

Reputation Institute

Le Maroc est plutôt bien loti en 2017

● Comparé à l'Afrique du Sud, à la Turquie, au Chili et au Mexique, le Maroc jouit de la deuxième meilleure réputation auprès des pays du G8. Avec 59,9 sur une échelle allant de 0 à 100, le Maroc obtient ainsi la 35^e position sur 71, une position intermédiaire, à 1,3 point de la moyenne générale.

La réputation du Maroc constitue-t-elle un atout pour l'économie du pays ou, au contraire, affecte-t-elle sa compétitivité? Une question importante à laquelle la troisième édition du rapport réalisé par l'Institut royal des études stratégiques (IRES) sur la réputation du Maroc tente de répondre. En choisissant de mettre l'accent sur les aspects les plus pertinents de l'image projetée par le Maroc auprès des citoyens des pays du G8, l'IRES et son partenaire le Reputation Institute mettent en avant la corrélation entre la réputation et les comportements de soutien déclarés envers le Maroc. Idem pour la deuxième corrélation, non des moindres: celle qui existe entre l'image et la création de la valeur économique tangible. En tout cas, grâce à sa note, 59,9 sur une échelle de 0 à 100, le Maroc occupe la 35^e position sur 71 sur l'indicateur général de la réputation des pays, appelé Country RepTrak® Pulse (voir l'encadré en bas). À l'instar de l'année précédente, le royaume occupe une position intermédiaire, à 1,3 de la moyenne générale des 71 pays examinés. Comparé à certains pays cibles comme l'Afrique du Sud, la Turquie, le Chili et le Mexique, le Maroc jouit de la deuxième meilleure réputation au-



près des pays du G-8, devancé uniquement par le Chili. Dans le détail, ce sont les citoyens de la Russie qui accordent au Maroc le plus de crédit en termes d'image positive, suivis des Français, des Américains et des Canadiens, le Canada étant le premier pays sur le Country RepTrak® Pulse. En revanche, l'Allemagne est le pays du G8 dont la perception à l'égard du Maroc est la moins favorable, avec une note de près de 52 points.

Forces et faiblesses

En analysant l'image du Maroc, l'étude «Country RepTrak®» a examiné en détail les attributs, regrou-

pés en trois dimensions générales, qui permettent d'avoir une idée plus ou moins précise sur les forces et les faiblesses du royaume, au titre de sa réputation. Globalement, ce sont les attributs de la dimension «Qualité de vie» qui sont les mieux perçus dans les pays du G8. En effet, quatre attributs de la dimension précitée ont réussi à hisser au plus haut le score du Maroc. Selon le Reputation Institute, ces attributs, Environnement naturel (74,5 points sur 100), Population aimable et sympathique (68,3 points sur 100), Loisirs et distractions (67,1 points sur 100) et Style de vie (59,8 points sur 100)

● ● ●
Ce sont les citoyens de la Russie qui accordent au Maroc le plus de crédit en termes d'image positive, suivis des Français, des Américains et des Canadiens.

sont essentiels pour déterminer la réputation d'un pays vu leur coefficient de pondération, variant de 6,7 à 8,4%. En ce qui concerne les attributs de la dimension «Niveau de développement», les notes obtenues par le Maroc sont relativement faibles. Il s'agit notamment des attributs Marques et entreprises reconnues (44,3 points sur 100), Technologie et innovation (44,4 points), Culture (51,9 points), Système éducatif (52,7 points) et Qualité de produits et services (53,5 points). Les quatre attributs de la dimension «Qualité institutionnelle» présentent également des faiblesses dans la réputation du Maroc auprès des pays du G8. Ces attributs, Éthique et transparence (48,5 points sur 100), Environnement institutionnel/politique (51,8 points), Bien-être social (52,0 points) et Environnement économique (52,2 points) n'ont pas pour autant empêché, selon le rapport, le score obtenu par le Maroc d'être jugé positif.

Évolution

La note obtenue en 2017 par le Maroc permet de dégager une évolution notable de l'image du Maroc auprès des citoyens des pays du G8. Comparativement à 2016, l'écart s'est considérablement réduit par rapport à la moyenne mondiale, surtout en ce qui concerne les attributs de la dimension «Qualité de vie». À l'opposé, l'écart s'est creusé pour les attributs liés aux dimensions «Qualité institutionnelle» et «Niveau de développement». Les attributs Marques et entreprises reconnues et Technologie/Innovation constituent, en revanche, les points faibles les plus importants, dénotant ainsi d'une détérioration de la perception du Maroc par les citoyens des pays du G8 au niveau de ces attributs.

PAR HICHAM AÏT ALMOUH
h.almouh@leseco.ma

Méthodologie

L'étude «Country RepTrak®» est le résultat d'une analyse de la réputation des pays basée sur un modèle inspiré de la mesure de la réputation des entreprises. En 2008, la partie «Country RepTrak®» a été introduite afin de mesurer la perception que les personnes interrogées ont des différents pays. À la base, l'indicateur «Pulse» mesure l'attractivité émotionnelle que les personnes ressentent envers une entreprise. Il s'agit d'un modèle mathématique, basé sur plusieurs éléments: admiration et respect, réputation reconnue, bonne impression et valeurs. Tous ces éléments sont obtenus par une étude de marché. Dans la méthodologie du Reputation Institute, 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 et résultats financiers. Le modèle «RepTrak®» est utilisé par une multitude d'entreprises, leaders dans leur secteur, pour gérer leur réputation. Le Reputation Institute a utilisé le même type d'analyses pour comprendre la réputation des pays.