29 يوليوز 2021

سمعة المغرب في العالم خلال سنة 2021

ملخص

في إطار عمل المرصد الذي تم إنشاؤه سنة 2015 لتتبع صورة المغرب الدولية، أنجز المعهد الملكي للدراسات الإستراتيجية (IRES) بشراكة مع المؤسسة الدولية "The ReptrakCompany"، الرائدة عالميا في مجال "صورة العلامة التجارية الوطنية" "Nation Branding" ، النسخة السابعة من الدراسة الاستقصائية حول سمعة المغرب في العالم.

وتتمثل خصوصية هذا الاستطلاع في إجراءه بين شهري يناير ومارس 2021 ، في سياق انتشار وباء كوفيد 19.

كما هو الحال في السنوات الأخيرة، فقد شملت هذه الدراسة عينة من 25 دولة، بما فيها بلدان مجموعة الدول السبع + روسيا، التي تمثل من جهة أسواقا مهمة بالنسبة للعرض التصديري للمغرب. كما تشكل من جهة ثانية مصادر واعدة للتدفقات السياحية والاستثمارات المباشرة نحو المملكة. بالإضافة إلى 17 دولة متقدمة و/ أو صاعدة تنتمي لأهم مناطق العالم، والتي تشكل أولوية في إستراتيجية تموقع المغرب على المستوى الدولي.

سمعة المملكة الخارجية

أظهرت نسخة 2021 أن المغرب ما يزال يتمتع على العموم بصورة دولية إيجابية، حيث احتلت المملكة الرتبة 27 من بين 72 دولة تم تقييمها لدى دول مجموعة الدول السبع + روسيا.

فمن بين البلدان التي تتمتع بسمعة خارجية **جيدة** توجد كندا وأستراليا ونيوزيلندا والدول الاسكندينافية وسويسرا وإيرلندا والنمسا واليابان. أما الدول التي تحتل الرتب العشر الأخيرة هي العراق وإيران وباكستان والصين وروسيا ونيجيريا والمملكة العربية السعودية وفنزويلا وبنغلاديش والجزائر.

والملاحظ أن سمعة المغرب قد تراجعت لدى مجموعة الدول السبع + روسيا في سنة 2021 بمقدار 2.1 نقطة ، وهو انخفاض مماثل لمتوسط سمعة 72 دولة جرى تقييمها.

تجدر الإشارة إلى أنسمعة المغرب الخارجية تعادل سمعة كل من تشيلي والمجر. وهي أفضل من سمعة كوريا الجنوبية وماليزيا ودول البريكس، وتتفوق بكثير على سمعة تركيا وجميع الدول العربية والإفريقية.

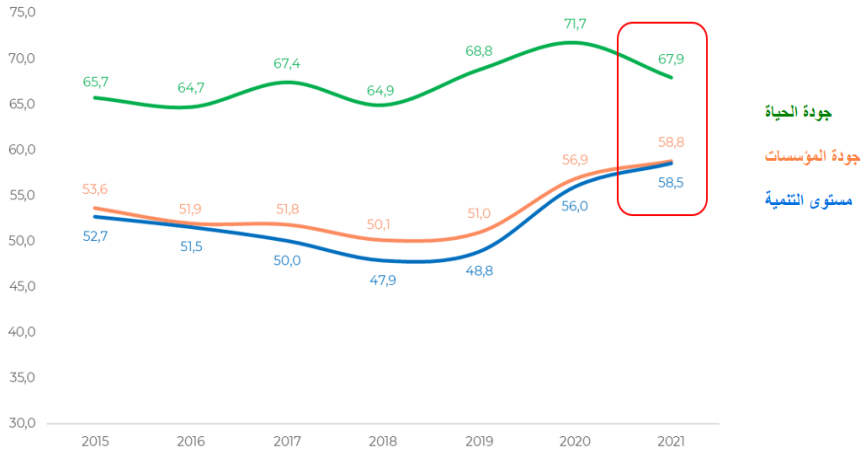
التحسن الملحوظ في مؤشر السمعة الخارجية للمغرب المسجل بين سنتي 2020 و2021، هم كلا من الهند (+ 12.4**نقطة**) وتركيا (+ 6.4**نقطة**) والسويد (+ 6.2**نقطة**) وأستراليا (+ 4.2**نقطة**). بينما تم تسجيل أقوى الانخفاضات في الصين (-8.2**نقطة**) وإسبانيا (-6.7**نقطة**) وإيطاليا (-5.6**نقطة**) وفرنسا (-5**نقطة**) والولايات المتحدة (-4.6**نقطة**).

وظلت سمعة المملكة في سنة 2021 طيبة في كل من أستراليا والمملكة المتحدة وفرنسا والولايات المتحدة والهند. وبلغت من ناحية أخرى، مستوى منخفض في جنوب إفريقيا وكوريا الجنوبية وكينيا ونيجيريا وإسبانيا.

وترتبط نقاط قوة المغرب من حيث السمعة الخارجية بالسمات المتعلقة بجودة الحياة. ومع ذلك، فإن السمعة على مستوى سمات "البيئة الطبيعية" و"التسلية والترفيه" و"ساكنة تتميز بالطيبوبة وحفاوة الاستقبال" قد انخفضت ما بين سنتي 2020 و2021. ويعود السبب في ذلك إلى أن وباء كوفيد 19غير كثيرا من انتظارات مواطني مجموعة الدول السبع+ روسيا، التي أخذت تتجه أكثر نحو تلبية الجوانب المتعلقة بتطوير قطاعات الحياة بدلا من الجوانب المأمولة.

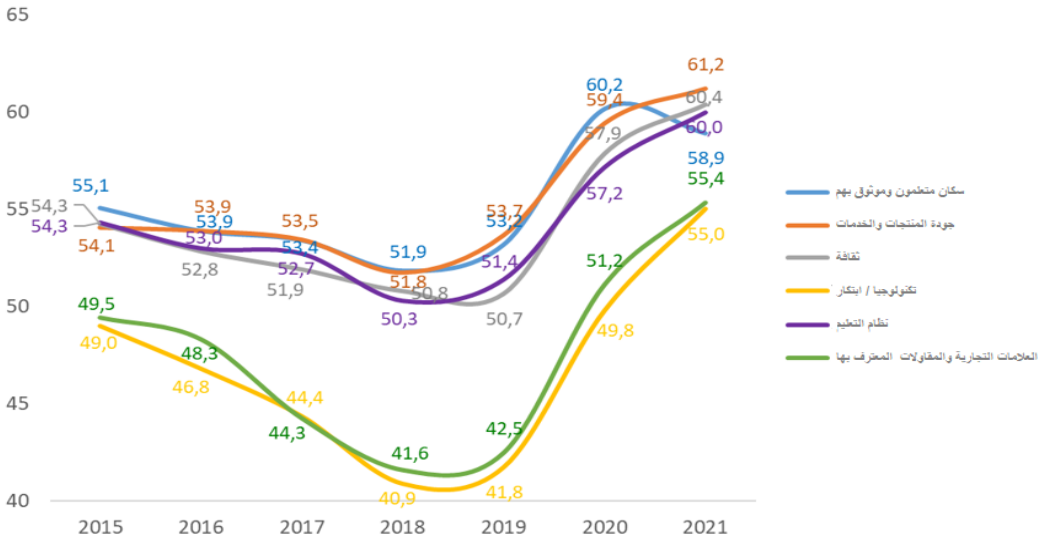
أما بالنسبة لسمة "الأمن" التي تشكل أحد مكونات بعد "جودة المؤسسات"، فيمكن اعتبارها كذلك عنصر قوة بالنسبة لسمعة المغرب.

سمعة المغرب الخارجية (مجموعة الدول السبع+ روسيا) حسب الأبعاد الثلاثة



في حين ظلت التقييمات أقل إيجابية فيما يتعلق بسمات "مستوى التنمية" خاصة الابتكار والقدرة التكنولوجية للبلد، والاعتراف بالمقاولات والعلامات التجارية والنظام التعليمي. وبالنسبة لهذه السمات، ينبغي الإشارة رغم ذلك، إلى أنه تم إحراز تقدم ملموس منذ سنة 2019 على مستوى سمعة المغرب في مجموعة الدول السبع + روسيا، مما يفتح آفاقًا واعدة لسمعة المملكة الخارجية .

التطور الإيجابي لسمات بُعد "مستوى التنمية" منذ سنة 2019



في الواقع، أصبحت السمات المنضوية في بُعد "مستوى التنمية"، والتي سجلت منذ سنة 2019 تطورا ملموسا، ذات أهمية متزايدة في بناء سمعة بلد ما. وعلى العكس من ذلك،

فإن المكانة الخاصة بالسمات المتعلقة ببُعد "جودة الحياة" في بناء سمعة بلد ما قد تراجعت بين سنتي 2019 و 2021.

ومن حيث التطور الزمني، فقد ربح المغرب 10 مراكز بين سنتي 2015 و 2021 في الترتيب الدولي لـ 72 دولة تم تقييم سمعتها لدى مجموعة الدول السبع + روسيا.

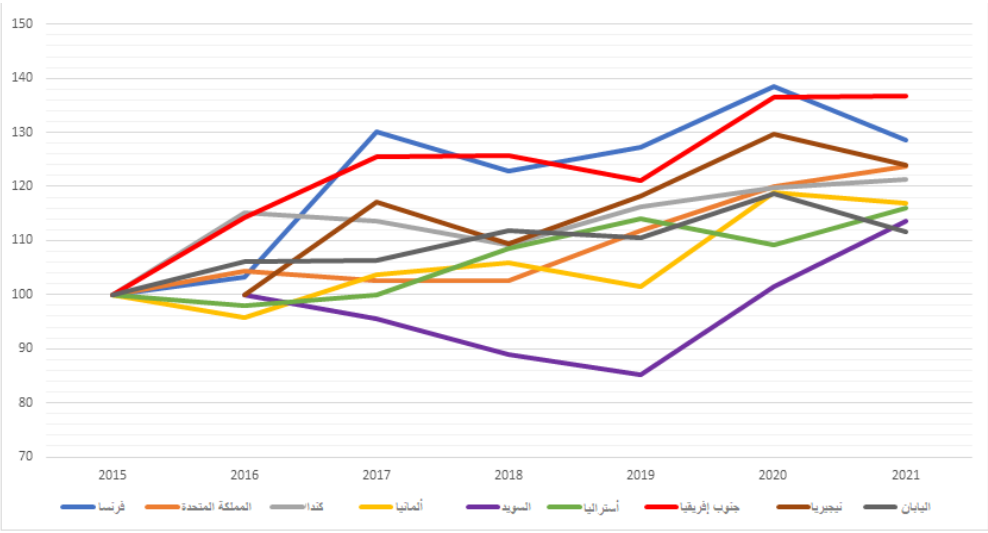
لقد تم تسجيل تطورات ملموسة من حيث سمعة المغرب بالعالم في كل من فرنسا والمملكة المتحدة وكندا وألمانيا وأستراليا واليابان. أما في إفريقيا فقد لوحظ تقدم بين سنتي 2015 و 2021 بالنسبة لسمعة المغرب في جنوب إفريقيا، وبدرجة أقل في نيجيريا.

أما في السويد، وبعد حصول تراجع بين سنتي 2016 و 2019 ، تعافت بقوة سمعة المغرب بعد ذلك في هذا البلد الاسكندنافي.

إذا كانت سمعة المغرب قد ظلت في روسيا وتشيلي والمكسيك مستقرة خلال الفترة 2015-2021 ، فقد سجلت اتجاهًا متباينًا على مستوى البلدان الأخرى في العينة. فعلى وجه الخصوص، فإن سمعة المغرب في الصين، في الوقت الحالي، لا ترقى إلى مستوى الشراكة الإستراتيجية المبرمة في عام 2016 بين البلدين.

البلدان التي سجلت فيها سمعة المغرب اتجاهاً إيجابياً بين سنتي 2015 و 2021

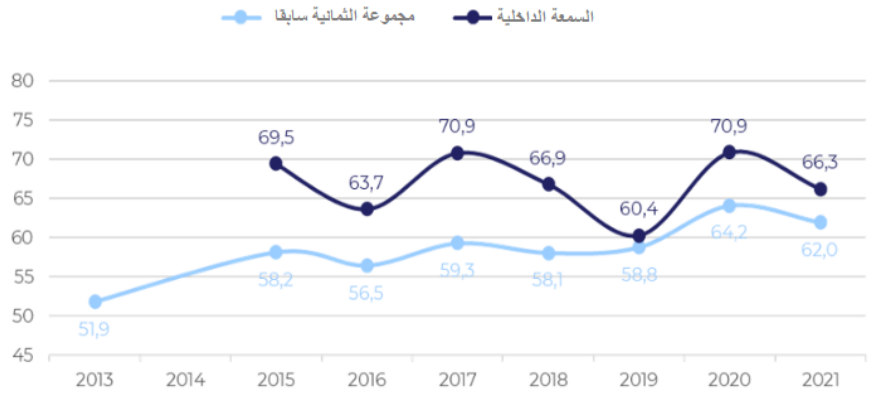
(الأساس 100: 2015 ؛ بالنسبة لنيجيريا والسويد ، القاعدة 100: 2016**)**



سمعة المغرب الداخلية

لقد عرفت سمعة المغرب الداخلية، والتي تتكون من مجموع تصورات المغاربة عن بلدهم، عدة تقلبات، و ذلك ارتباطا بتطور تصوراتهم لبيئتهم المؤسساتية والسياسية. وسجلت السمة الأخيرة أكبر انخفاض لها بين سنتي 2020 و 2021، وهو ما منع المغرب من الاستفادة من التقدم المحقق في 2020، سنة تميزت بعودة ثقة المواطنين المغاربة في المؤسسات الوطنية.

تطور سمعة المغرب الداخلية مقارنة بالسمعة الخارجية (مجموعة الدول السبع + روسيا)



على شاكلة غالبية البلدان في العينة، تراجعت سمعة المغرب الداخلية في سنة 2021 (4.6-نقطة). ومس هذا التراجع غالبية السمات، باستثناء السمات المتعلقة ب: "التكنولوجيا / الابتكار" و"العلامات التجارية والمقاولات المعترف بها" و"نظام التعليم"، والتي عرفت تحسنا للسنة الثانية على التوالي. ورغم ذلك، ما تزال سمعة المغرب الداخلية في سنة 2021 جيدة وتتجاوز بكثير مستوى ما قبل أزمة جائحة كوفيد 19.

وتكشف المقارنة بين سمعة المغرب لدى دول مجموعة الدول السبع + روسيا والسمعة الداخلية خلال سنة 2021 أن:

- المغرب لا يشكل استثناءً عن القاعدة العامة التي تشير إلى أن التقييم الإيجابي الداخلي يكون أعلى بكثير من التقييم الإيجابي الخارجي: فمؤشر سمعته الداخلية يتجاوز سمعته

الخارجية بما يقارب 4.3 نقطة. وتجدر الإشارة إلى أن المملكة شكلت في سنة 2019 استثناء لهذه القاعدة، لأنها اقتربت من الدول الأكثر انتقادًا لنفسها.

- المغاربة يعتبرون أكثر من الأجانب، أنهم يعيشون في دولة يسودها الأمن وسكانها ودودون وطيبون، وأن بلدهم يتمتع باحترام دولي وبيئة طبيعية جيدة.
- السمعة الداخلية ظلت أدنى من السمعة الخارجية من حيث البيئة المؤسساتية والسياسية، واستخدام الموارد والتكنولوجيا والابتكار، ونظام التعليم، والأخلاق والشفافية، والرفاه الاجتماعي، والعلامات التجارية والمقاولات المعترف بها، ونمط الحياة، وجودة المنتجات والخدمات والبيئة الاقتصادية.

السلوكيات الداعمة للمغرب

لا يزال المغرب ينظر إليه من طرف مواطني مجموعة الدول السبع + روسيا كدولة يمكن زيارتها، وشراء المنتجات والخدمات منها أو ربما لحضور المناسبات فيها. فعلى الرغم من بعض التطور، لا يتم التعبير عن هذه الرغبة بنفس القوة عندما يتعلق الأمر بالدراسة بالمغرب.

لقد تطورت جميع السلوكيات الداعمة بشكل إيجابي بين سنتي 2020 و2021 ، باستثناء السلوك الداعم المتعلق ب"زيارة البلد"، والذي يمكن تفسير تراجعه بانهيار النشاط السياحي بسبب جائحة كوفيد19 . وبالتالي فكل السلوكيات الداعمة ، باستثناء "الدراسة في المغرب" ، تظهر مستويات تقييم أعلى من المتوسط العالمي. ومن ناحية أخرى، فقد ظلت الدرجات التي حصل عليها المغرب بالنسبة لمجموع السلوكيات الداعمة قريبة من المتوسط العالمي لـ 72 دولة تم فحصها.

مقارنة المغرب مع تركيا وجنوب إفريقيا والمكسيك وتشيلي

يحتفظ المغرب عمومًا من حيث السمعة الخارجية لدى مجموعة الدول السبع + روسيا، بعدة مزايا عن تركيا وجنوب إفريقيا والمكسيك بالنسبة للسمات التي **تتعلق** بالخصوص بجودة الحياة وجودة المؤسسات. ومقارنة مع تشيلي التي كانت متقدمة عليه في سنة 2015 ، فقد تمكنت المملكة في سنة 2020 من تعويض التأخيرات المتراكمة.

أما بالنسبة للسمعة الداخلية للمغرب، فمن الواضح أنها أعلى من تلك التي يمنحها المغاربة لتركيا والتشيلي والمكسيك وجنوب إفريقيا. ومع ذلك، ينبغي التذكير بأن المغاربة كانوا ينظرون في السابق إلى تركيا بشكل أفضل من بلدهم.

وفي الأخير، فبالنسبة لجميع السلوكيات الداعمة، يضع مواطنو مجموعة دول السبع + روسيا المغرب على قدم المساواة مع تشيلي، ويوصون بالمملكة أكثر بكثير من تركيا أو جنوب إفريقيا أو المكسيك.

اقتراحات

مع الأخذ بعين الاعتبار النتائج السابقة، ومن أجل تحسين سمعتها الداخلية والخارجية بشكل كبير، لا سيما تلك المتعلقة ببعد "مستوى التنمية"، يجب على المملكة الشروع في سن إصلاحات شاملة في مجالات التعليم والابتكار والتكنولوجيا، ورأس مال العلامة التجارية وجودة المنتجات والخدمات. وكل ذلك بالموازاة مع المشاريع الكبرى للإنعاش الاقتصادي، والتغطية الاجتماعية الشاملة وإعادة هيكلة القطاع العام التي يمليها سياق الأزمة الصحية.

وسيكون من الحكمة أيضًا وبشكل عاجل بناء علامة تجارية مغربية دائمة وقوية، واعتماد سياسة تواصلية قادرة على الحفاظ على ثقة المواطنين والشركاء الأجانب، والتي ستكون مبادئها التوجيهية على النحو التالي:

- تنويع المقاربات التواصلية حسب البلدان من أجل محاربة الصور النمطية والأحكام المسبقة السلبية في بعض الأحيان، لتحسين صورة المملكة في الخارج: فبحكم أن مستوى معرفة المغرب من قبل مواطني مجموعة الدول السبع + روسيا تصل إلى

حدود 40٪ منذ سنة 2017 ، فهذا يمثل فرصة للتواصل يجب على المملكة اغتنامها لتعزيز سمعتها الخارجية.

الاهتمام أكثر بالإضافة إلى نقاط القوة المتمثلة في جودة الحياة والأمن ، بالتقدم الكبير المسجل في المجال الصناعي والتكنولوجي، وكذلك في مستوى تطوير البنية التحتية (أول إفريقي ، والموانئ الضخمة لطنجة والناظور وقريبًا في الداخلة...) وتحديث TGVقطار مناخ الأعمال.

- تعزيز إشعاع المغرب في الخارج بشكل دائم من خلال إنشاء قناة تلفزيونية عمومية باللغة الإنجليزية تبث برامجها دوليا، وتعبئة المهارات العلمية والفنية للمغاربة في المهجر، وإبرام شراكات مع المؤثرين الوطنيين والأجانب.