IRES
المعهد الملكي للدراسات الإستراتيجية
ⵉⵏⵙⵜⵉⵜⵓⵜ ⵉⵖⵓⵔⴰⵏ ⵏ ⵜⵖⵓⵔⵉⵡⵉⵏ ⵜⵉⵙⵜⵔⴰⵜⵉⵊⵉⵜ
Institut Royal des Etudes Stratégiques
Royal Institute for Strategic Studies

سمعة المغرب في العالم في عام 2024

ملخص

في إطار المهام المنوطة بمرصد صورة المغرب في العالم، الذي تم إحداثه سنة 2015، أصدر المعهد الملكي للدراسات الاستراتيجية النسخة العاشرة من دراسة سمعة المغرب في العالم، وذلك بشراكة مع وكالة الاستشارة الدولية (Reputation Lab) المتخصصة في مجال تدبير وبناء العلامة التجارية الوطنية (Nation Branding).

وتم إجراء هذا البحث خلال الفترة الممتدة بين شهري مارس وأبريل 2024، في سياق عالمي يتسم باستمرار النزاعات في أوروبا (روسيا وأوكرانيا) وفي الشرق الأوسط (الحرب في غزة)، بالإضافة إلى آفاق الانتخابات الرئاسية المقبلة في الولايات المتحدة الأمريكية، والتي تخلق وضعا من عدم اليقين على الساحة الدولية.

وبلغ عدد الدول التي جرى فيها فحص سمعة المغرب في عام 2024، 26 دولة، مقارنة بـ 18 دولة في عام 2015. ويتعلق الأمر بالدول التالية:

- في أفريقيا: جنوب أفريقيا، والجزائر، ومصر، وكينيا، ونيجيريا؛
- في أوروبا: ألمانيا، وبلجيكا، وإسبانيا، وفرنسا، وإيطاليا، وهولندا، والمملكة المتحدة، والسويد؛

- في أمريكا: البرازيل وتشيلي وكندا والولايات المتحدة الأمريكية والمكسيك؛

- في الشرق الأوسط: إسرائيل وتركيا؛

- في آسيا وأوقيانوسيا: أستراليا والصين وكوريا الجنوبية والهند واليابان وروسيا.

وقد مكّنت منهجية " RepCore Nations " الجديدة، التي اعتُمدت في عام 2022، من تصنيف السمات الـ22 ("الرافعات العقلانية" (leviers rationnels)) التي تشكّل مؤشر السمعة "RepScore" وفقًا للأبعاد الخمسة التالية: الجودة المؤسساتية، وجودة الحياة، ومستوى التنمية، والعامل البشري، والأخلاقيات والمسؤولية (*Ethique et responsabilité*).

توزيع السمات العقلانية لمؤشر "Repscore" حسب الأبعاد الخمسة

السمعة الخارجية في العالم: نظرة عامة

يُظهر تحليل سمعة الدول الستين ذات إجمالي الناتج المحلي الأعلى بين عامي 2023 و2024 استقرارًا نسبيًا. فالانخفاض الطفيف البالغ 0,6 نقطة في متوسط مؤشر السمعة "RepScore " بالنسبة لدول مجموعة السبعة + روسيا في عام 2023، قد قابله ارتفاع قدره 0,5 نقطة في عام 2024.

ففي عام 2024، تظل سويسرا، كما كانت في عام 2023، البلد الذي يتمتع بأفضل سمعة خارجية، تليها النرويج والسويد ونيوزيلندا وكندا، متبوعة بالدنمارك وأستراليا وإيرلندا وفنلندا والنمسا.

وفي المقابل، الدول التي احتلت أدنى المراتب من حيث السمعة الخارجية في عامي 2023 و2024 هي كالتالي: روسيا والعراق وإيران وباكستان والصين وإسرائيل والمملكة العربية السعودية وكولومبيا ونيجيريا وبنغلاديش والجزائر.

ومن بين الدول الستين ذات إجمالي الناتج المحلي الأعلى، سجلت إثيوبيا وتايلاند وبيرو أفضل التحسنات في السمعة الخارجية بين عامي 2023 و2024.

وعلى العكس من ذلك، سجلت إسرائيل وأوكرانيا أكبر انخفاض في مؤشر السمعة بين دول مجموعة السبع + روسيا بين عامي 2023 و2024. بالنسبة لإسرائيل، يعزى هذا الانخفاض إلى الانتهاكات الإنسانية في غزة، والتي يُنظر إليها بشكل سلبي للغاية على الساحة الدولية، بينما فيما يتعلق بأوكرانيا، فقد أدى تزايد ابتعاد المراقبين الدوليين بعد عامين من الحرب إلى تآكل فائض التعاطف الذي اكتسبته أوكرانيا بعد الغزو الروسي.

تموقع دولي للمغرب مواتٍ نسبيًا من حيث سمعته الخارجية

عرف المغرب، الذي شهد الميل التنازلي الشامل في عام 2023، تحسناً في مؤشر سمعته الخارجية في عام 2024. فمن حيث السمعة بين دول مجموعة السبع + روسيا، احتل المغرب المرتبة 30 من بين 60 دولة ذات أعلى ناتج محلي إجمالي، متقدماً بأربع مراتب عن ترتيبه في عام 2023. وعلى الرغم من هذا التقدم، لا تزال سمعة المغرب الخارجية متوسطة، إذ لم يتجاوز مؤشر سمعته 50 نقطة من أصل 100 نقطة.

وتتفوق سمعة المغرب في مجموعة الدول السبع + روسيا على سمعة الولايات المتحدة الأمريكية والأرجنتين وجميع الدول الأفريقية والعربية وتجمع بريكس+، باستثناء البرازيل. وتعادل سمعة المغرب سمعة المجر والفلبين.

وفي عام 2024، ظلت سمعة المملكة جيدة في مصر وأستراليا والصين وألمانيا وفرنسا والمكسيك والمملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية. ومن ناحية أخرى، كانت سمعتها منخفضة في إسرائيل وإسبانيا والجزائر، وللمفارقة، في تركيا.

وبين عامي 2023 و2024، تحسنت سمعة المغرب الخارجية في بعض البلدان الأفريقية، وهي جنوب أفريقيا (+7,2 نقطة) وكينيا (+3,3 نقطة) ونيجيريا (+3,3 نقطة). وبالمثل، ارتفعت بمقدار 3,6 نقطة في السويد و2,7 نقطة في الصين وكوريا الجنوبية والمكسيك وهولندا. ومن ناحية أخرى، تراجعت سمعة المملكة بشكل ملحوظ في تركيا (-4,0 نقطة) وإسرائيل (-8,7 نقطة).

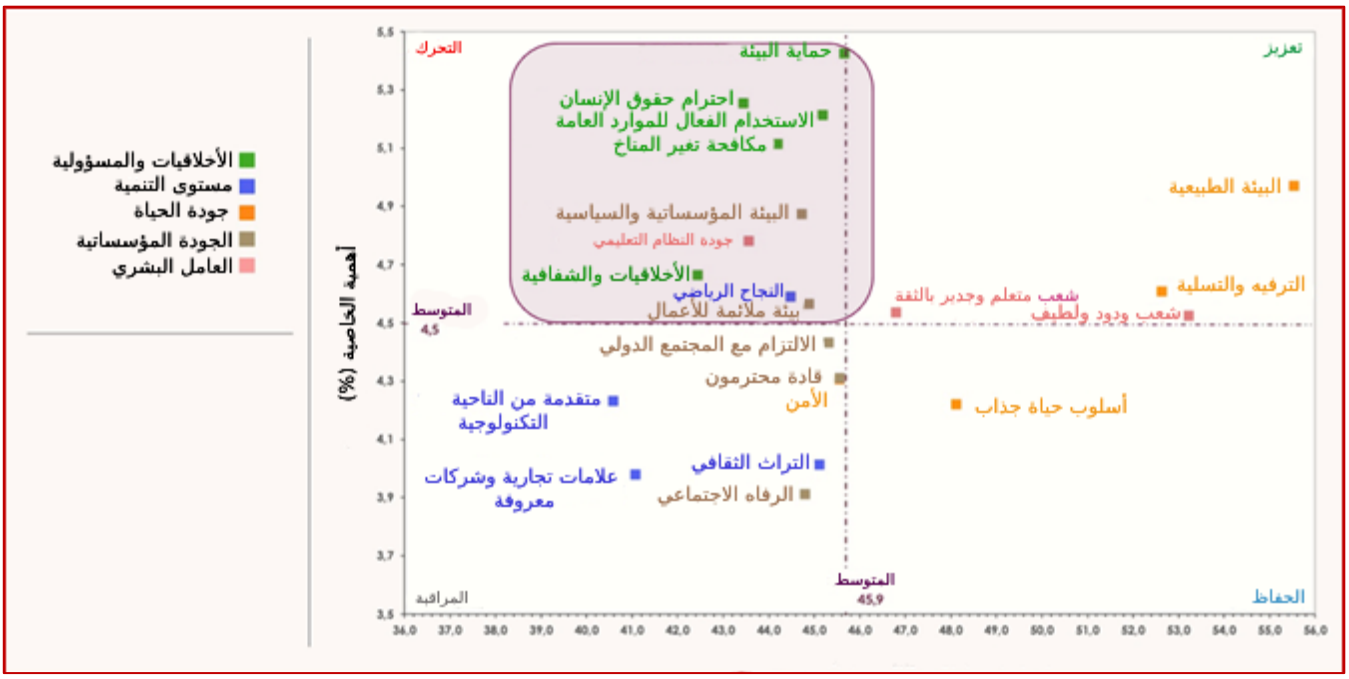
لا تزال سمعة المغرب الخارجية مدفوعة بقيم "تطلعية" ("valeurs "aspirationnelles") بدلاً من القيم العقلانية (valeurs rationnelles)

لا تزال نقاط قوة المغرب من حيث السمعة الخارجية في مجموعة الدول السبع + روسيا تكمن في بعدي "جودة الحياة" و"العامل البشري"، باستثناء سمة "جودة نظام التعليم". وبالفعل، تشكل سمات "شعب ودود ولطيف" و"شعب متعلم وجدير بالثقة" و"البيئة الطبيعية" و"الترفيه والتسلية" و"نمط الحياة الجذاب" و"الأمن" نقاط قوة السمعة الخارجية للمملكة.

ومع ذلك، تظل التقييمات أقل إيجابية بالنسبة للسمات المتأصلة في أبعاد "الأخلاقيات والمسؤولية" و"الجودة المؤسساتية" و"مستوى التنمية"، وخاصة "الأخلاقيات والشفافية" و"احترام حقوق الإنسان" و"مكافحة تغير المناخ" و"البيئة المؤسساتية والسياسية" و"مناخ مواتي للأعمال" و" الاستعمال الناجع للموارد العمومية "، وذلك على الرغم من الجهود التي يبذلها المغرب في هذه المجالات.

ويُضاف إلى ذلك سمتا "العلامات التجارية والشركات المعروفة" و"متقدم من الناحية التكنولوجية"، حيث يسجل هذا المتغير الأخير أدنى درجة من حيث سمعة المغرب الخارجية، على الرغم من التطور المستمر للمهن العالمية ذات الكثافة التكنولوجية العالية (métiers mondiaux à forte intensité technologique)، وتحديداً قطاعي صناعة السيارات والطيران.

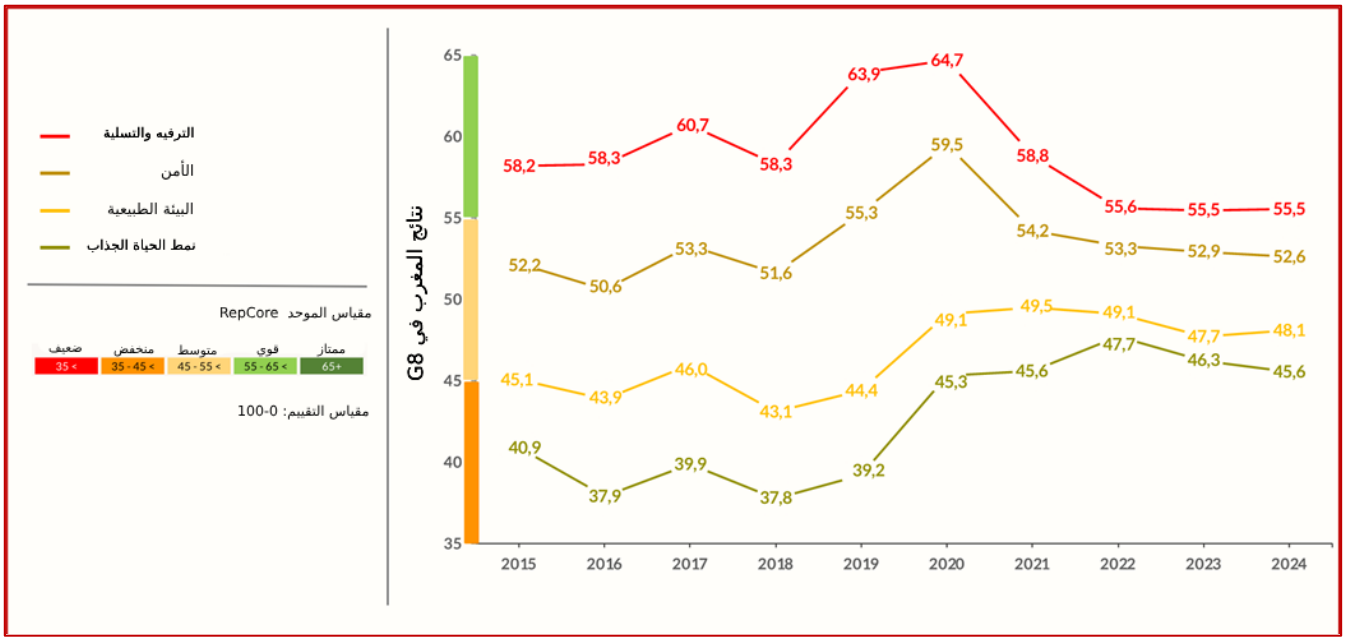
سمعة المغرب الخارجية: نقاط القوة والضعف



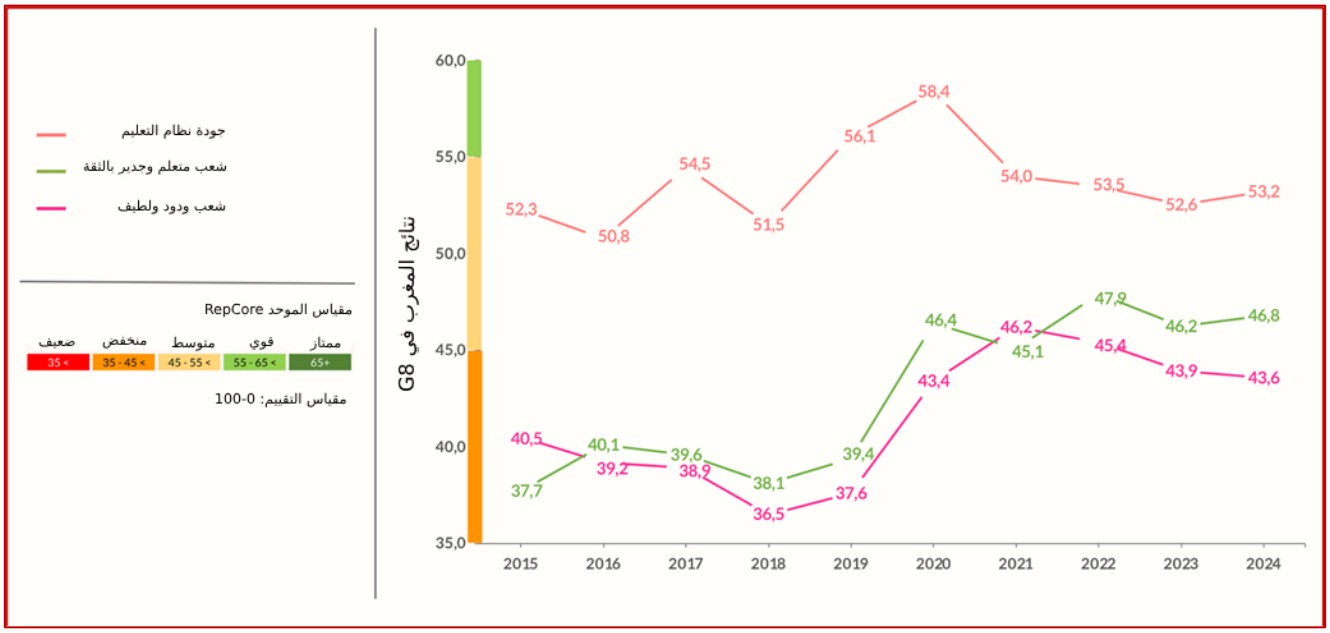
وقد تطورت معظم السمات التي تشكل سمعة المغرب الخارجية بشكل إيجابي عموما في الفترة الممتدة من 2015 إلى 2024. ومع ذلك، فإن السمات المتعلقة بأبعاد "مستوى التنمية" و"الجودة المؤسساتية" و"الأخلاقيات والمسؤولية"، التي كانت على منحى تصاعدي ملحوظ اعتباراً من عام 2019، خرجت من هذا المنحى وانخرطت في اتجاه تنازلي، أو على الأقل شهدت علاماتها استقرارا.

وفي الأخير، تجدر الإشارة إلى أن سمة "النجاح الرياضي"، التي سجلت ارتفاعاً استثنائياً في نسخة 2023، بفضل الإنجاز التاريخي للمنتخب الوطني لكرة القدم خلال كأس العالم 2022، تراجعت قليلاً في عام 2024.

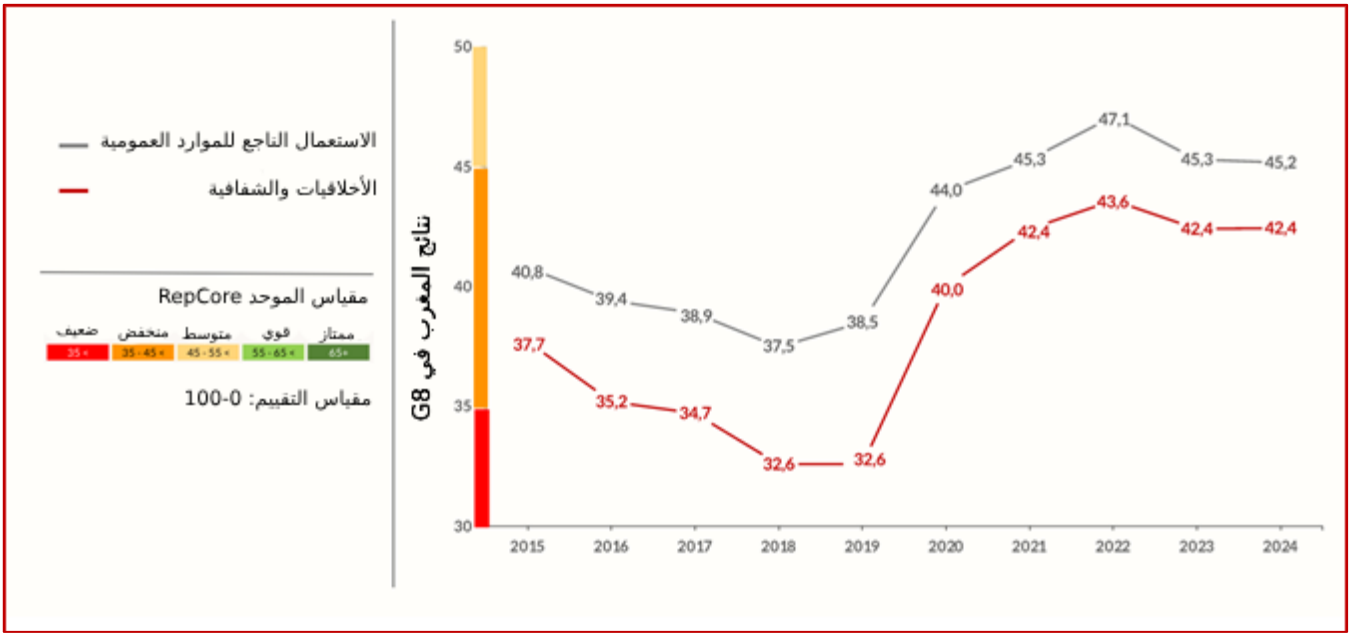
تطور سمعة المغرب الخارجية في الفترة ما بين 2015 و2024 وفقاً لسمات بُعد "جودة الحياة"



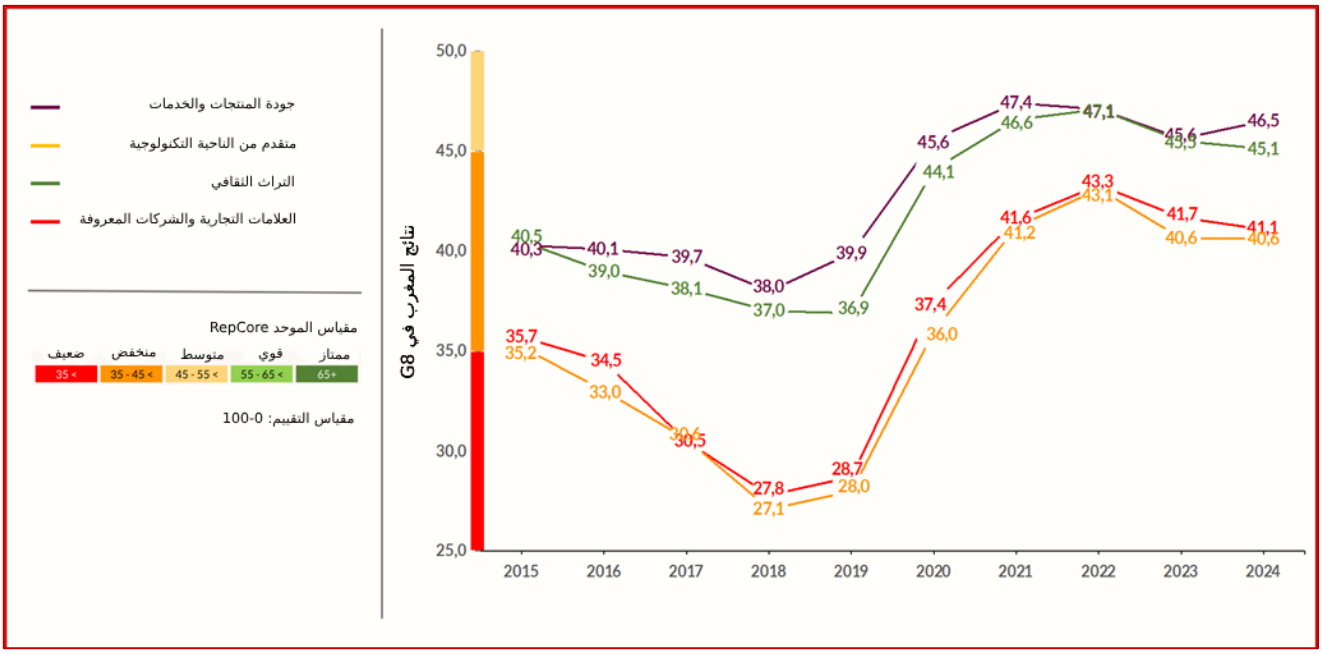
تطور سمعة المغرب الخارجية في الفترة ما بين 2015 و2024 وفقاً لسمات بُعد "العامل البشري"



تطور سمعة المغرب الخارجية في الفترة ما بين 2015 و2024 وفقاً لسمات بُعد "الأخلاق والمسؤولية"



تطور سمعة المغرب الخارجية في الفترة ما بين 2015 و2024 وفقاً لسمات بُعد "مستوى التنمية"



تطور سمعة المغرب الخارجية في الفترة ما بين 2015 و2024 وفقاً لسمات بُعد " الجودة المؤسساتية"

السمعة الداخلية للمغرب قوية ولكنها متذبذبة

يعكس مؤشر السمعة الداخلية لعام 2024 جميع التصورات التي يكونها المغاربة عن بلدهم، ويضع المغرب، على غرار السنوات السابقة، ضمن الدول التي يكون فيها المواطنون أقل انتقاداً لبلدهم. وقد حصلت المملكة على 64,8 نقطة من أصل 100 نقطة، أي بزيادة 3,7 نقاط مقارنة بعام 2023، وبذلك حققت المملكة أعلى مستوى لسمعتها الداخلية منذ عام 2015.

وخلافاً لعام 2023، عندما أظهرت غالبية السمات تراجعاً في السمعة الداخلية، فإن نتائج عام 2024 أكثر دقة. فقد أظهر بُعدا "جودة الحياة" و"الجودة المؤسساتية" زيادات كبيرة في جميع السمات، باستثناء متغير "الرفاه الاجتماعي" الذي انخفضت درجته بـ 0,5 نقطة.

وبالنسبة للأبعاد الثلاثة الأخرى، كانت الاتجاهات أكثر تبايناً. فقد شهدت العديد من السمات انخفاضًا في درجاتها، باستثناء سمات "احترام حقوق الإنسان" و"شعب ودود ولطيف" و"التراث الثقافي" و"جودة المنتجات والخدمات"، والتي ارتفعت درجاتها مقارنة بعام 2023بمقدار 2 و1,4 و1 و0,6 نقطة على التوالي.

وتؤكد نتائج السمعة الداخلية للمغرب عام 2024 ملاحظة سبق الوقوف عليها خلال دورات الدراسات التسعة السابقة، أي حدوث تذبذب شبه سنوي في نتيجة هذه السمعة، علما أنها رهينة إلى حد بعيد بتطور نظرة المغاربة إلى البيئة المؤسساتية والسياسية لبلدهم.

فرص تواصلية يجب اغتنامها ومخاطر مرتبطة بالسمعة يجب مراقبتها

يشعر المغاربة الذين شملهم الاستطلاع أكثر من سكان دول مجموعة السبع + روسيا أنهم يعيشون في بلد يسوده الأمن والأمان ويتمتع ببيئة طبيعية جيدة وأن سكانه ودودون ولطفاء. علاوة على أنهم يعتبرون أن المغرب يدافع عن القضايا المصيرية للإنسانية، وخاصة حماية البيئة ومكافحة تغير المناخ، وأنه يتوفر على تراث ثقافي غني، ويتمتع بمناخ مواتي للأعمال التجارية وبجودة جيدة للمنتجات والخدمات، وأنه يحقق تقدما في المجال الرياضي.

وتعتبر هذه العناصر فرصا تواصلية ينبغي للمملكة الاعتماد عليها لترسيخ صورتها الدولية على أسس متينة.

ومع ذلك، فإن المغاربة أكثر انتقادا لبلدهم من الأجانب عندما يتعلق الأمر بالاستعمال الناجع للموارد العمومية، وجودة نظام التعليم، والبيئة المؤسساتية والسياسية، والرفاه الاجتماعي أو الأخلاقيات والشفافية. وتعتبر مواطن الضعف المذكورة تحديات حقيقية يجب مواجهتها، ولاسيما أن من شأنها أن تمثل تهديدات حقيقية لسمعة المغرب الداخلية والخارجية.

يُنصح بالمغرب كوجهة سياحية ولتنظيم الفعاليات الدولية، ولكن ليس كوجهة للدراسة ولا العمل.

يعتبر المغرب بالنسبة لمواطني دول مجموعة السبع + روسيا بلداً للزيارة وتنظيم الفعاليات أو حضورها وكذا لشراء منتجاته وخدماته. ولا يتم التعبير عن هذا التصور بنفس الحدة عندما يتعلق الأمر بالتوصية بالعيش أو الدراسة أو العمل أو الاستثمار في المغرب. ولا تتوافق هذه المعاينة الأخيرة مع الإجراءات المتخذة لتطوير الأقطاب الجامعية الوطنية وتحسين مناخ الأعمال.

منذ نسخة عام 2023 من الدراسة الاستقصائية حول السمعة، أدمجت 3 نوايا جديدة، علاوة على سلوكيات الدعم السبعة المعتادة، وهي: "لعلني أزور" و "من الممكن أن أستثمر" و"يمكنني أن أشتري". وكانت نتائج المؤشرات الثلاث المذكورة شبيهة بتلك الخاصة بالتوصيات المماثلة لها.

وبالتالي، لا يزال يُنظر إلى المملكة على المستوى الدولي كوجهة سياحية ومكان لاحتضان الفعاليات الدولية وليس كبلد للدراسة أو العمل أو الاستثمار.

بالنسبة للمغاربة المستجوبين، فقد كانت سلوكياتهم الداعمة لبلدهم سنة 2024 أكثر من تلك المسجلة في أوساط مواطني بلدان مجموعة الدول السبع بالإضافة إلى روسيا بالنسبة لجميع سلوكيات ونوايا الدعم.

علاوة على ذلك، بين عامي 2023 و2024، تطورت جميع السلوكيات ونوايا الدعم بشكل إيجابي على المستوى الوطني، باستثناء التوصية الخاصة بالدراسة في المغرب التي انخفضت بمقدار 0,6 نقطة مقارنة بعام 2023، مواصلة بذلك المنحى السلبي للسنوات السابقة.

تصور إيجابي للمبادرة الملكية لأفريقيا الأطلسية

تضمنت نسخة عام 2024 من الدراسة الاستقصائية حول سمعة المغرب في العالم أسئلة حول المبادرة الملكية لأفريقيا الأطلسية، من أجل تقييم مستوى معرفة المجتمع الدولي وإدراكه لهذه المبادرة، وكذا تأثيرها على السمعة الخارجية للمملكة.

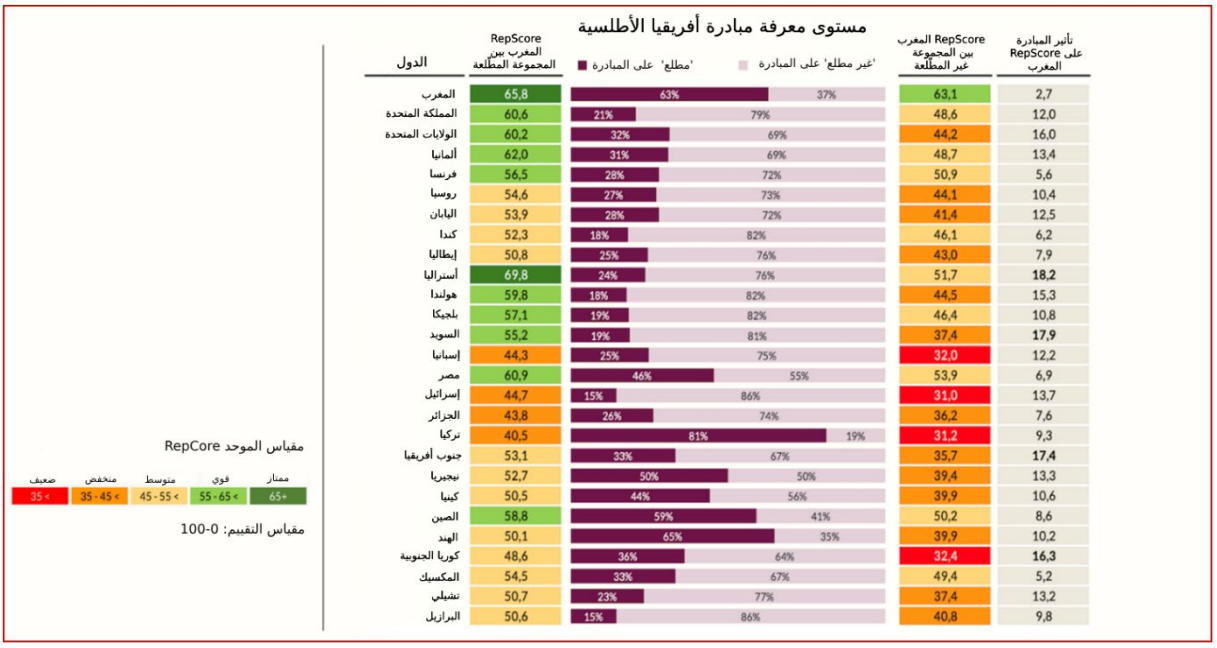
فيما يخص مستوى معرفة المبادرة الملكية لأفريقيا الأطلسية، فقد بلغت نسبته 81% في تركيا، وما بين 50% و65% في كل من نيجيريا والصين والهند، و45% في كينيا ومصر، وهو ما يدل على اهتمام هذه الدول بالفرص المتاحة على مستوى القارة الإفريقية. وعلى العكس من ذلك، تقل المعرفة بهذه المبادرة بنسبة دون 20% في هولندا وكندا وبلجيكا والسويد.

وفي بلدان مجموعة الدول السبع + روسيا، فإن مستوى المعرفة بهذه المبادرة أعلى في الولايات المتحدة الأمريكية (32%) وألمانيا (31%)، تليها فرنسا (28%) واليابان (28%) وروسيا (27%) وإيطاليا (25%) والمملكة المتحدة (21%). وفي كندا، لا يتجاوز مستوى المعرفة بها 18%.

بالنسبة للتصور الذي يشكله الدول عن المبادرة الملكية لأفريقيا الأطلسية، فهو إيجابي بشكل عام في الدول الـ26 للعينة، بل بلغ مستويات ممتازة في أستراليا وألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة وهولندا. وعلى العكس من ذلك، تعد الجزائر وإسبانيا الدولتين اللتين حصلت فيهما المبادرة على أدنى مستوى من الإدراك.

أما بالنسبة للتأثير الحقيقي للمبادرة الملكية لأفريقيا الأطلسية على سمعة المغرب الخارجية، فهو تأثير واعد. ويتمثل أحد أسباب ذلك في الفارق الإيجابي الكبير بين مؤشر سمعة المغرب الخارجية بالنسبة للمستجوبين الذين "لديهم علم" بالمبادرة والذين "ليس لديهم علم" بها: على سبيل التوضيح، يبلغ هذا الفارق 18,2 نقطة في أستراليا، و17,9 نقطة في السويد، و17,4 نقطة في جنوب أفريقيا، و13,3 نقطة في نيجيريا، و10,6 نقطة في كينيا، و7,6 نقطة في الجزائر.

تأثير المبادرة الملكية لأفريقيا الأطلسية على سمعة المغرب الخارجية



رافعات التغيير الواجب تفعيلها للارتقاء بسمعة المملكة داخلياً وخارجياً

في ضوء ما سبق، وبهدف تحسين سمعة المغرب الداخلية والخارجية بشكل كبير في المستقبل، ينبغي للمغرب إطلاق إصلاحات واسعة النطاق في المجالات المتعلقة بأبعاد "الأخلاقيات والمسؤولية" و"مستوى التنمية" و"الجودة المؤسساتية"، لا سيما الأخلاقيات والشفافية، واحترام حقوق الإنسان، والبيئة المؤسساتية والسياسية، والاستعمال الناجع للموارد العمومية والمنظومة التربوية.

هذه الأبعاد الثلاثة، التي تلعب دورًا متزايد الأهمية في بناء سمعة البلدان، يجب أن يأخذها المغرب بعين الاعتبار بجدية إذا كان يأمل في تحسين صورته الدولية من رتبة متوسطة إلى مستوى قوي.

كما ينبغي للمملكة:

- بناء "علامة مغربية" فريدة وموحدة وقوية ودائمة – تجمع بين جميع العلامات التجارية القطاعية. وفي هذا الصدد، يمكن أن تكون الدراسة التي أجراها المعهد الملكي للدراسات الاستراتيجية في عام 2016 حول هذا الموضوع مفيدة للشروع في تصميم هذه العلامة.

- اعتماد سياسة تواصلية استراتيجية هادفة ومتسقة، بحيث يتطلب تنفيذها الفعال التقائية بين تدخلات الفاعلين المساهمين في الإشعاع الدولي للمملكة. وتوفر النسخ العشر للدراسة الاستقصائية حول سمعة المغرب الخارجية والداخلية كما هائلا من المعلومات التي يمكن أن تفيد في اتخاذ القرارات بشأن مجالات العمل ذات الأولوية التي يجب استهدافها في إطار سياسة التواصل.

- تعزيز الدبلوماسية الثقافية الاستباقية، خاصة من خلال إنشاء قناة تلفزيونية عمومية باللغة الإنجليزية لإيصال صوت المغرب على الصعيد الدولي، وتعبئة الكفاءات العلمية والفنية لمغاربة العالم وإبرام شراكات مع وكالات استشارات دولية مؤثرة في مجال التواصل والتسويق.