

سمعة المغرب في العالم في 2016

ملخص

في إطار تحليل المفاهيم الناشئة، أنجز المعهد الملكي للدراسات الاستراتيجية (IRES)، في ماي 2015، دراسة حول تقييم الثروة الإجمالية للمغرب ورأسماله اللامادي للفترة 2013-1998.

كشفت هذه الدراسة على أن رأسمال "علامة المغرب" له وزن هام في الرأسمال اللامادي والثروة الإجمالية للمغرب. و في هذا الصدد، تتمتع المملكة، عموماً، بصورة إيجابية على المستوى الدولي، تعكس التقدم المحرز في ما يخص البناء التدريجي للقوة الناعمة للمغرب. و لهذا، يعد الحفاظ على شهرة المغرب وسمعته هدفاً استراتيجياً من أجل تعزيز مكانة المملكة و ترسيخ إشعاعها داخل المجتمع الدولي.

انطلاقاً من هذا المعطى، قام المعهد، في سنة 2015، بإنجاز دراسة حول علامة المغرب. مكنت هذه الأخيرة من رصد العناصر المميزة التي يمكن أن تركز عليها هذه العلامة و من اقتراح استراتيجية متكاملة لعلامة المغرب كرافعة للدبلوماسية الاقتصادية للمملكة.

بالموازاة مع هذه الدراسات، قام المعهد، في سنة 2015، بإنشاء مرصد لتتبع سمعة المغرب دولياً، من خلال إجراء دراسة حول صورة المملكة لدى دول مجموعة الثمانية (G-8) بالإضافة إلى عينة تتكون من 10 دول متقدمة و ناشئة. تمت هذه الدراسة بشراكة مع "Reputation Institute" وهي مؤسسة استشارية متخصصة في تقييم سمعة 70 دولة على الصعيد العالمي.

في سنة 2016، أجريت النسخة الثانية لهذه الدراسة على عينة مكونة من 23 دولة مقابل 18 في 2015. الدول الخمسة المضافة لهذه العينة شملت، بالخصوص، بعض الدول من إفريقيا و شمال أوروبا.

أظهرت نتائج هذه الدراسة أنه، من حيث السمعة الخارجية لدى مواطني دول مجموعة الثمانية (G-8)، احتل المغرب، سنة 2016، المرتبة 39 مقابل 36 في سنة 2015، من بين 70 دولة التي شملتها الدراسة، متمركزا تقريبا في نفس مستوى اندونيسيا.

يتضح من خلال نتائج الاستطلاع أن المغرب يحظى بسمعة أفضل من سمعة دول البريكس (BRICS)، باستثناء البرازيل، و أن هذه السمعة تتجاوز بكثير سمعة تركيا وجميع الدول العربية والإفريقية. على سبيل المثال، احتلت جنوب أفريقيا، مصر، أنغولا، الجزائر ونيجيريا، على التوالي، المرتبة 49، 55، 63، 64 و66.

في سنة 2016، يتمتع المغرب بسمعة عالية مقارنة مع المتوسط العالمي - أي السمعة المتوسطة للسبعين دولة المدرجة في هذه الدراسة - في كل من الهند وروسيا وتركيا و أستراليا و المكسيك و الولايات المتحدة وكندا. كما أن سمعته متوسطة في الشيلي و بلجيكا و المملكة المتحدة و فرنسا و الصين. وهي أقل إشراقا في البرازيل و اليابان وكوريا الجنوبية. في حين أن سمعة المغرب تصل إلى مستويات منخفضة في إيطاليا و هولندا و السويد و ألمانيا و إسبانيا و كينيا و نيجيريا و جنوب أفريقيا.

لكن، مما ينبغي التأكيد عليه، هو أن مواطني جنوب أفريقيا يرون سمعة المغرب أفضل من سمعة بلدهم في بعض المجالات الهامة مثل الأمن، الشفافية، الاحترام الدولي، المناخ المؤسسي، العيش الكريم والاستعمال الناجع للموارد الطبيعية.

بالمقارنة مع سنة 2015، ظلت سمعة المغرب مستقرة تقريبا في سنة 2016 بالنسبة للسمات السبعة عشر المكونة للسمعة، باستثناء سيمة "الأمن" التي انخفضت نتيجتها بنسبة 3 نقاط، بسبب استفحال التهديد الإرهابي على المستوى الدولي، وربما جراء التغطية الإعلامية على المستوى الوطني لعمليات تفكيك الخلايا الإرهابية.

تجدر الإشارة إلى أن فحص سمعة البلدان يستند إلى 17 سيمة يمكن تصنيفها حسب ثلاث مكونات، وهي جودة العيش، جودة المؤسسات ومستوى التنمية. التقييمات الإيجابية لسمعة المغرب هي تلك التي لها صلة بجودة العيش، و بنسبة أقل، بجودة المؤسسات. في حين أن السمات المكونة لمستوى التنمية حصلت على تقييمات أقل إيجابية.

يمكن تلخيص المؤهلات القوية للمغرب، استنادا على تصور مواطني دول مجموعة الثمانية (G-8)، في السمات التالية: مناخ طبيعي جيد، ساكنة تتميز بحفاوة الترحاب، توفر وسائل الترفيه، بالإضافة إلى أسلوب عيش كريم.

تتجلى نقاط الضعف في بعض المجالات، من بينها، التكنولوجيا والابتكار و النظام التعليمي و المناخ الاقتصادي والمساهمة في الثقافة العالمية. و تعاني سمعة المغرب، أيضا، لدى مواطني دول مجموعة الثمانية (G-8)، من عدم معرفة العلامات التجارية والشركات المغربية.

علاوة على ذلك، ينظر إلى المغرب على كونه بلد مؤهل للسياحة أو لحضور المؤتمرات و الندوات. في حين أنه لا يتم التعبير عن هذه الرغبة بنفس الحدة عندما يتعلق الأمر بشراء منتجات المغرب وخدماته، بالاستثمار و العيش أو بالدراسة فيه على وجه الخصوص.

تحظى المملكة لدى مواطني دول مجموعة الثمانية بسمعة أفضل من سمعة تركيا بالنسبة للسمات السبعة عشر المكونة للسمعة. يلاحظ نفس الشيء بالمقارنة مع جنوب أفريقيا باستثناء سمة "ود و حفاوة ترحاب الساكنة". مقارنة مع المكسيك، يتمتع المغرب بسمعة أفضل بالنسبة للسمات السبعة عشر باستثناء سمات "الترفيه" و "الثقافة" و "ودو حفاوة ترحاب الساكنة".

أما بالنسبة للسمعة الداخلية، فينظر إليها عموما بشكل إيجابي من قبل المواطنين المقيمين الذين يعرفون أكثر واقع بلدانهم بالمقارنة مع الأجانب. إذ لا يشكل المغرب استثناء في هذا الصدد بحيث أن مؤشر السمعة الداخلية يفوق بما يقارب 13 نقطة مؤشر السمعة الخارجية للمملكة في سنة 2016، مقابل 16 نقطة في سنة 2015.

يحظى المغرب فيما يخص بعض السمات بسمعة داخلية أفضل بكثير من تلك المتعلقة بالسمعة الخارجية. يعتبر المواطنون المغاربة الذين شملهم استطلاع الرأي أنهم يعيشون في بلد يسوده الأمن، حيث الساكنة تتميز بالود و حفاوة الترحاب، حيث المناخ الطبيعي جيد، و أن المغرب بلد محترم على الصعيد الدولي و لديه تراث ثقافي غني و متنوع. كل هذه المؤهلات تشكل فرصا ينبغي للمملكة المغربية أن تبني على أساسها سياسة إعلامية ناجعة من أجل إرساء الصورة الخارجية للمغرب على ركائز متينة.

بالمقابل، سمعة المغرب الداخلية هي أقل إيجابية مقارنة مع سمعته الخارجية حين يتعلق الأمر بالتكنولوجيا والابتكار، بالنظام التعليمي، بطريقة استعمال الموارد الطبيعية، بالعلامات التجارية والشركات المعترف بها، بالشفافية و بالمناخ السياسي و المؤسساتاتي. تعتبر هذه النواقص، التي يمكن أن تشكل مخاطر حقيقية، على حد سواء، لسمعة المغرب الداخلية والخارجية، تحديات حقيقية يجب مواجهتها مستقبلا.