

Maroc-étude : L'IRES annonce la publication prochaine d'un rapport sur la "Marque-Maroc"

La Marque Maroc est centre d'une étude préparée par l'Institut Royal des études stratégiques (IRES), dans le cadre de sa réflexion stratégique au sujet du capital immatériel du Royaume.

L'IRES a entamé, dès septembre 2014, une réflexion sur le capital de marque qui s'est matérialisée par l'élaboration, début 2016, d'un rapport intitulé "Quels leviers pour édifier une stratégie de marque pour le Maroc ?", indique un communiqué de l'Institut parvenu mercredi à la MAP.

Ce rapport permet de comprendre les concepts de base de la marque-pays et de cerner ses dimensions fondamentales, au service de la puissance attractive du Royaume.

Les stratégies de marque ont été analysées par l'IRES aussi bien en ce qui concerne les pays développés (Etats-Unis, Grande Bretagne, France, Espagne) que les pays émergents (Brésil, Chine, Inde, Turquie, Afrique du Sud, Colombie) et des enseignements ont été tirés pour le cas du Maroc, précise le communiqué. Dans un contexte de forte concurrence entre les nations, un grand nombre de pays se sont appuyés, au niveau de leurs stratégies de positionnement international, sur la mise en place de leur marque-pays "Nation Branding", explique la même source. Les avancées accomplies par le Maroc telles que l'adoption d'une nouvelle Constitution, le lancement de réformes structurelles et de programmes socio-économiques importants, la réalisation d'une croissance économique soutenue durant les dix dernières années prédisposent, aujourd'hui, le Royaume à créer sa propre marque.

Le positionnement de la Marque-Maroc a été examiné et des axes de politiques publiques ont été proposés pour sa gestion dans ce rapport qui sera publié très prochainement sur le site électronique de l'IRES. Com.

MAP, 25-05-2016