

SEMINAIRE

**PRESENTATION DES PRINCIPAUX RESULTATS DE L'ETUDE :
" REPUTATION DU MAROC DANS LE MONDE EN 2023 "**

MOT D'INTRODUCTION

**M. MOHAMMED TAWFIK MOULINE
DIRECTEUR GENERAL DE L'INSTITUT ROYAL DES ETUDES STRATEGIQUES**

RABAT, LUNDI 10 JUILLET 2023

Mesdames et Messieurs,

Il m'est agréable de vous souhaiter la bienvenue à ce séminaire, consacré à la présentation et à la discussion des principaux résultats de la neuvième édition de l'enquête sur la réputation du Maroc dans le monde, administrée pour le compte de l'Institut Royal des Etudes Stratégiques (IRES) par Reputation Lab, leader mondial dans le domaine du "nation branding".

Dans le cadre des travaux de l'observatoire sur l'image du Maroc à l'international mis en place par l'IRES en 2015, les études menées pour évaluer la réputation du Maroc dans le monde ont pour objectif de cerner les forces et les insuffisances du Royaume au titre de son image externe et interne et d'identifier les options stratégiques, à même de rehausser cette image et d'en faire un levier d'amélioration de la compétitivité globale du pays et de son attractivité.

Je voudrais rappeler que l'idée de lancer une série d'études sur la réputation du Maroc dans le monde est intervenue à la suite de la finalisation, en mai 2015, du rapport de l'IRES sur l'évaluation de la richesse globale du Maroc et de son capital immatériel pour la période 1998-2013. Ce rapport avait révélé que le capital de marque a un poids qui compte dans la richesse immatérielle du pays.

Mesdames et Messieurs,

L'édition 2023 de l'enquête sur la réputation du Maroc dans le monde a concerné un échantillon de 26 pays contre 18 pays en 2015. Il s'agit, en Afrique, de l'Afrique du Sud, de l'Algérie, de l'Egypte, du Kenya et du Nigeria, en Europe, de l'Allemagne, de la Belgique, de l'Espagne, de la France, de l'Italie, des Pays-Bas, du Royaume Uni et de la Suède, en Amérique, du Brésil, du Canada, du Chili, des Etats Unis d'Amérique et du Mexique, au Moyen Orient, d'Israël et de la Turquie, en Asie et Océanie, de l'Australie, de la Chine, de la Corée du Sud, de l'Inde, du Japon et de la Russie.

Les pays du G-7+ la Russie représentent des marchés porteurs pour l'offre exportable du Maroc et des marchés émetteurs potentiels de flux touristiques et d'investissements directs à destination du Royaume. Quant aux 18 pays développés et/ou émergents retenus, qui relèvent des différentes régions du monde, ils constituent une priorité de la stratégie de positionnement international du Maroc.

La taille de l'échantillon, au niveau de chaque pays dans lequel la réputation du Maroc est évaluée, a été augmentée en 2022 afin d'accroître la fiabilité des résultats par pays.

Mesdames et Messieurs,

Tenant compte des différentes suggestions émanant des participants aux séminaires de présentation des résultats de la réputation du Maroc dans le monde, organisés dans les années antérieures, l'IRES a jugé opportun d'améliorer, en 2022, la méthodologie suivie pour l'appréciation de cette réputation en intégrant de nouveaux critères-attributs tels que le respect des droits de l'Homme, la protection de l'environnement et les efforts déployés en matière de lutte contre le changement climatique.

En outre, il convient de signaler que, dans l'édition 2023, en plus des 7 comportements de soutien habituels, 3 nouvelles intentions ont été ajoutées, à savoir "Je visiterais", "J'investirais" et "J'achèterais". Au-delà des recommandations, ces trois nouvelles attitudes expriment la volonté propre à chaque répondant de visiter, d'investir ou d'acheter dans le pays et non seulement le recommander à autrui.

Mesdames et Messieurs,

Les neuf éditions de l'enquête sur la réputation du Maroc dans le monde ont permis de comparer la réputation du Maroc dans les pays du G-7 + la Russie avec celle des 60 pays ayant le PIB le plus élevé, d'un point de vue global et par attribut, ce qui offre un gisement d'informations, à même d'enrichir la compréhension des dimensions clés du positionnement international du Maroc.

Elles ont conforté le fait que le Royaume jouit d'une image internationale, dans l'ensemble, positive, qui reflète les progrès accomplis quant à l'édification graduelle de son statut de puissance attractive. Elles ont insisté sur le fait que le Royaume devra disposer d'urgence d'une véritable marque Maroc unique, pérenne et forte.

Il devra, également, adopter une démarche active de communication, basée sur des messages forts, adaptés aux pays cibles, en mettant en relief les avancées enregistrées dans les différents domaines.

Mesdames et Messieurs,

Ce sont là quelques propos introductifs en ouverture aux travaux de ce séminaire. Je vous remercie de votre attention et sans tarder, je passe la parole, pour la présentation des principaux résultats de cette enquête, à M. Fernando PRADO et Mme Natalia ARENZANA, respectivement, Président et Directrice Générale de Reputation Lab.