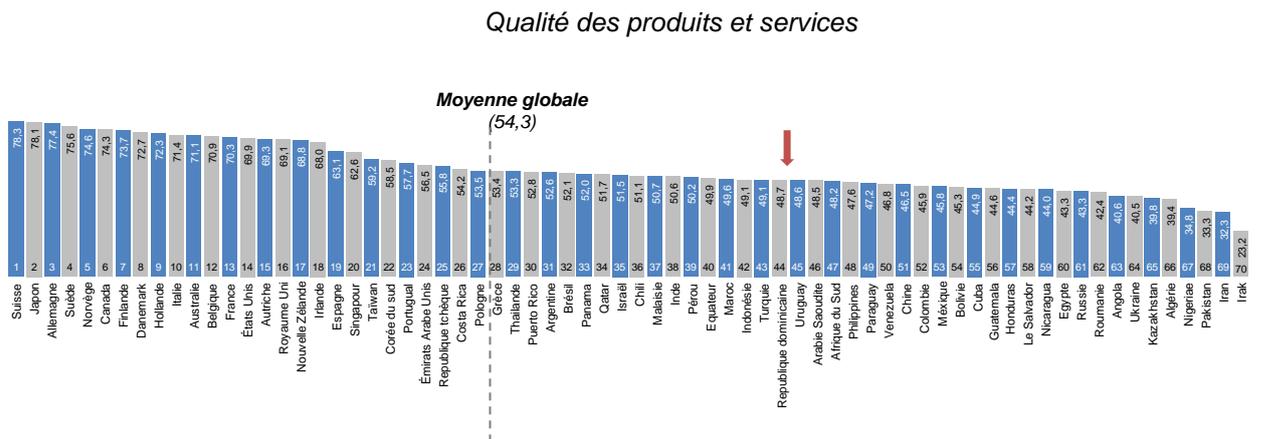
Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -4,8 points

Différence significative= 2,9 points

Qualité des produits et services

"Il produit des biens et services de haute qualité"

Par rapport à la qualité des produits et services, le Maroc occupe la 41^{ème} position.



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -4,7 points

Différence significative= 2,9 points

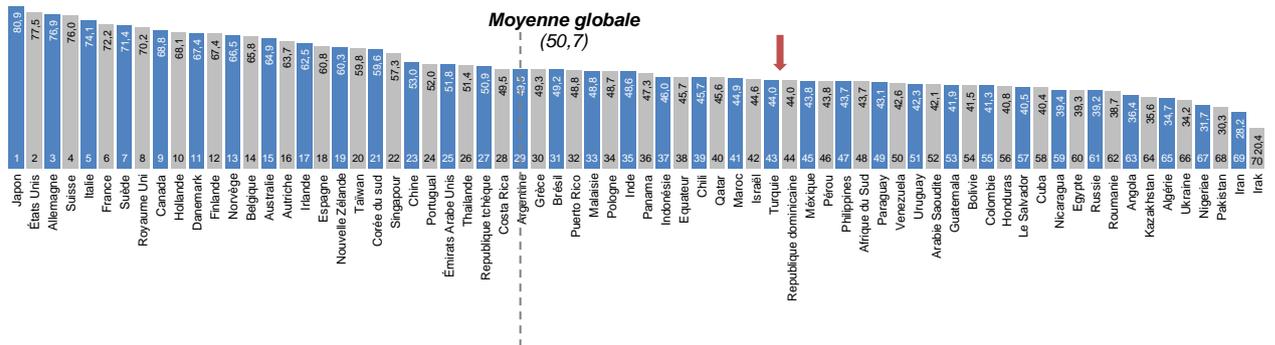
La Suisse, le Japon et l'Allemagne sont en tête du classement quant à l'évaluation de cet attribut, suivis par la Suède et la Norvège.

Marques et entreprises reconnues

"Il a beaucoup de marques connues ; c'est le pays d'origine de beaucoup d'entreprises leaders"

Les marques et entreprises marocaines sont méconnues pour les citoyens du G-8 et le Maroc obtient la 41^{ère} position du classement dans les pays du G-8. Le Qatar, Israël, le Chili et la Turquie obtiennent des évaluations similaires à celle du Maroc.

Marques et entreprises reconnues



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -5,8 points

Différence significative= 2,9 points

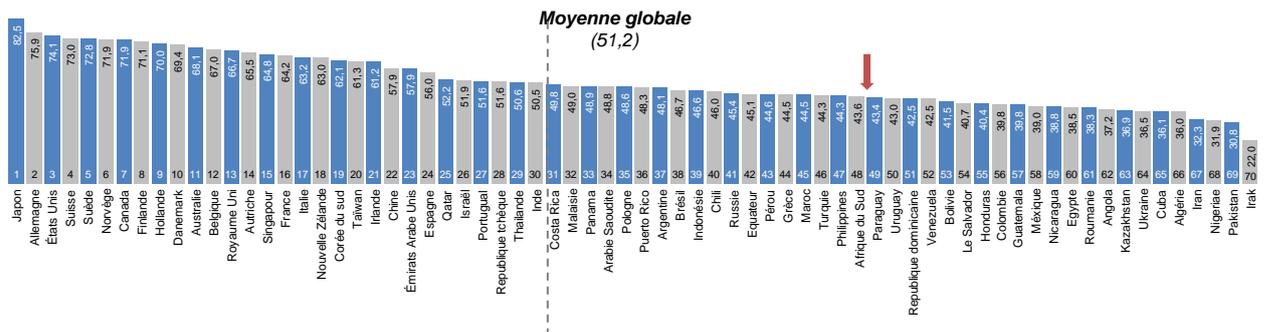
L'industrie japonaise connaît un succès quant à la reconnaissance de la qualité de ses produits et services, en obtenant la première position et avec une différence considérable dans cet attribut, grâce à ces entreprises innovatrices. Les États-Unis arrivent en deuxième position et l'Allemagne à la troisième. La Suisse et l'Italie complètent le top 5.

Technologie/Innovation

"Il est technologiquement avancé : il est entre les premiers pays à créer et à commercialiser les nouvelles technologies"

Le Maroc n'est pas non plus perçu comme un des pays avec la technologie la plus avancée vu qu'il occupe la position 45 dans cet attribut, entre des pays comme la Grèce, la Turquie ou les Philippines.

Technologie et Innovation



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -6,7 points

Différence significative= 2,9 points

Le Japon, en cohérence avec son leadership sur la qualité des produits et services et la reconnaissance de ses marques et entreprises, obtient la première place du classement, devant l'Allemagne et les Etats-Unis, seconde et troisième positions respectivement.

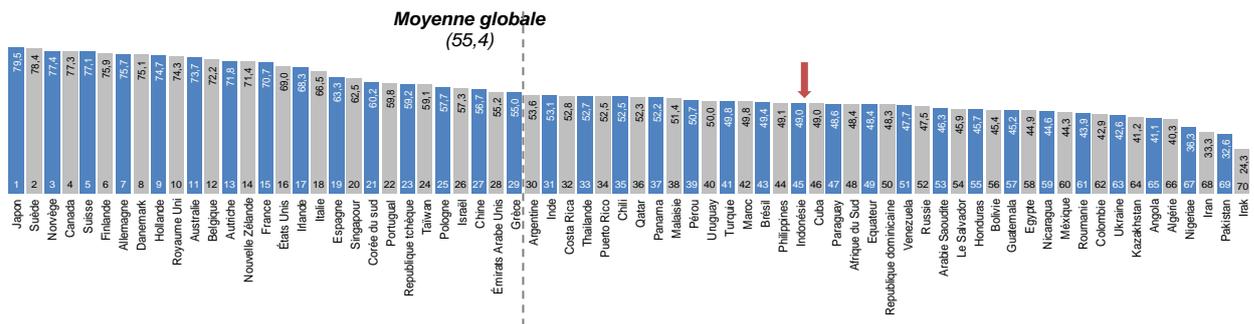
Système éducatif

"C'est un pays qui apprécie l'éducation : il dispose d'universités de grande qualité et d'un excellent système d'éducation"

Le Maroc a encore des efforts à faire en termes de système éducatif : d'après notre étude, le pays reste en 42^{ème} position sur 70.

Les pays les mieux perçus pour leur système éducatif sont le Japon, la Suède, la Norvège, le Canada et la Suisse. L'Allemagne se situe en 7^{ème} position et la Hollande à la 9^{ème} position.

Système éducatif



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -5,5 points

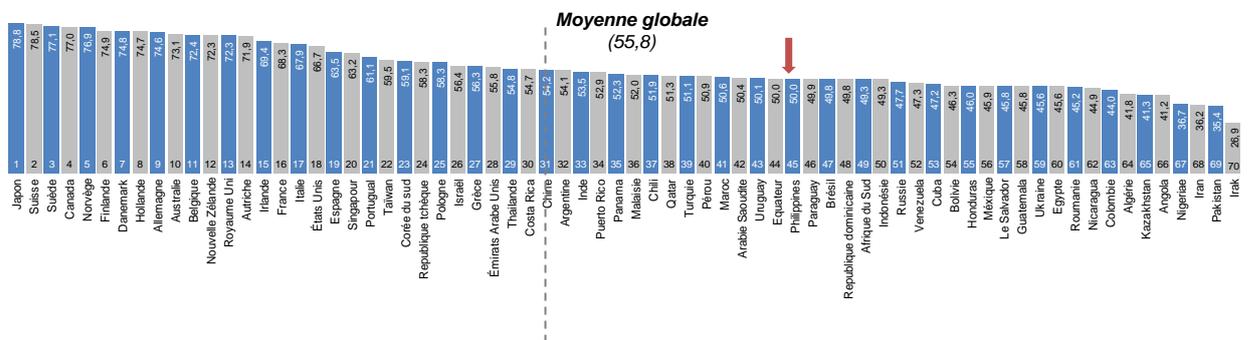
Différence significative= 2,9 points

Population éduquée et de confiance

"La population du pays est bien éduquée et de confiance"

Cet attribut se base sur le capital humain du pays : si les habitants du pays sont fiables si la population est sérieuse et tient ses engagements. Dans ce contexte, les Marocains obtiennent une évaluation similaire à celle du Pérou et de l'Arabie Saoudite, en plaçant le Maroc à la position 41.

Population éduquée et de confiance



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -5,2 points

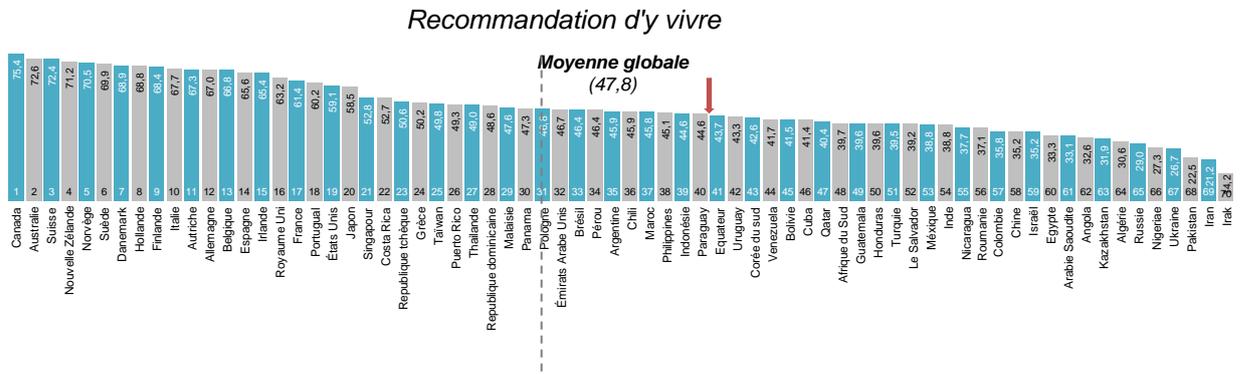
Différence significative = 2,9 points

Les japonais, les suisses et les suédois sont perçus comme étant les plus éduqués et de confiance alors que les irakiens, les pakistanais et les iraniens ne bénéficient pas de la même image.

Annexe 2 : Détail sur les comportements de soutien dans le G-8

Je recommanderais d'y vivre

Les pays du G-8 classent le Maroc comme un pays pour y vivre à la 37^{ème} position, au même niveau que des pays comme l'Argentine, le Chili ou les Philippines.



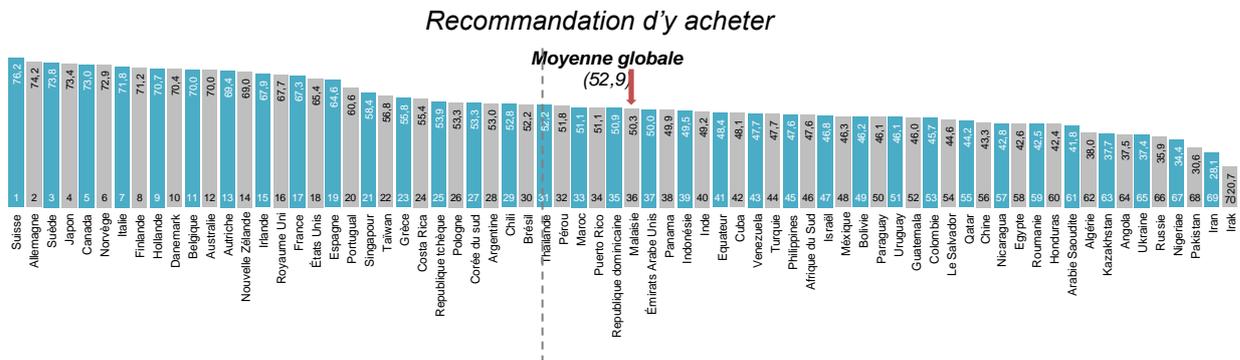
Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -2,0 points

Différence significative= 2,9 points

Les pays les plus recommandés pour y vivre sont le Canada, la Suisse et l'Australie, complétant le top 5 avec la Nouvelle Zélande et la Norvège.

Je recommanderais d'acheter ses produits et services

Les produits et services marocains apparaissent en 33^{ème} position avec une note de 51,1 points sur une échelle de 0 à 100 points.



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -1,8 point

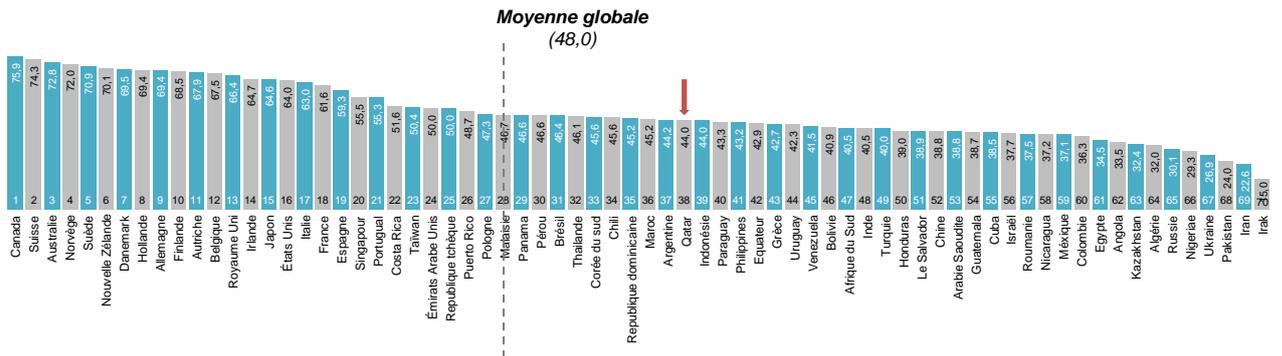
Différence significative= 2,9 points

Les produits et services provenant de Suisse, d'Allemagne, de Suède et du Japon sont les plus recommandés dans les pays du G-8. D'autre part, la Chine se situe à la fin du classement avec l'Egypte, l'Algérie et la Russie entre autres.

Je recommanderais d'y travailler

Nous avons évalué aussi l'intention de recommander un pays pour y travailler. Le Maroc se trouve à la 36^{ème} position.

Recommandation d'y travailler



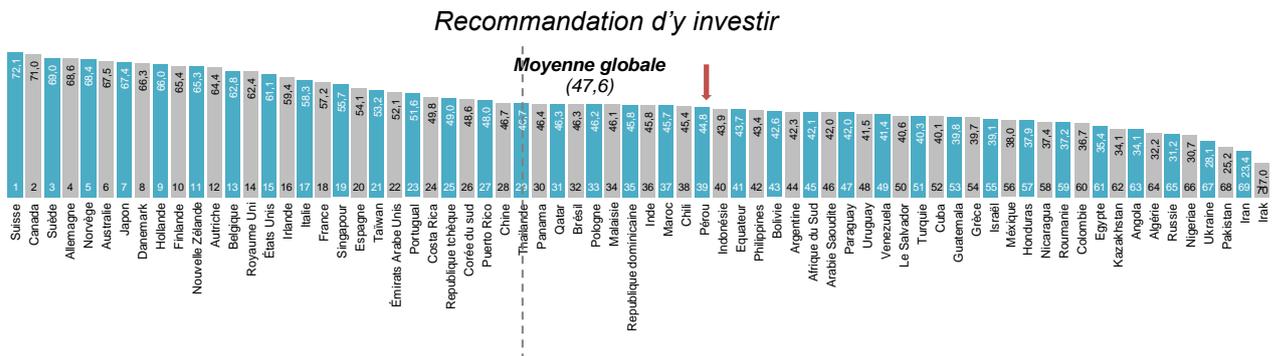
Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -2,9 points

Différence significative= 2,9 points

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

Je recommanderais d'y investir

Les évaluations comme destination pour y investir positionnent le Maroc à la 37^{ème} position avec une note de 45,7 points.



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -1,8 point

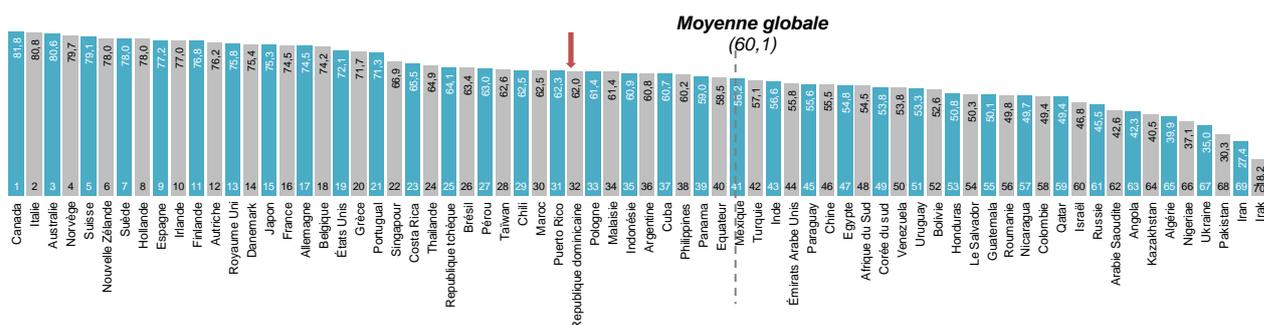
Différence significative= 2,9 points

La Suisse est perçue comme le pays le plus attractif pour y investir, suivi par le Canada, la Suède et l'Allemagne.

Je recommanderais visiter le pays

En relation avec la bonne image touristique du pays, le Maroc arrive à la position la plus élevée parmi les comportements de soutien, en se plaçant à la 30^{ème} position.

Recommandation de visiter le pays



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = 2,4 points

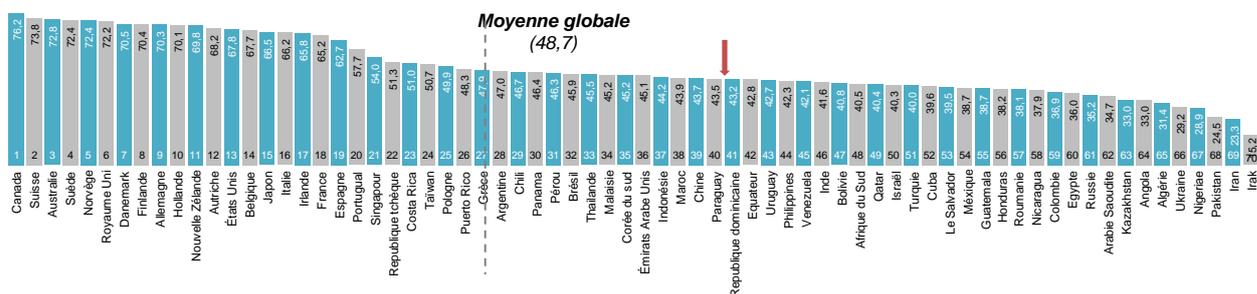
Différence significative= 2,9 points

Les pays les plus recommandés de visiter sont le Canada, l'Italie, l'Australie, la Norvège et la Suisse et, au contraire, le Pakistan, l'Iran et l'Irak sont les moins conseillés pour y faire du tourisme.

Je recommanderais d'y étudier

En accord avec le classement concernant l'intention d'étudier dans des universités et centres de formation d'autres pays, le Maroc se situe à la 38^{ème} position.

Recommandation d'y étudier



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = -4,8 points

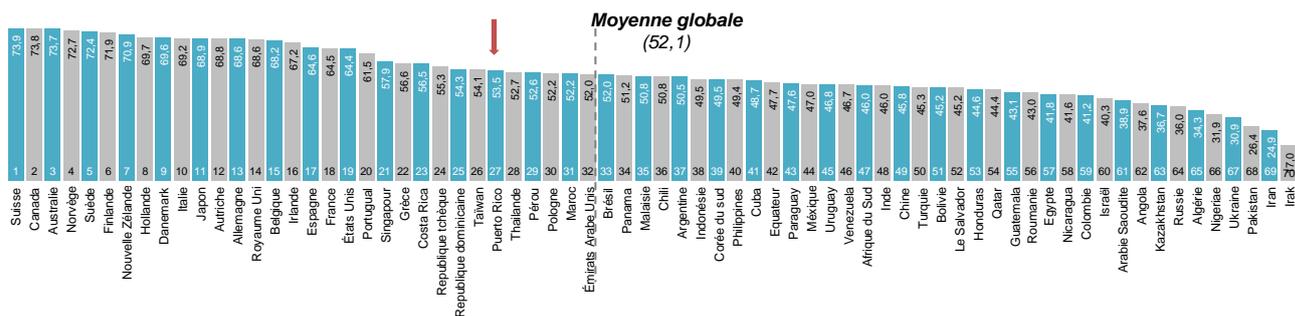
Différence significative= 2,9 points

Le Canada, la Suisse et l'Australie sont très recommandés pour y effectuer des études. Les Etats-Unis, reconnus pour le prestige de leurs universités, se classent en 13^{ème} position dans le classement.

Je recommanderais assister à des événements, congrès, conférences

Le Maroc occupe la 31^{ème} position dans la variable qui indique l'intention de recommander un pays pour assister à des événements ou conférences, juste au-dessus des Emirats-Arabe Unis et du Brésil.

Recommandation d'y assister à des évènements



Maroc vs. Moyenne de tous les pays = 0,0 point

Différence significative= 2,9 points

La Suisse, le Canada et l’Australie sont à la tête du classement.

Annexe 3 : la Réputation du Maroc dans les différents pays du G-8

Nous avons pu analyser auparavant la réputation du Maroc au sein des pays du G8 de manière consolidée. A présent, il est intéressant de connaître la réputation du Maroc au niveau attribut au sein des différents pays du G8, de manière séparée.

La Russie tout comme l'Allemagne perçoit très positivement l'environnement naturel du Maroc, donnant une note forte (respectivement 79,0 et 74,9 points) à cet attribut. D'autre part, les Etats-Unis ont une image moyenne du Maroc dans tous les attributs alors que le Japon voit le pays à un niveau plus faible à tous les niveaux.

La France octroie une note très faible au Maroc dans l'attribut lié à l'éthique et à la transparence, tout comme l'Italie dans neuf des 17 attributs du modèle.

Evaluation des attributs du Maroc dans les pays du G8

		Russie	États Unis	Royaume Uni	Canada	Japon	France	Allemagne	Italie
7,6%	Population aimable et sympathique	66,9	66,1	63,9	56,2	58,0	62,2	67,1	52,5
7,0%	Environnement naturel	79,0	67,3	69,9	62,6	59,3	64,5	74,9	62,2
6,9%	Sécurité	55,0	62,8	49,5	48,1	48,2	45,3	50,9	41,6
6,6%	Style de vie	55,6	64,5	56,4	55,4	52,5	54,1	53,9	42,7
6,5%	Respect international	55,0	63,4	47,7	48,9	46,2	45,4	46,7	37,2
6,4%	Loisirs et distractions	67,1	67,4	62,8	61,7	54,4	60,7	64,1	53,7
6,4%	Éthique et transparence	55,5	61,3	44,2	48,9	46,2	37,0	43,7	38,9
5,9%	Bien-être social	55,8	63,6	51,1	46,2	45,7	45,6	45,6	39,4
5,9%	Environnement institutionnel/politique	56,6	63,1	48,4	46,7	49,4	45,3	43,4	39,5
5,6%	Usage efficace des ressources	59,5	64,0	49,7	50,4	46,9	46,3	43,6	40,3
5,5%	Qualité de produits et services	57,3	61,8	50,6	47,9	48,4	44,2	48,4	37,9
5,5%	Culture	55,0	64,3	46,8	48,0	47,4	48,6	49,3	38,6
5,3%	Population éduquée et de confiance	53,6	63,2	49,8	49,9	48,5	50,2	48,9	40,6
5,2%	Environnement économique	55,0	63,9	48,9	48,6	49,4	46,2	45,0	41,7
4,8%	Marques et entreprises reconnues	50,8	60,4	44,6	42,6	44,6	41,7	40,8	34,1
4,7%	Système éducatif	52,5	62,8	52,0	49,5	47,8	46,5	48,8	38,7
4,2%	Technologie/innovation	46,2	61,6	42,0	44,7	44,1	40,3	42,8	34,2

Annexe 4 : Fiche technique de l'étude

Maroc

Total	303	
Sexe		
Homme	155	51%
Femme	148	49%
Age		
18-24	86	28%
25-34	81	27%
35-44	67	22%
45-64	69	23%
Education		
Niveau élevé	162	53%
Niveau moyennement élevé	125	41%
Niveau moyen	9	3%
Ingresos por hogar		
Hauts revenus	30	10%
Revenus moyens	38	13%
Revenus bas	130	43%
Pas de réponse	59	19%

	France	Allemagne	Royaume Uni	Italie	États-Unis	Canada	Russie	Japon
Total	127	183	167	180	138	131	173	170
Sexe								
Homme	84	75	89	87	79	77	74	85
Femme	43	108	78	93	59	54	98	85
Age								
18-24	22	18	18	28	48	13	22	47
25-34	31	35	45	34	28	36	22	70
35-44	25	38	35	48	24	31	16	20
45-64	49	92	70	69	39	51	112	34
Education								
Niveau élevé	44	54	119	56	105	96	117	126
Niveau moyennement élevé	81	116	41	108	27	34	55	43
Niveau moyen	2	13	8	16	5	1	1	1
Revenus par foyer								
Hauts revenus	2	4	15	5	55	41	74	5
Revenus moyens	48	100	49	52	52	44	77	52
Revenus bas	58	59	87	90	26	34	4	88
Pas de réponse	19	20	16	33	5	12	18	25

	Australie	Inde	México	Chine	Brésil	Corée du Sud	Espagne	Afrique du Sud	Turquie	Pays-Bas
Total	151	182	148	196	197	194	201	200	201	205
Sexe										
Homme	65	73	59	91	88	118	110	100	98	107
Femme	86	109	89	105	108	76	91	101	103	98
Age										
18-24	33	44	34	28	39	20	20	49	39	21
25-34	22	42	33	40	41	33	45	59	59	39
35-44	33	55	32	50	45	36	59	38	45	43
45-64	63	42	48	78	71	105	78	54	57	101
Education										
Niveau élevé	55	175	124	181	134	151	118	125	132	85
Niveau moyennement élevé	81	5	23	14	59	43	71	75	63	78
Niveau moyen	14	2	1	1	4	0	12	0	5	42
Revenus par foyer										
Hauts revenus	34	13	74	37	25	5	71	72	19	1
Revenus moyens	58	96	37	136	79	141	74	58	40	74
Revenus bas	45	50	18	21	92	35	40	49	133	94
Pas de réponse	13	24	19	2	0	13	17	21	9	36

L'Institut Royal des Etudes Stratégiques (IRES) a acquis une véritable compétence dans l'étude des questions stratégiques et dans le développement d'un dispositif de veille prospective, couvrant l'essentiel des préoccupations internes du Maroc, ses relations extérieures ainsi que les questions globales. Disposant d'une expertise dans le domaine de l'analyse des concepts émergents, l'IRES a achevé l'élaboration du rapport stratégique évaluant la richesse globale du Maroc et de son capital immatériel pour la période 1998-2013. L'institut accorde une attention particulière à la dimension relative à la marque pays, laquelle constitue une des composantes du capital immatériel.

www.ires.ma

Reputation Institute est l'organisation internationale leader qui se consacre à la connaissance avancée des réputations corporatives. Avec la recherche et l'analyse continue, Reputation Institute aide les entreprises à construire des stratégies accessibles et à prendre des décisions opérationnelles qui se conçoivent pour aligner les parties prenantes (stakeholders) avec les objectifs corporatifs et pour créer de la valeur économique tangible. Le réseau global de bureaux de Reputation Institute, les associés et les académiciens ont le leadership et promeuvent la direction de la pensée sur les réputations corporatives qui se partagent dans nos conférences et ateliers et sont publiées dans nos bulletins de presse et notre revue trimestrielle "*Reputation Intelligence*".

www.reputationinstitute.com



Institut Royal des Etudes Stratégiques

Avenue Azzaitoune,
Hay Riad, Rabat 10100, Maroc
Téléphone : +212 (0) 537 71 83 83
Fax : +212 (0) 537 71 37 99
www.ires.ma
Email : contact@ires.ma