



Développement du Label Maroc

La contribution de Maroc Telecom



Nous croyons que le modèle de développement marocain a atteint un seuil de maturité qui nous habilite à adopter des critères avancés et plus pointus pour évaluer la pertinence des politiques publiques et la portée de leur impact effectif sur la vie des citoyens. Cette appréciation a été confirmée par la Banque Mondiale qui a montré que la valeur globale du Maroc a connu, ces dernières années, une hausse sensible, surtout grâce au développement majeur de son capital immatériel.

Or le capital immatériel s'affirme désormais comme un des paramètres les plus récents qui ont été retenus au niveau international pour mesurer la valeur globale des Etats et des entreprises.



Extrait du discours du Trône, 30 Juillet 2014

La mesure de la richesse d'un pays par les agrégats macroéconomiques classiques ne traduit pas fidèlement le potentiel de ce pays en termes de création de valeur. D'autres aspects méritent d'être mis en valeur notamment les aspects du développement humain et durable, de la répartition des richesses du pays, etc.

Le capital immatériel du Maroc peut être vu suivant trois angles :

Le capital humain

La promotion des talents et des expériences

Les initiatives pour le développement humain

L'éducation et la formation

Le capital structurel

Un héritage ancestral et une culture séculaire

Une stabilité politique et une cohésion sociale reconnues

Une confiance dans les institutions

Des infrastructures à la hauteur des ambitions

Le capital relationnel

Une coopération sud-sud au centre des préoccupations

Une diplomatie active sur les scènes continentale et internationale

Des choix d'alliances stratégiques éclairés

La « Marque pays », une déclinaison importante du capital immatériel et un enjeu décisif dans un monde globalisé



Comme pour les entreprises, disposer d'une marque forte et bien établie constitue un avantage compétitif décisif et un gage de qualité et de confiance

Marketer les atouts d'un pays, de manière à les valoriser puis convertir cette valeur en gains tangibles :

Attractivité pour les capitaux étrangers

Promotion des exportations et du « Made in Morocco »

Accentuation de l'influence politique et culturelle

Au delà de l'enjeu touristique, certains gouvernements ont mis en place une gestion intégrée de la « Marque Pays » (via des organes dédiés dans certains cas)



La Maroc dispose d'atouts indéniables quant au développement d'une « marque pays » intégrée :

Agriculture



Rayonnement religieux et culturel



Champions continentaux de l'industrie et des services



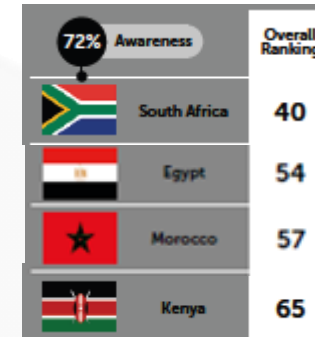
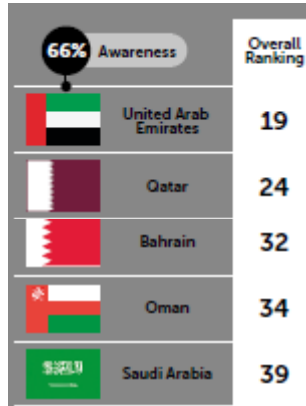
Les talents



Tourisme



Selon le *Country Brand Index 2014-15*, La marque «Maroc» arrive en 57^{ème} rang mondial, en 7^{ème} position sur le plan arabe et en 3^{ème} rang sur le plan africain

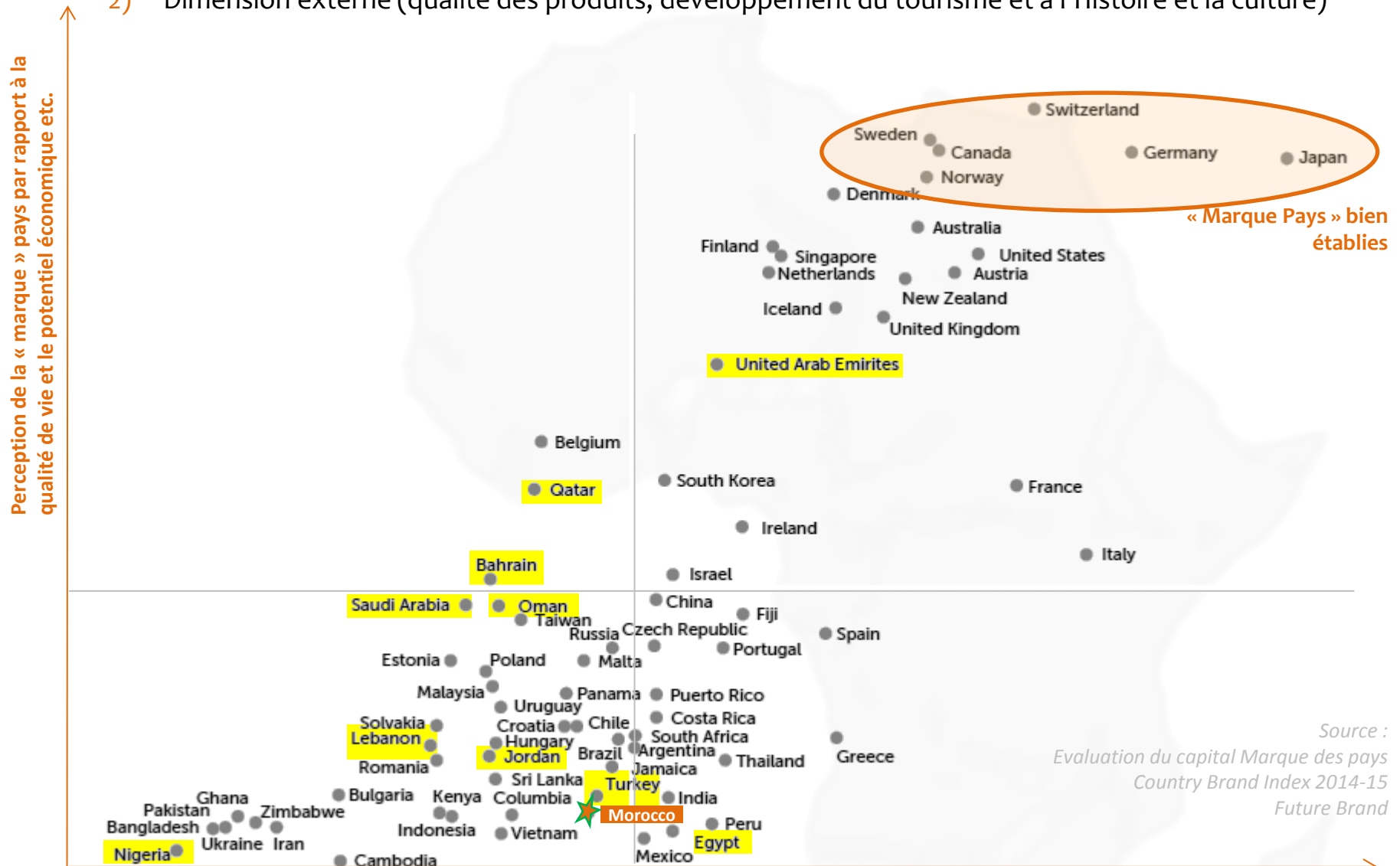


Le classement des Marques pays de de *Brand Finance*, quant à lui, classe la marque « Maroc» au 67^{ème} rang mondial, la valorisant en 2012 à 49 Milliards de US\$

Rank 2013	Rank 2012	Brand	Brand Value 2013 (USDbn)	Brand Rating 2013	Brand Value Change (%)	Brand Value Change (USDbn)	Brand Value 2012 (USDbn)	Brand Rating 2012
1	1	United States	17,990	AA	23%	3,349	14,641	AA
2	2	China	6,109	AA-	26%	1,263	4,847	A+
3	3	Germany	4,002	AA	3%	99	3,903	AA
4	5	United Kingdom	2,354	AA	8%	165	2,189	AA
5	4	Japan	2,263	AA-	-11%	-289	2,552	A+
6	6	France	1,938	AA-	-1%	-25	1,963	AA-
....								
65	73	Sri Lanka	45	A+	46%	14	31	A+
66	62	Croatia	40	A	-14%	-7	47	A-
67	60	Morocco	40	A-	-19%	-9	49	A
68	74	Costa Rica	38	A	28%	8	30	A

Les pays avec des « marques » reconnues et attractives disposent d'une bonne perception sur ses deux dimensions :

- 1) Dimension interne (qualité de vie et le potentiel économique etc.)
- 2) Dimension externe (qualité des produits, développement du tourisme et à l'Histoire et la culture)



Source :
 Evaluation du capital Marque des pays
 Country Brand Index 2014-15
 Future Brand

Perception de la « marque » pays par rapport à la qualité des produits, développement du tourisme et à l'Histoire et la culture

Une présence en Afrique contribuant au rayonnement diplomatique du Maroc

Maroc Telecom est présent dans 4 pays en Afrique subsaharienne :

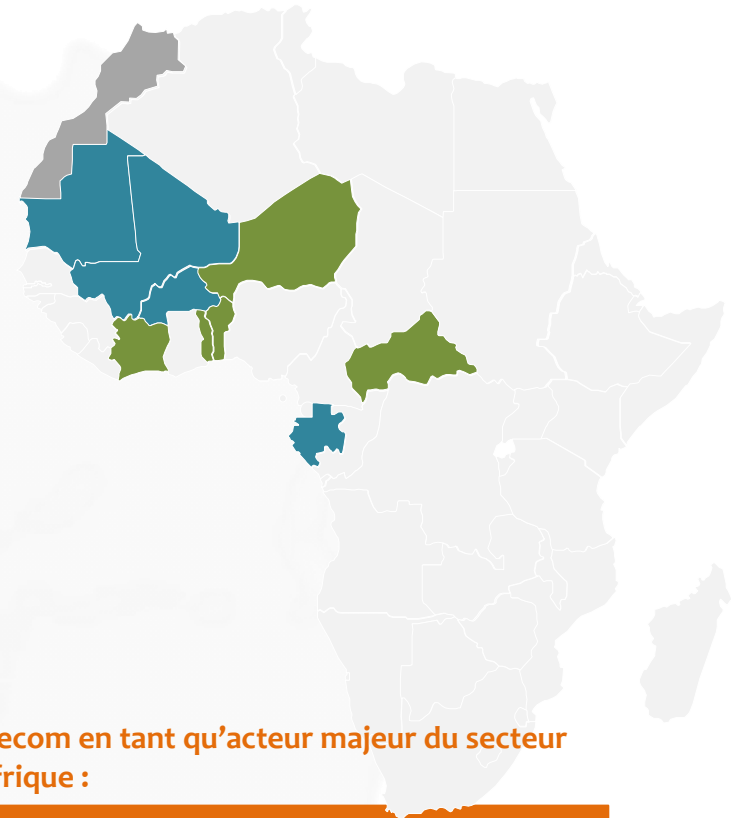
En Mauritanie, au Burkina Faso, au Gabon et au Mali

à travers ses participations dans les opérateurs historiques de ces pays

... et bientôt dans 5 autres pays Africains:

Au Bénin, en République de Centrafrique, en Côte d'Ivoire, au Niger et au Togo

suite à l'accord signé entre Maroc Telecom et Etisalat pour la session de ses filiales de l'Ouest Africain (Opérant sous la marque Moov)



Cette transaction consolidera davantage la position de Maroc Telecom en tant qu'acteur majeur du secteur des télécommunications en Afrique :

4^{ème} en termes de présence

Présence dans 10 pays Africains

5^{ème} en termes de parc clients

Près de 44,4 Millions de clients mobile dans ces pays

Le Groupe Maroc Telecom s’est inscrit dans la vision marocaine de la coopération Maroc-Afrique, notamment en ce qui concerne le partage de savoir faire :

- Partage de la méthodologie de gestion et de gouvernance des entreprise
- Partage d’expertise technologique
- Transformation des opérateurs étatiques classiques en opérateur économique au sens large du termes, participant activement à l’essor économique et social de leurs pays respectifs

Les infrastructures de télécommunications et les NTIC contribuent fortement à Renforcer l'attractivité d'un pays pour les investisseurs et à Développer l'innovation et l'entrepreneuriat

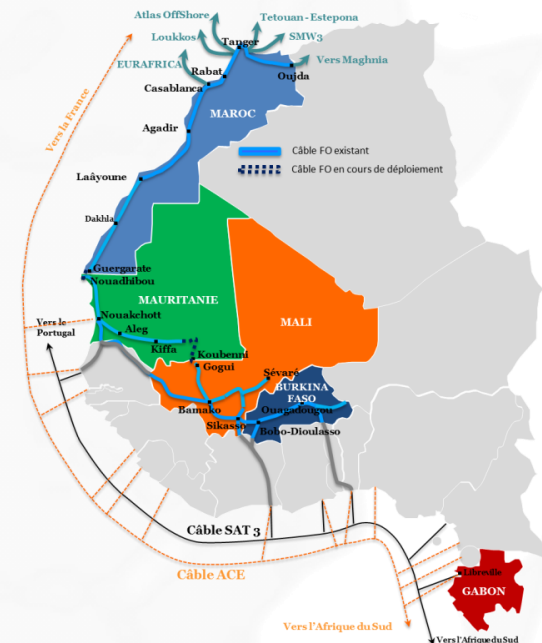
Un plus large accès aux NTIC a aussi des retombées sociales positives directes dans le domaine de la santé, de l'éducation et de l'émancipation des femmes et contribue ainsi à la réalisation des Objectifs du Millénaire pour le Développement

Les outils et les infrastructures de télécommunications sont indispensables pour accroître l'efficacité des économies et développer l'innovation. Ils contribuent au bien-être des populations. Ils permettent également d'accélérer l'intégration économique

Maroc Telecom en Afrique

Plus de 51 Milliards de dirhams d'investissements depuis 2003 consacrés à l'amélioration de connectivité et au haut et très haut débit

- La bande passante internationale (BPI) Maroc Telecom a été multipliée par 6 entre 2010-2013
- Le câble transafricain (5700 Km) renforce la BPI des pays des filiales
- Maroc Telecom prépare les réseaux Mobile à l'arrivée de la 4G et déploie le Très Haut Débit Fixe au Maroc



Généralisation de l'accès aux nouvelles technologies de l'information et de la communication

Soutien à l'éducation et la dissémination du savoir et de la connaissance

Accompagnement des entreprises et soutien à la création de l'emploi

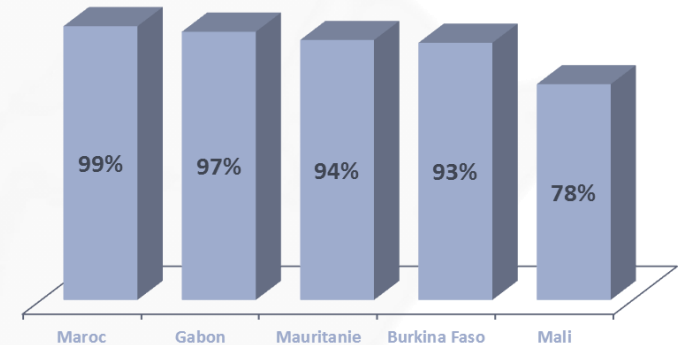
Le désenclavement des zones reculées

- Prise en charge de **80%** du Programme de généralisation de l'accès aux moyens des télécommunications (PACTE) au Maroc
- Plus de 7150 localités couvertes à fin 2013
- Plus de 1400 localités isolées couvertes à fin 2013 dans les pays des filiales



Une couverture toujours plus large des populations

- 99,14% de la population au Maroc
- Une évolution rapide de la couverture dans les pays des filiales depuis leur acquisition



Des baisses substantielles des prix

En 4 ans, le prix minute Mobile de Maroc Telecom a été divisé par 4 et l'usage multiplié par 2,5

La démocratisation de l'usage des NTIC dans les milieux scolaires et universitaires

Exemples : contributions aux programmes SU

- Génie : près de 1300 établissements équipés (49% du programme)
- Injaz : près de 50 000 étudiants équipés (59%)
- Nafid@ : près de 180 000 enseignants équipés (70%)



Des initiatives pour favoriser l'accès à l'éducation, la formation, l'emploi et à la culture

Exemples : 560 bourses par MT2E au **Maroc**,
soutien de l'association Biblio'brousse au **Burkina Faso**,
soutien de l'Agence pour la Promotion de l'Emploi des Jeunes (APEJ) au **Mali**

....

La promotion de l'intégration des NTIC dans les PME et TPE

Exemples : "Business Go", participation aux programmes Infatih et Bidayati, partenariat avec Maroc Taswiq...



L'appui à la création de l'emploi

75 000 emplois Offshoring au Maroc

Plus de 244 000 emplois indirects créés par le Groupe (Distributeurs et sous-traitants)

Maroc Telecom s'inscrit totalement dans l'initiative nationale du développement du patrimoine immatériel par son action sur le territoire marocain, comme dans les autres pays de présence en Afrique

Le développement d'un « label Maroc » fort est un enjeu de taille nécessitant la mise en place d'un certain nombre de prérequis, et principalement un Un accompagnement rapproché des entreprises désireuse de s'exporter à l'international