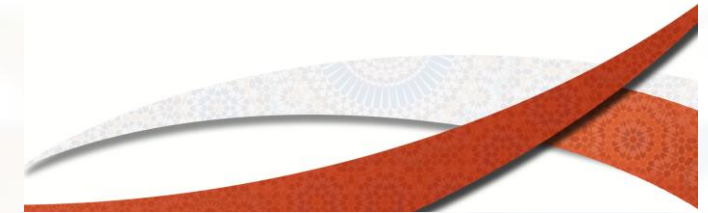


La perception du consommateur marocain par rapport label « Made in Morocco »



Cadre et But de l'enquête

Cadre: La réalisation de cette enquête rentre dans le cadre du partenariat du Ministère de l'Industrie et du Commerce, et la Fédération Nationale des Associations du Consommateurs au Maroc.

L'enquête sur le « **Made in Morocco** » rentre dans le cadre de la politique du gouvernement qui s'est engagé dans son programme pour la période 2021-2026, à promouvoir la compétitivité nationale et à soutenir la compétitivité du label « **Made in Morocco** ».

But : La perception du consommateur marocain par rapport au label « Made in Morocco » afin d'appréhender les facteurs comportementaux qui interviennent dans le choix des produits de consommation, comprendre le comportement du consommateur face aux produits marocains et son niveau d'information et faire une évaluation de l'impact de consommer marocain sur la relance économique afin de dégager des recommandations pour la promotion des produits marocains.

Méthode

Date de l'enquête : elle a été réalisée du 25 Décembre 2021 au 31 Janvier 2022

Méthodes :

- **Méthode d'étude qualitative** qui consiste à interroger un nombre réduit de personnes (entre 5 et 8) en focus groupe pour mieux comprendre les motivations et freins à l'achat d'un produit ou d'un service « Made in Morocco ».
- **Méthodes d'étude quantitatives** qui consiste à interroger un nombre important de personnes jusqu'à 3000 (1500 en ligne et 1500 en face à face) pour faire une enquête représentative de la population nationale et pour être dans des précisions acceptables.

Résultats attendus :

- Une compréhension qualitative et quantitative du comportement du consommateur vis-à-vis des produits marocains ;
- La mesure du degré de confiance envers le label « Made in Morocco » -Fabriqué au Maroc -;
- Le dégagement des recommandations pour la promotion des produits marocains.

QUESTIONNAIRE

- Le genre
- L'âge
- La région
- Niveau d'instruction
- Fonction
- Classe sociale
- Lecture de l'étiquetage
- Degrés d'importance des éléments de l'étiquetage

La composition					
Mode opératoire					
Le poids du produit					
Le mode de conservation					
La date de péremption					
L'origine du produit					

- Les critères de choix des produits lors des achats

La qualité du produit					
Le prix du produit					
La marque					
L'origine du produit					
La durée de vie					
Son impact sur l'environnement					

QUESTIONNAIRE

Lors de vos achats vous préférez :

- Le moins cher
- Rapport qualité /Prix

Lors de l'achat d'un produit, son origine géographique constitue

- Un critère important
- Un critère peu important
- Un critère sans importance

Est-ce que vous faites confiance aux produits marocains?

- Jamais
- Parfois
- Toujours

Est-ce que vous consommez des produits fabriqués au Maroc ?

- Non
- Oui
- Parfois

Pour quelles raisons vous consommez des produits marocains ?

- Pour le prix
- Pour la qualité
- Pour contribuer à l'économie marocaine

Seriez-vous prêt à payer plus cher pour des produits fabriqués au Maroc ?

- Oui, de 5 à 10% plus cher
- Oui, jusqu'à 5% plus cher
- Non

Pour vous, un label Made in Morocco

- Est utile dans votre choix
- Est inutile dans votre choix
- Parfois

QUESTIONNAIRE

Pour quel type de produit privilégiez-vous le Made in Morocco ?

Alimentaire		
Automobile		
Textile		
Ménager/électroménager		
Electricité/électronique		

Pour quelles raisons vous ne consommez pas de produits marocains ?

- Pour le prix
- Pour la qualité
- Pour l'emballage
- Manque de confiance

Qu'est-ce que vous exigez pour consommer les produits marocains ?

Améliorer la qualité		
Diminuer le prix		
Avoir un bon rapport qualité Prix		
Plus d'information sur le produit		

Quand vous achetez un produit, privilégiez-vous :

- Un produit fabriqué au Maroc
- Un produit fabriqué à l'étranger
- Vous êtes indifférent au pays de fabrication

Quels sont les deux critères qui influencent le plus vos achats ?

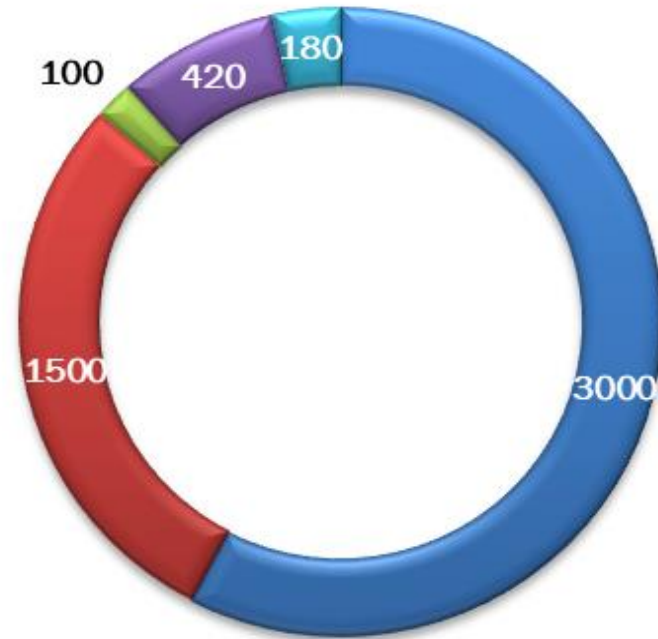
- La qualité
- La marque
- Le rapport qualité prix
- Le pays de fabrication
- Le Prix

Comparé aux produits étrangers, les produits Marocains sont :

- Plus chers
- Prix équivalent
- Moins chers

Echantillon

7

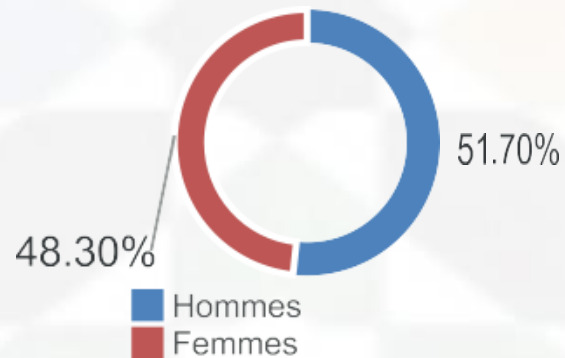


■ Face à face ■ En ligne ■ Focus groupe ■ sans reponse ■ Eliminé

Caractéristiques de l'échantillon

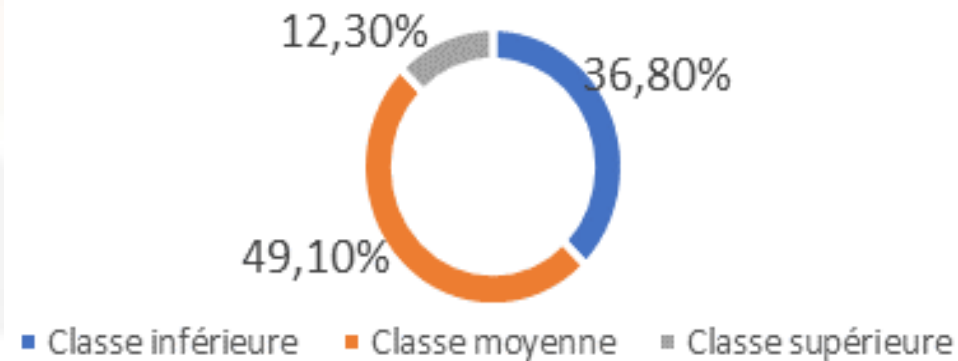
Genre

- 51.7% d'hommes
- 48.3% de femmes.



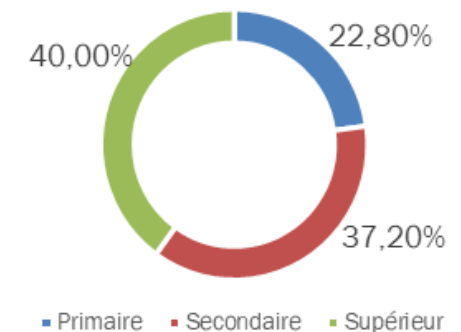
Classe sociale

- 38.6% estiment leurs revenus très bas ou bas
- 49.1% l'estiment moyen
- 12.3% l'estiment haut.



Niveau d'instruction

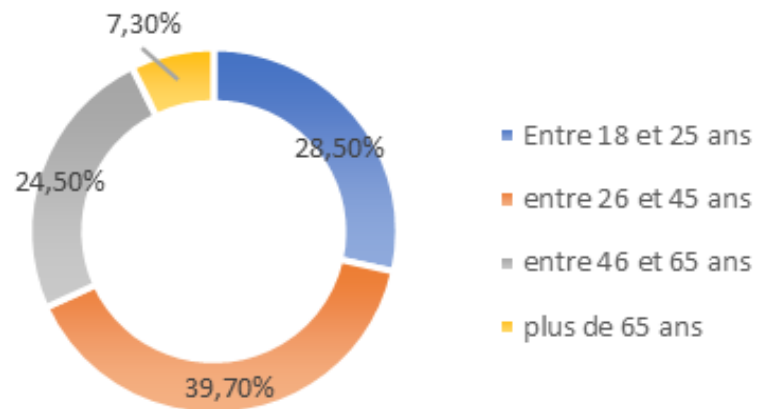
- 22,8 % ont le niveau primaire
- 37,2% ont le niveau secondaire
- 40% ont le niveau supérieur.



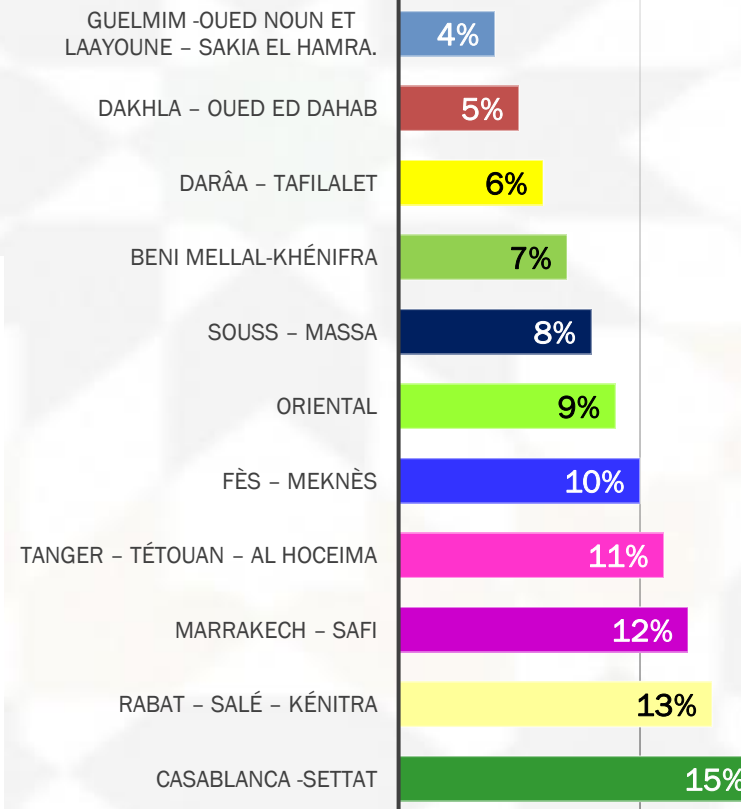
Caractéristiques de l'échantillon

Tranche d'âge

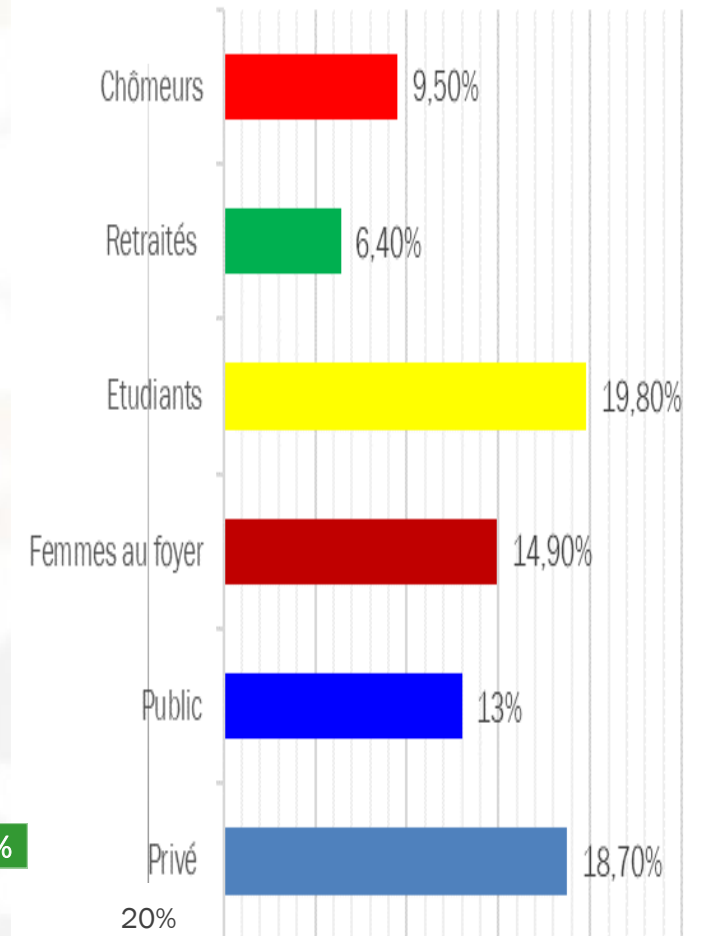
- 28,5% ont entre 18 et 25 ans
- 39,7% ont entre 26 et 45 ans
- 24,5% ont entre 46 et 65 ans
- 7,3% ont plus de 65 ans



Répartition géographique

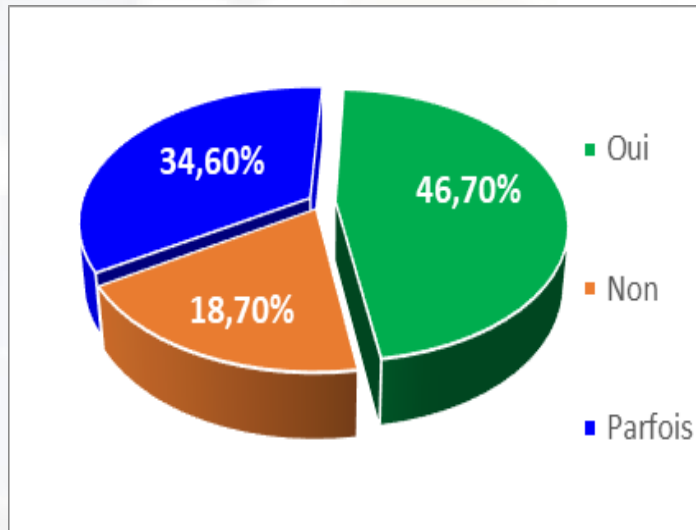


Répartition par fonction



Résultats et Analyse

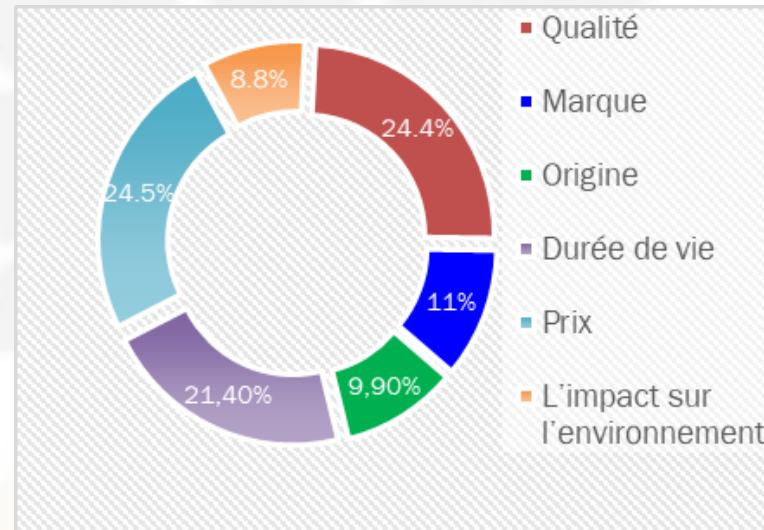
Lecture de l'étiquetage



Pour les catégories sociales : étudiants, femmes aux foyers et cadres supérieurs, la classe supérieure et moins de 45ans la lecture de l'étiquetage est essentielle lors du choix des produits lors de l'acte d'achat.

Les consommateurs dont le niveau d'étude est le primaire ou moins, les chômeurs, les retraités les plus de 45 ans et la classe inférieure en général ne lisent pas l'étiquetage.

Les critères déterminants pour les choix des produits



Le 1^{er} choix est le prix avec 24,5%

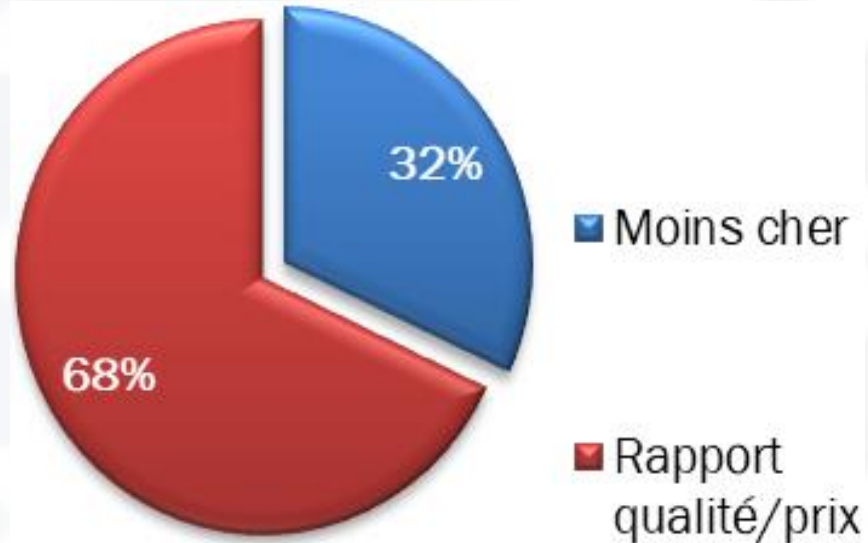
2^{ème} choix est la qualité avec 24,4%

3^{ème} choix est la durée de vie avec 21,4% et

En 4^{ème} choix qui vient le Made In avec 10%

- Pour les catégories sociales éprouvant des contraintes financières (non diplômés, bas revenus, ouvriers et personnes au foyer, moins de 25 ans), le prix constitue un des deux critères principaux lors de l'acte d'achat suivie du critère qualité
- Les diplômés, les hauts revenus et les cadres sont relativement sensibles au « rapport qualité-prix » et à « la marque et l'impact sur l'environnement ». Ces catégories plus aisées sont prêtes à payer plus cher lorsque la qualité est au rendez-vous. On remarquera en revanche qu'ils ne considèrent pas plus que les autres « le pays de fabrication » comme un critère essentiel lors de l'acte d'achat.
- Le pays de fabrication est plus souvent cité par les séniors plus de 45 ans (61% d'entre eux le considèrent comme un de leurs deux critères principaux, contre 10% de l'ensemble de la population).

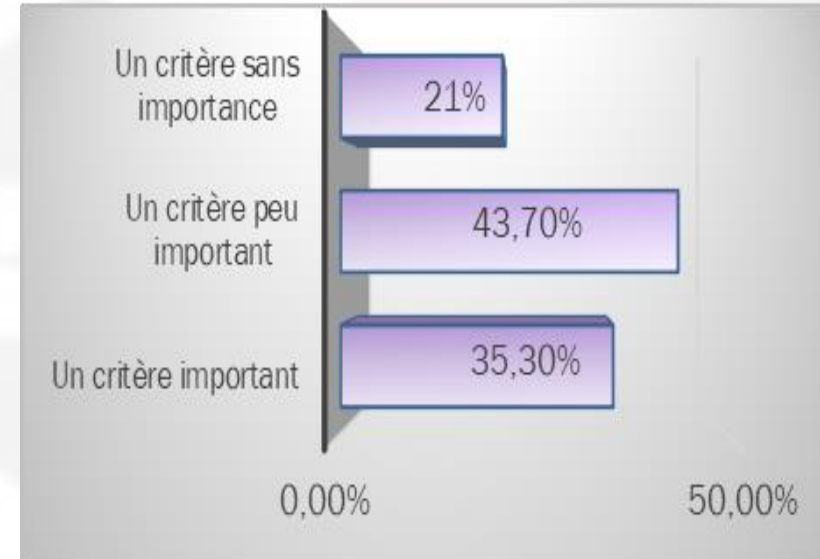
Place du prix et rapport qualité prix dans le choix des produits ?



Pour les catégories sociales éprouvant des contraintes financières (non diplômés, bas revenus, ouvriers et personnes au foyer, moins de 25 ans), le critère « moins cher » constitue le critère principal lors des achats.

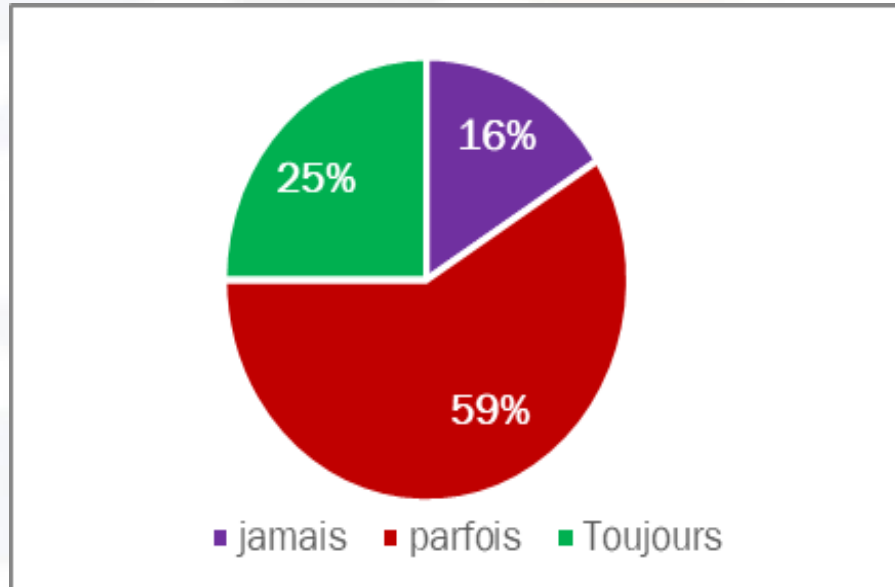
Les diplômés, les hauts revenus et les cadres sont relativement sensibles au « rapport qualité-prix ». Ces catégories plus aisées sont prêtes à payer plus cher lorsque la qualité est au rendez-vous.

Place de l'origine du produit dans le choix des produits



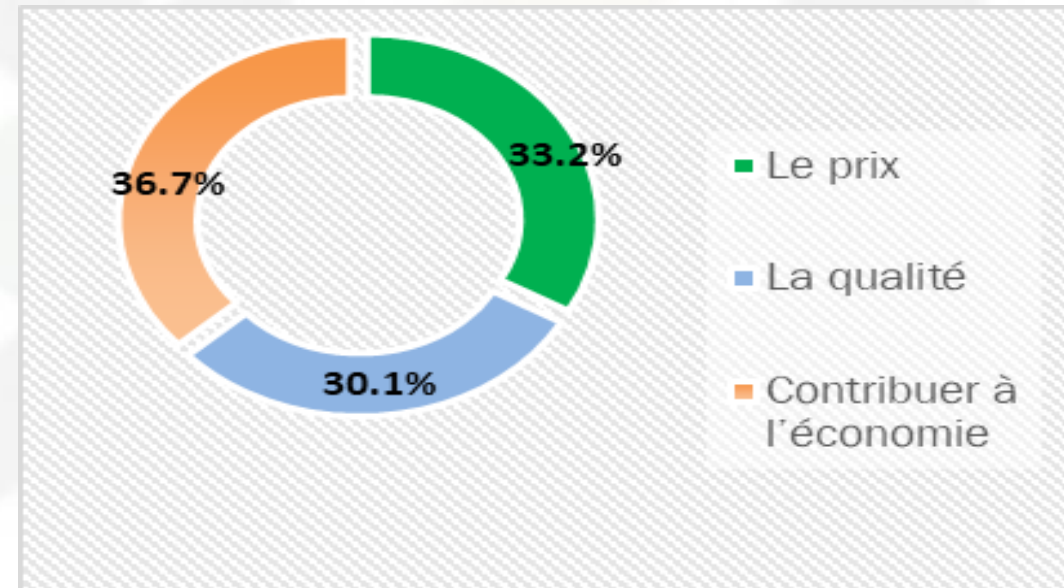
L'origine du produit se trouve déterminant chez les jeunes de moins de 45 ans et ceux de plus de 65 ans, les étudiants, la classe supérieure, les diplômés et les cadres avec 67% contre 33% chez les chômeurs, les étudiants, la classe inférieure et ceux dont le niveau d'instruction ne dépasse pas le primaire qui voient que l'origine n'a aucune importance dans le choix des produits c'est plutôt la qualité, le prix la marque,

Est-ce que les marocains font confiance aux produits marocains ?



Un sur quatre des consommateurs sondés font confiance aux produits marocains et plus un sur 2 qui ne rejette pas complètement les produits d'origine marocains contre uniquement 16 % qui ne font jamais confiance aux produits marocains

Pourquoi les marocains consomment les produits locaux ?

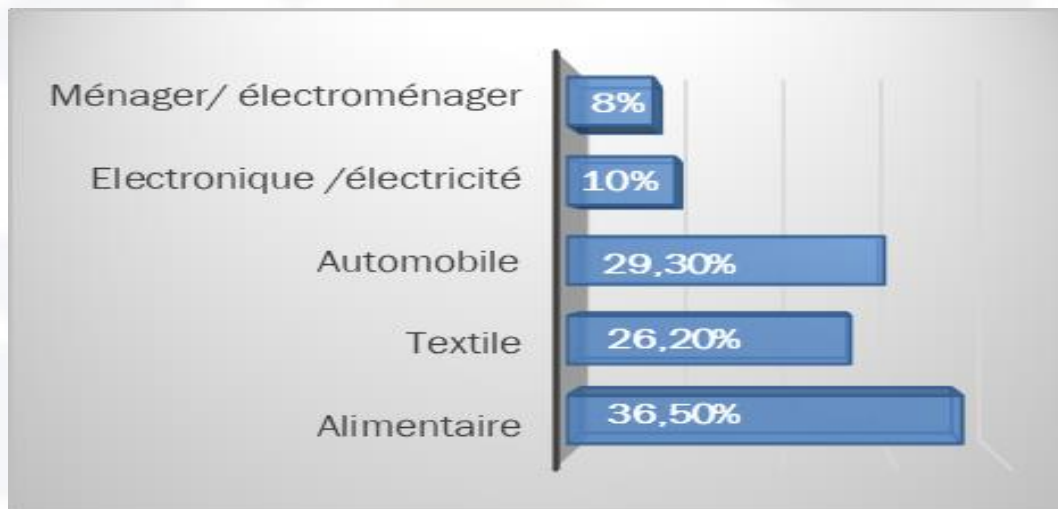


Pour les catégories sociales éprouvant des contraintes financières (non diplômés, bas revenus, les chômeurs et les jeunes de moins de 45 ans le prix constitue un critère déterminant lors de l'acte d'achat.

La classe supérieure, les cadres, les étudiants et les retraités sont relativement sensibles à la qualité du produit, mais aussi à la contribution à l'économie marocaine.

En générale quel que soit l'âge, le niveau d'instruction ou la classe sociale les sondés mettent au même pied d'égalité les trois critères de sélection à savoir : le prix, la qualité et la contribution à l'économie.

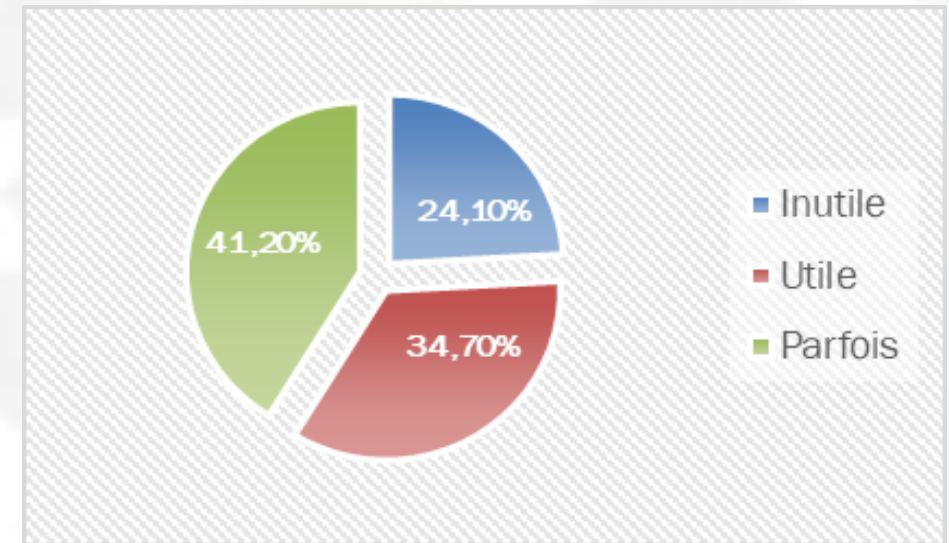
Les secteurs pour lesquels les marocains préfèrent le made in Morocco



36.5% des sondés citent en premier les produits alimentaires d'origine marocaine. Cela reflète peut-être une forme de fierté pour la qualité des produits gastronomiques marocains comme peut aussi faire l'hypothèse que le coût des produits alimentaires est moindre que les autres produits proposés. Derrière l'alimentation, le second type de produits cités est l'automobile avec 29.3%, puis le textile avec 26.20%

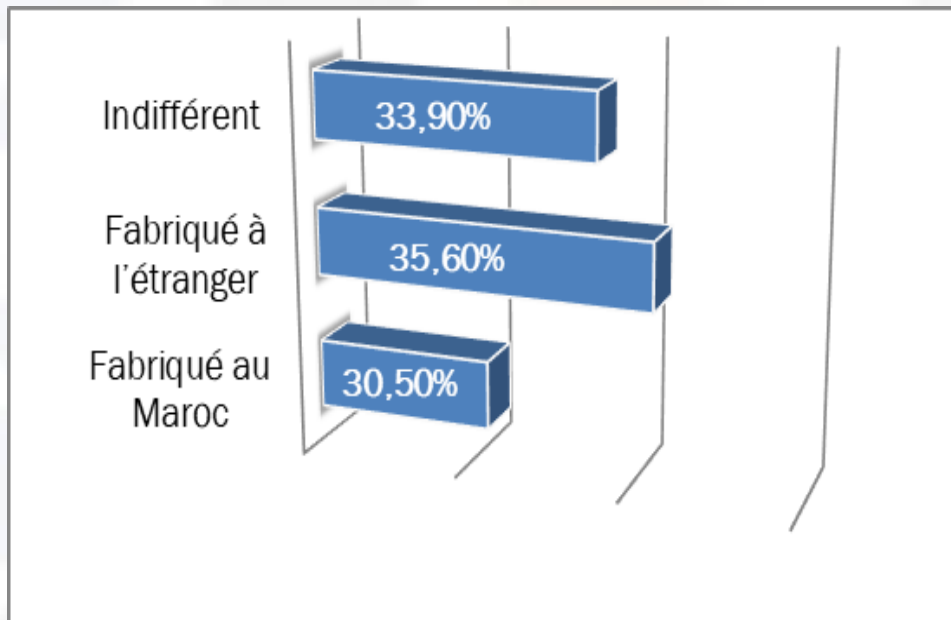
En général pour cette question quel que soit l'âge, le niveau d'instruction ou la classe sociale les sondés préfèrent au même degré l'origine marocaine des produits alimentaires, l'automobile et le textile, et vient de loin tous ce qui est électronique électroménagers ou électrique avec seulement 9% en moyenne.

Importance du label « Made in Morocco » pour le choix des produits



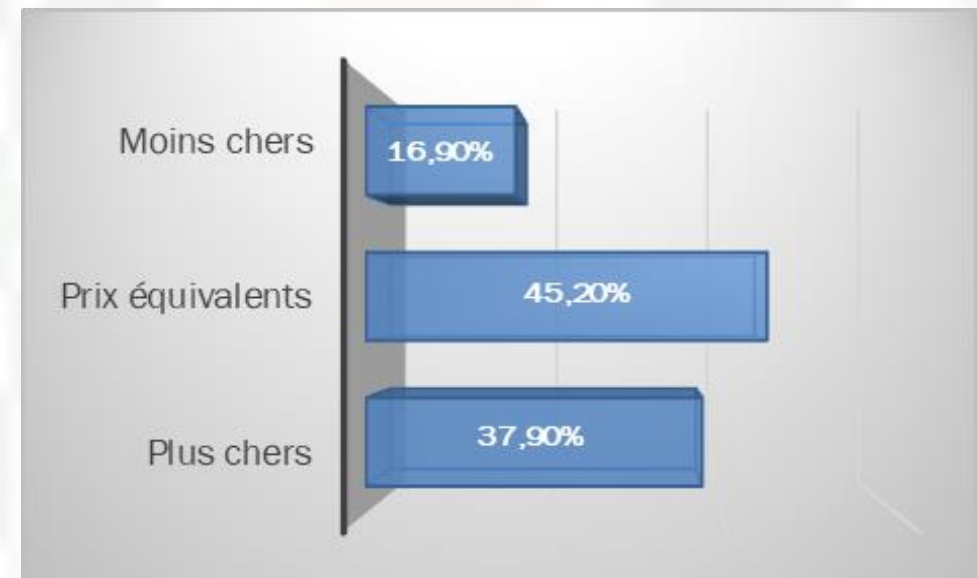
- Les moins de 45 ans, la classe moyenne et supérieure et les étudiants trouvent que le label « Made In Morocco » est utile pour le choix des produits
- Les plus de 46 ans, la catégorie dont le niveau d'instruction ne dépasse pas le primaire, la classe inférieure, les retraités et les chômeurs jugent que le label « Made In Morocco » est inutile pour le choix des produits.
- Les jeunes moins de 25 ans, les fonctionnaires et la catégorie dont le niveau d'instruction est le secondaire jugent que le label « Made In Morocco » est parfois utile.

Préférence entre produits locaux ou étrangers



- les jeunes de moins de 45 ans, la classe supérieure, les étudiants préfèrent les produits étrangers. Tandis que les personnes de plus de 46 ans, les retraités et les chômeurs trouvent que les produits marocains ont des qualités équivalentes à celles des produits étrangers.
- Les plus de 46 ans, la catégorie dont le niveau d'instruction dépasse le primaire, la classe inférieure et moyenne préfèrent les produits locaux.

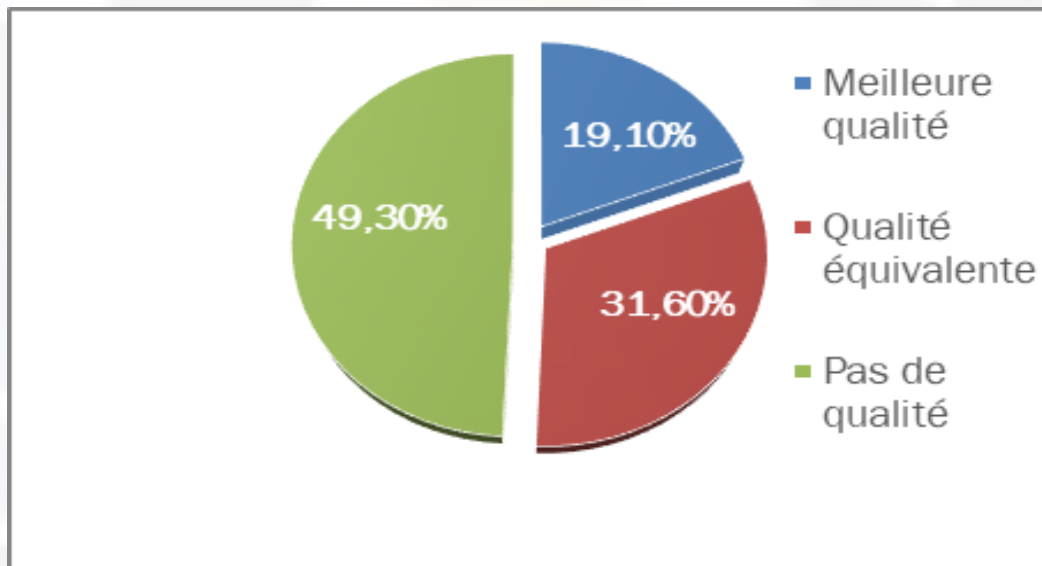
Prix des produits marocains comparé à celui des produits étrangers ?



Pour les catégories sociales éprouvant des contraintes financières (non diplômés, bas revenus, les chômeurs, les retraités et les jeunes de moins de 45 ans jugent que les prix des produits marocains sont plus chers ou équivalents aux prix des produits étrangers.

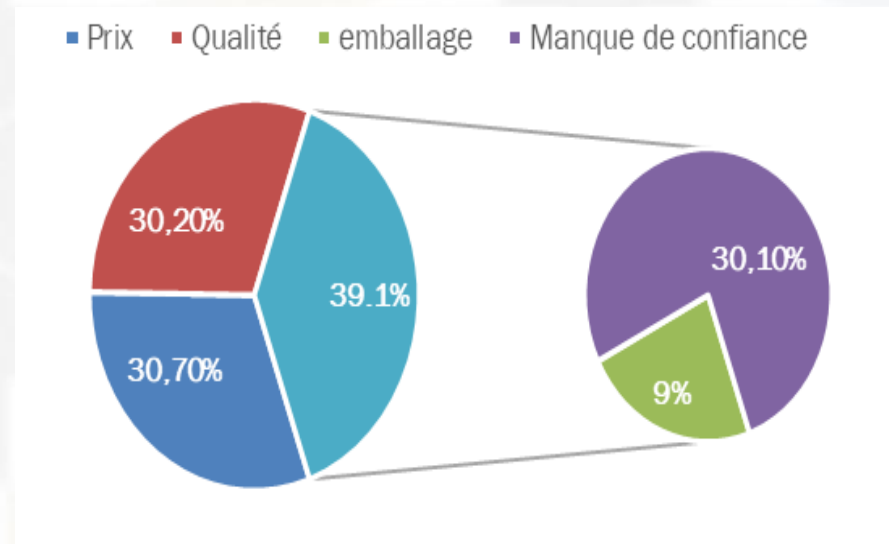
La classe supérieure, les cadres, les retraités et les plus de 46 ans trouve que les prix des produits locaux sont moins chers que les autres produits à l'exception des produits chinois.

Qualité des produits Marocains comparée à celles des produits étrangers

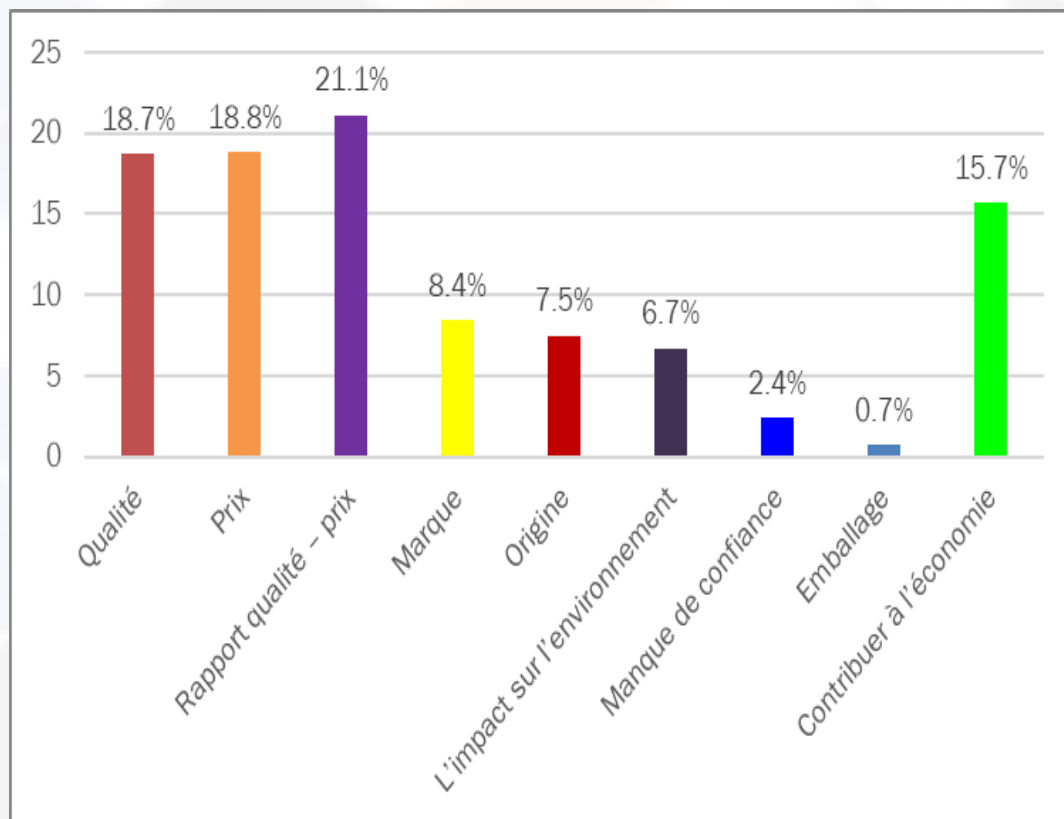


- Les femmes, les célibataires, les moins de 45 ans, les retraités et les chômeurs trouvent que les produits marocains ont des qualités équivalentes à celles des produits étrangers.
- Les plus de 46 ans, la catégorie dont le niveau d’instruction ne dépasse pas le primaire, la classe inférieure et moyenne jugent que les produits marocains sont de meilleures qualités.
- Les cadres, la classe supérieure, les fonctionnaires et les étudiants jugent que les produits ont une qualité inférieure que celle des produits étrangers.

Pourquoi on ne préfère pas les produits locaux



39.1 % de la population qui refuse la consommation des produits marocains ne font pas confiance aux produits marocains alors que 60.9 % rendent ce refus soit à la qualité avec 30.2 % soit au prix du produit avec 30,7 % des produits.



- L'attention des consommateurs marocains, au moins ceux interrogés par l'étude, demeure plus concentrée sur d'autres critères tels que la qualité (18.7%), le prix (18.8%), rapport qualité-prix (21.1%). Ces critères dépassent de loin celui l'origine du produit (7.5%), l'impact sur l'environnement (6.7%) et la marque avec (8.4%). Pourtant, selon l'étude, il n'en apparaît pas moins que le « Made In » reste un levier important sur lequel il est possible de bâtir un attachement aux produits locaux chez les Marocains puisqu'il est considéré comme une garantie de la qualité de ces produits.
- Les Marocains sont prêts à consommer local et réduire la part de l'importé dans leur panier et par conséquent contribuer au développement de l'entreprise locale et au développement économique du pays, à condition que le produit soit dans un rapport qualité/prix acceptable.
- Concernant la réponse à la question sur la confiance aux produits ; elle en ressort que 62.6% des personnes sondées se sont déclarées confiantes vis-à-vis des produits fabriqués au Maroc, dont 21% se disent très confiantes.
- Le consommateur marocain est prédisposé à consommer « marocain » à condition que la marque arrive à appréhender l'équation basée sur les paramètres du prix, la qualité et la confiance ».

Problème de reconnaître l'origine des produits en magasin, à cause de la multiplicité de logos et labels. Le label « Made In Morocco » créé en 2011 a pour objectif de pallier ce problème, mais il n'a peut-être pas encore acquis la notoriété suffisante pour qu'une majorité de consommateurs le reconnaissent.

Il semble que les consommateurs marocains sont intéressés par un label distinctif des produits fabriqués au Maroc : 68% jugeraient un tel label utile pour choisir leurs produits ; ce taux atteint 76% parmi les consommateurs qui affichent la volonté de privilégier les produits Made in Morocco. L'intérêt est plus fort que pour un label environnemental par exemple.

Notons enfin que ce sondage démontre avec force que le concept de label local constitue un levier très important à construire et à inculquer dans la mentalité et la culture du consommateur marocain à travers les médias, la communication et le renforcement du rôle des associations de défense du consommateur.

- L'adoption d'un protectionnisme réglementaire et stratégique en effet le gouvernement s'attachera à promouvoir le "patriotisme économique" qui consiste tout d'abord à protéger les capacités de production du pays, et vise en fin de compte à préserver les emplois existants et à en créer
- La promotion du label "Made in Morocco", il doit constituer le moteur de la politique économique du gouvernement en matière de marchés publics en recourant, chaque fois que nécessaire, à la préférence nationale, et en améliorant l'accès des très petites, petites et moyennes entreprises aux commandes publiques.
- L'urgence de la révision de la politique de libre-échange pour permettre un rééquilibrage de la concurrence sur le marché national et en rendant les marques marocaines plus compétitives.
- La priorisation des secteurs dont les matières premières et le savoir-faire sont disponibles localement, notamment l'agro-industrie, la pêche, le cuir, les produits pharmaceutiques... Nous rappelons qu'« aujourd'hui, moins de 10% de nos produits agricoles sont transformés, nous exportons des fruits et nous importons les jus de fruits».
- La limitation de l'exportation des produits à l'état brut et encourageant la transformation qui permet de remonter la chaîne de valorisation il est à noter que notre pays dispose d'un savoir-faire incontestable dans l'industrie du cuir (la maroquinerie) dont il ne profite pas, en exportant ce produit à l'état brut ou en le rejetant dans les décharges comme lors de la fête de Aid Adha.
- La mise en place d'un site internet institutionnel « Le Made in Morocco pour les nuls » : information juridique sur les marquages d'origine et labels, à destination des consommateurs et des entreprises
- L'organisation des Assises de l'art de vivre à la marocaine pour exploiter les synergies entre monde du meuble, des arts de la table et du luxe.
- La constitution d'un guide des bonnes pratiques « Distribution du Made in Morocco »
- Le renforcement du rôle des Associations de défense du consommateur dans le domaine de sensibilisation et plaidoyer pour un consommateur citoyen averti.