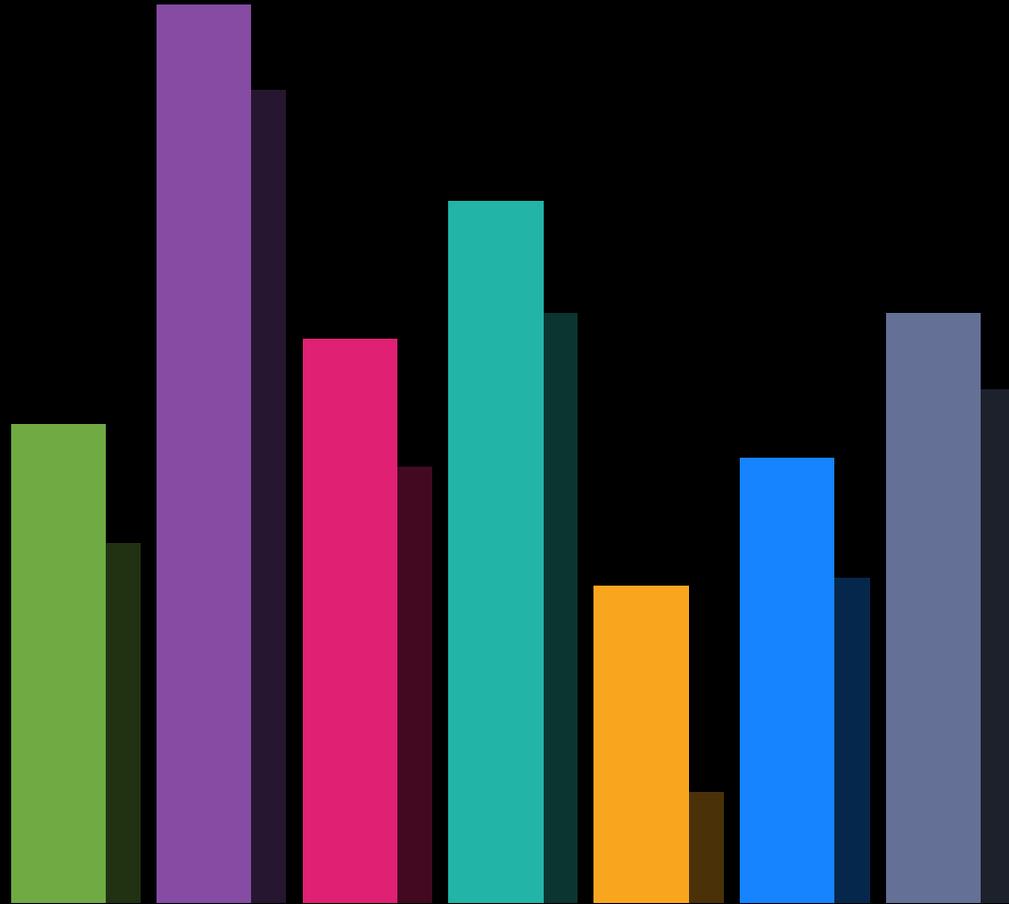


Les

# MARQUES LES PLUS INFLUENTES

au Maroc

# 2025



Les

# MARQUES LES PLUS INFLUENTES

au Maroc

# 2025

- ◆ Les marques jouent un rôle majeur dans nos vies
- ◆ Leur impact est croissant, souvent amplifié par les médias sociaux.
- ◆ Elles façonnent les routines quotidiennes et influencent les communautés et la société
- ◆ Les marques performantes:
  - Sont fondées sur une raison d'être forte
  - Créent des liens émotionnels profonds avec les gens
- ◆ L'étude MIB mesure et analyse les marques les plus influentes d'aujourd'hui
- ◆ Elle explore :
  - Pourquoi les marques performent
  - Leur impact sur les gens
  - Ce qui les rend influentes

# MIB : Une étude d'envergure depuis 2011

Canada  
États-Unis  
Chine  
Colombie  
Suede  
Équateur  
France  
Égypte  
Allemagne  
Hong Kong  
Italie  
Afrique du Sud  
Mexique  
Taiwan  
Thaïlande  
Belgique  
Royaume-Uni  
Arabie saoudite  
Brésil  
Australie  
**Maroc**



# Méthodologie

**1,000** personnes interviewées au Maroc

- Janvier 2025
- **100 marques** évaluées
- **15 secteurs**



# 15 secteurs étudiés au Maroc

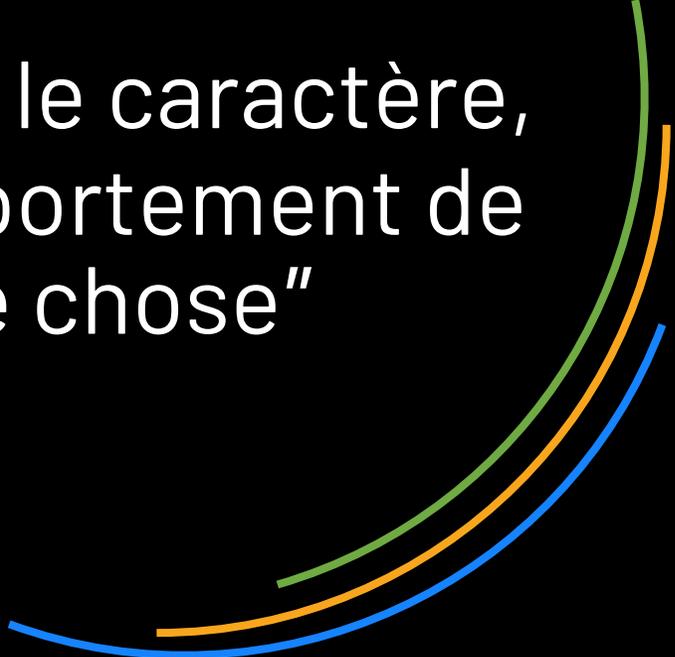
 Compagnies aériennes	 Banking & Finance	 Tech	 Vente au détail
 Auto	 Assurance	 Médias sociaux	 CPG (Produits de grande consommation)
 Énergie	 Telecom	 Contenu en ligne	 Restauration rapide
 Chemin de fer	 Services en ligne	 Nourriture & boissons	



# INFLUENCE

“Capacité d’avoir un effet sur le caractère, le développement ou le comportement de quelqu’un ou de quelque chose”

– Oxford



# Ce que le MIB n'est pas



## Which Consumer Brand Is Most Loved Around the World?

March 7, 2025

This article is included in these additional categories:

[Brand Metrics](#) | [Brand-Related](#) | [Top Brands](#)

### Top Global Brands in 2024

(by brand health Index score\*, which ranges from -100 to +100)



The Ma Kit

Dr

Lea Fut Per AI-Ma

Dr

## FORTUNE

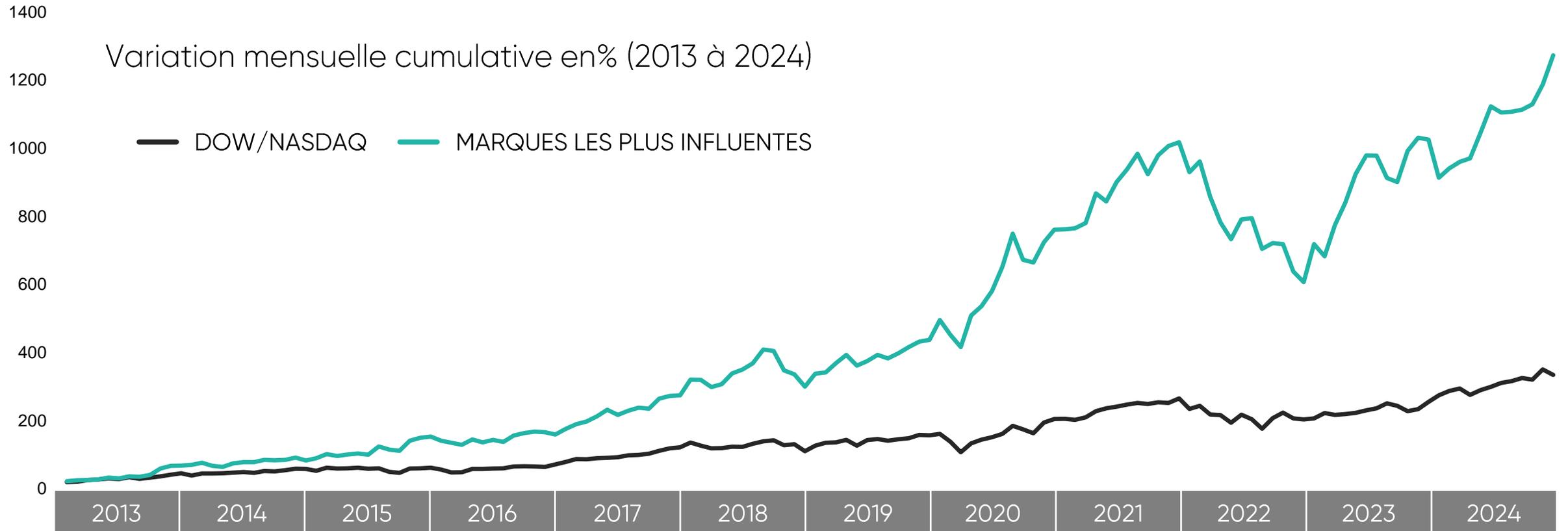
WORLD'S TOP 10 MOST ADMIRED COMPANIES

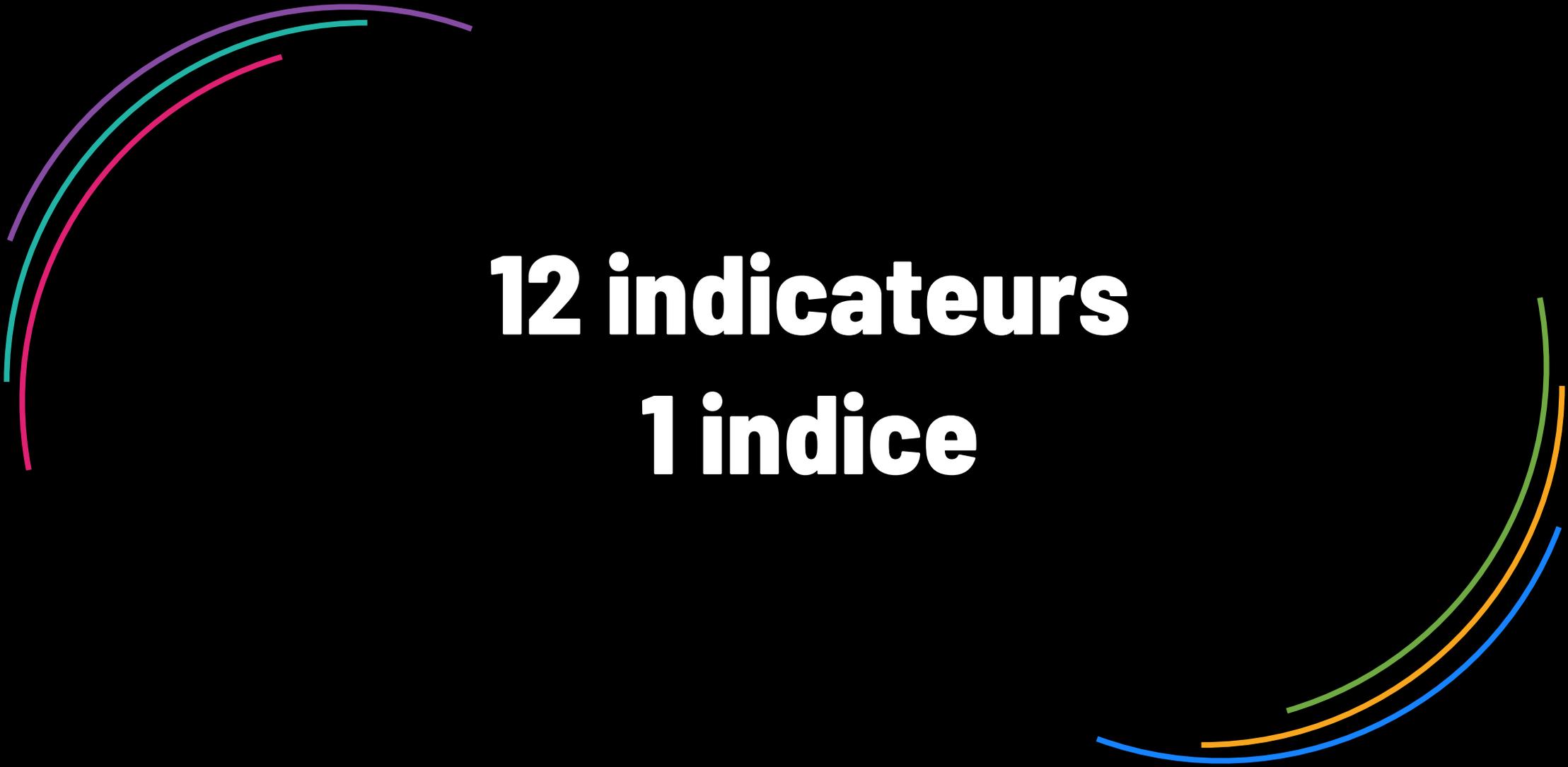
- |                |                       |
|----------------|-----------------------|
| 1. Apple       | 6. Berkshire Hathaway |
| 2. Amazon      | 7. Alphabet           |
| 3. Microsoft   | 8. Starbucks          |
| 4. Pfizer      | 9. Netflix            |
| 5. Walt Disney | 10. JPMorgan Chase    |



**L'influence est  
IMPORTANTE**

# Les marques influentes valent beaucoup plus





**12 indicateurs**  
**1 indice**

# Nous définissons l'influence avec 12 indicateurs clés

## Nature de l'influence

A changé votre façon de faire du shopping

Est fondamentale dans votre vie

A changé ce que vous faites dans la vie quotidienne

Vous a encouragé à faire des choix plus intelligents ou meilleurs

A rendu votre vie plus intéressante

Est vraiment importante dans le monde d'aujourd'hui

A eu un impact sur la façon dont vous interagissez avec les gens

Vous vous identifiez à cette marque

Représente des caractéristiques que vous voulez avoir/refléter

Est pertinente pour votre vie

Vous avez une relation affective avec

Fait partie du langage quotidien (kleenex,...)

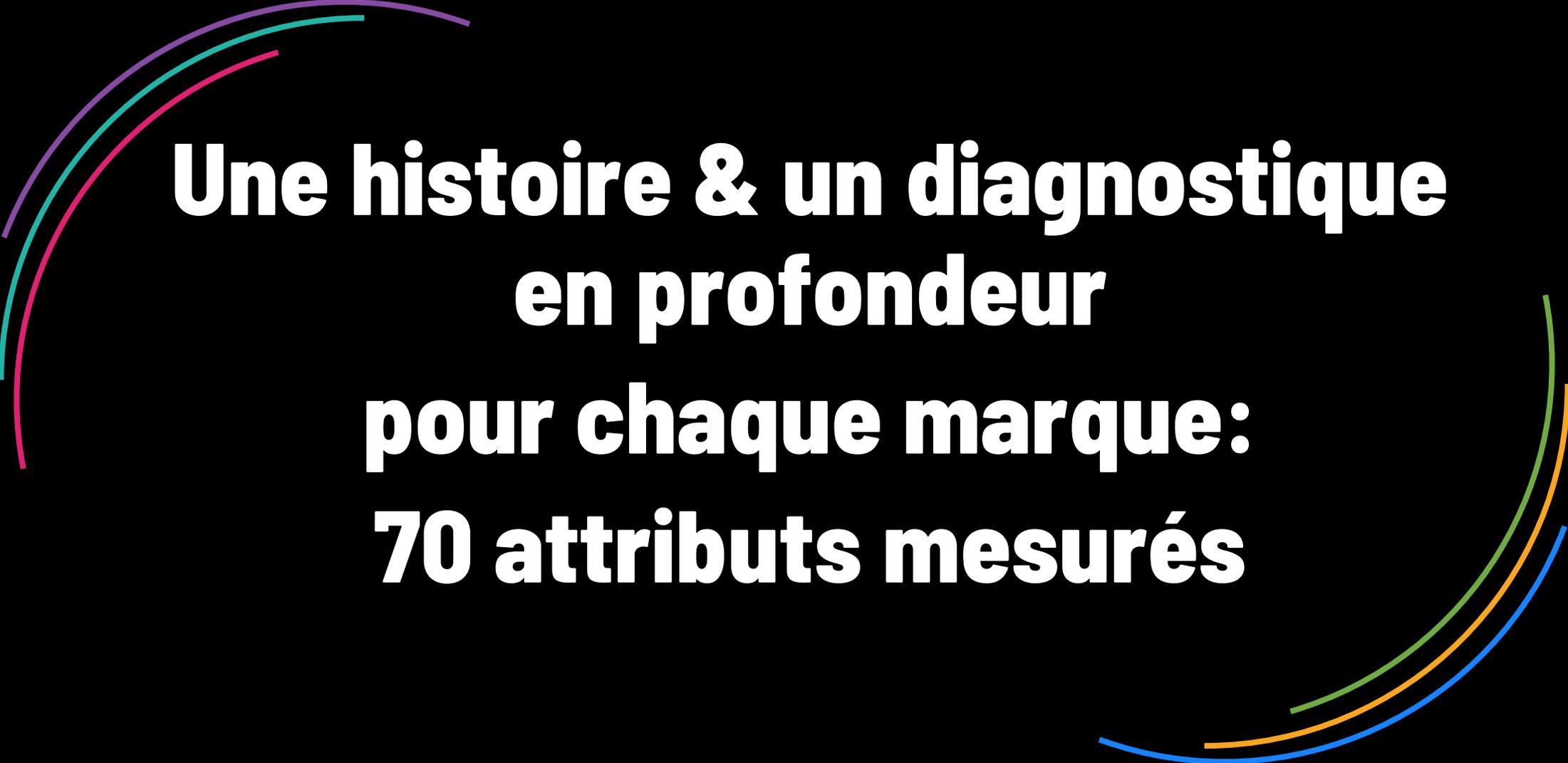
# L'indice d'influence d'Ipsos

L'indice d'influence que nous calculons pour chaque marque est une normalisation du degré d'influence des marques au Maroc, où un indice de 100 représente l'influence d'une marque moyenne, la marque la plus élevée obtenant un score de 264 et le score le plus bas étant de 30.



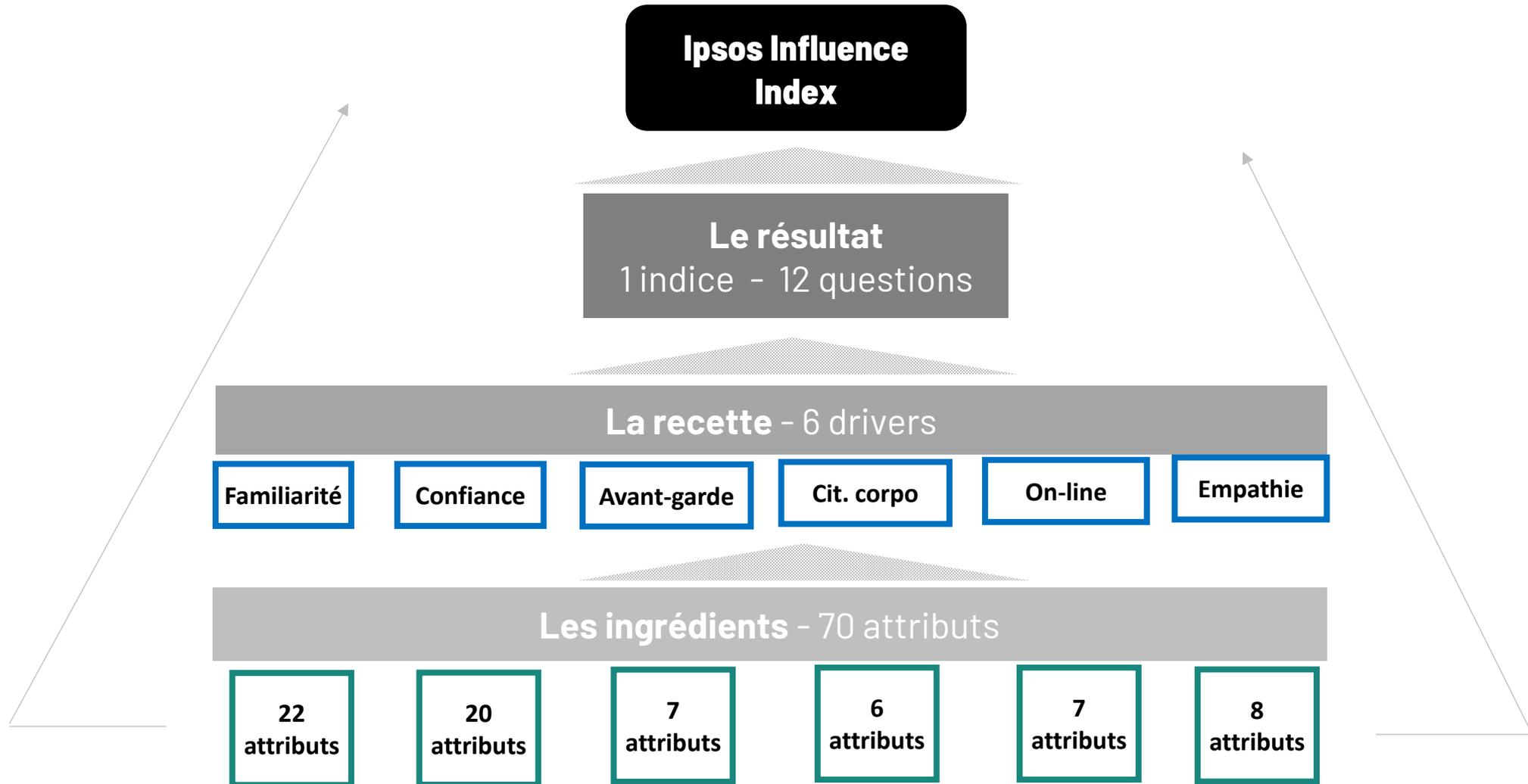
# Nous mesurons ensuite ce qui induit cette influence... en 6 drivers/dimensions





**Une histoire & un diagnostic  
en profondeur  
pour chaque marque:  
70 attributs mesurés**

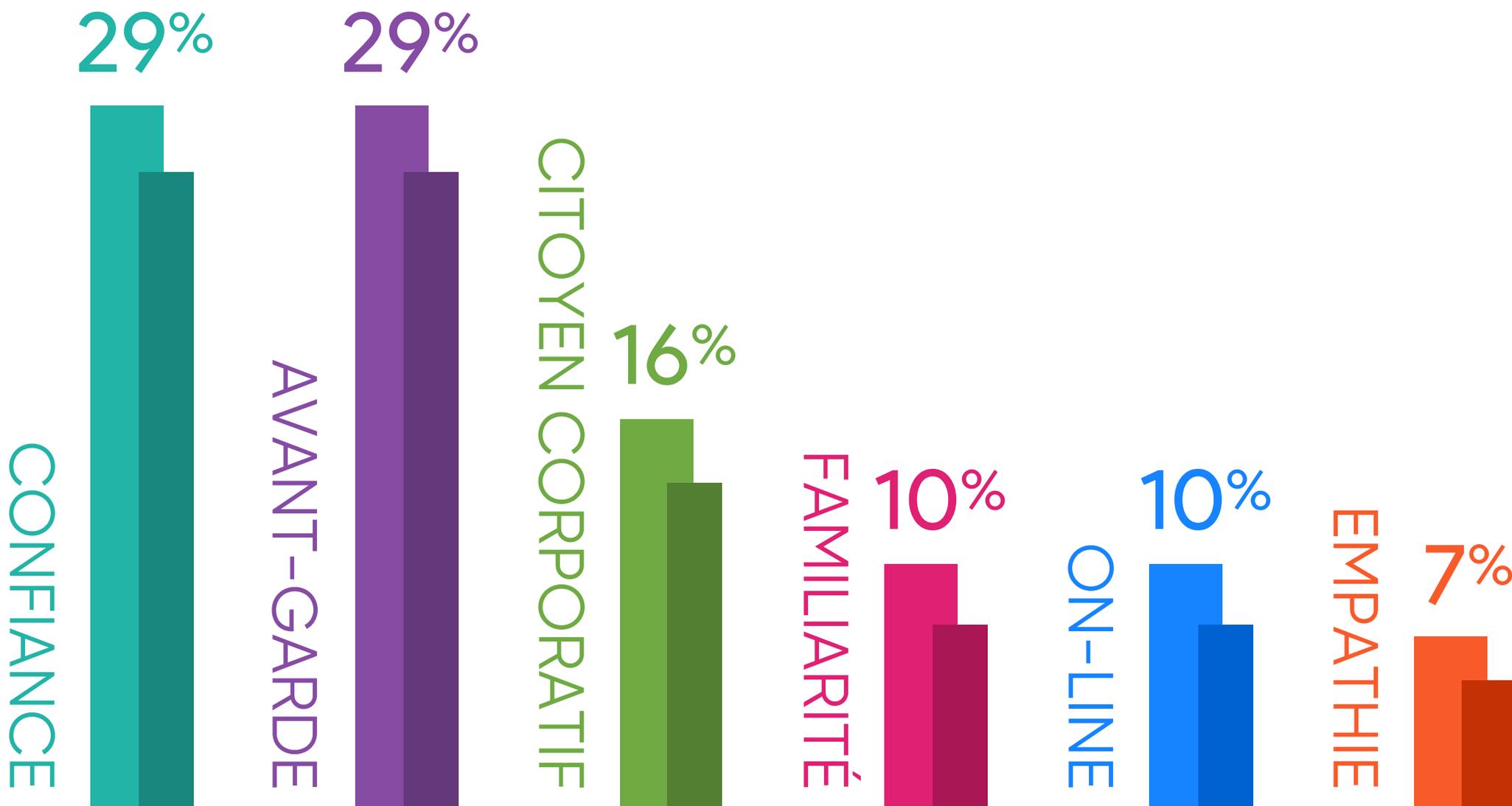
# La recette de l'influence



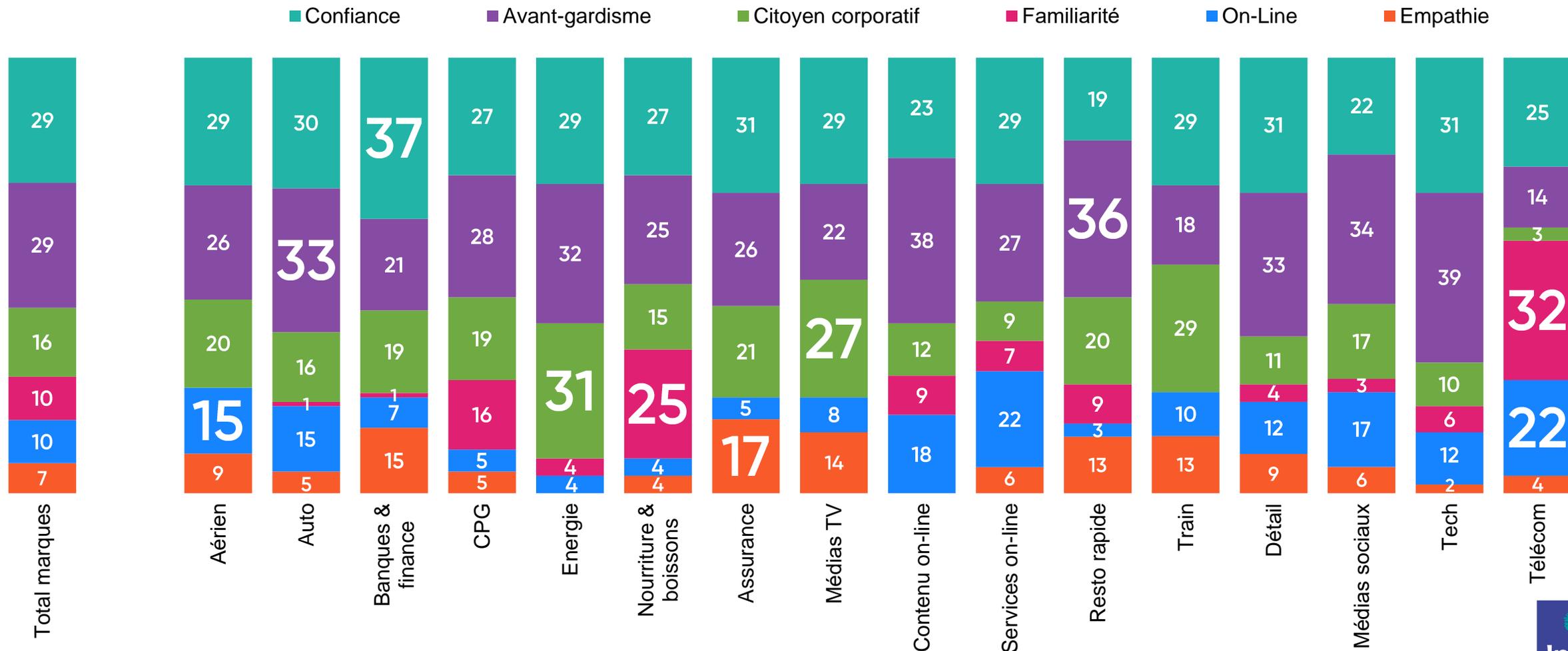
# La recette marocaine

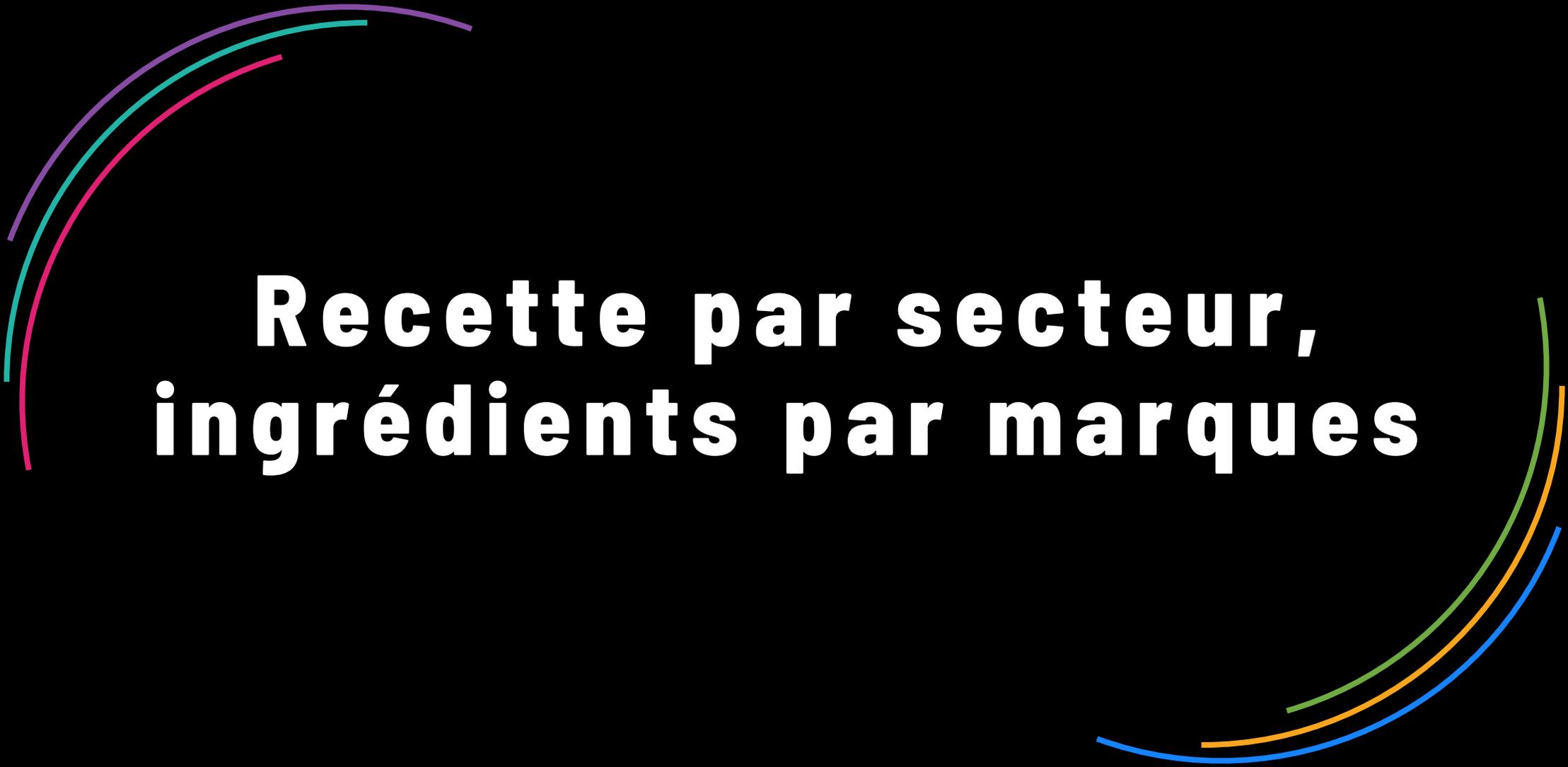
---

# Les moteurs d'influence du marché marocain



# Moteurs d'influence au Maroc - Par secteur





**Recette par secteur,  
ingrédients par marques**

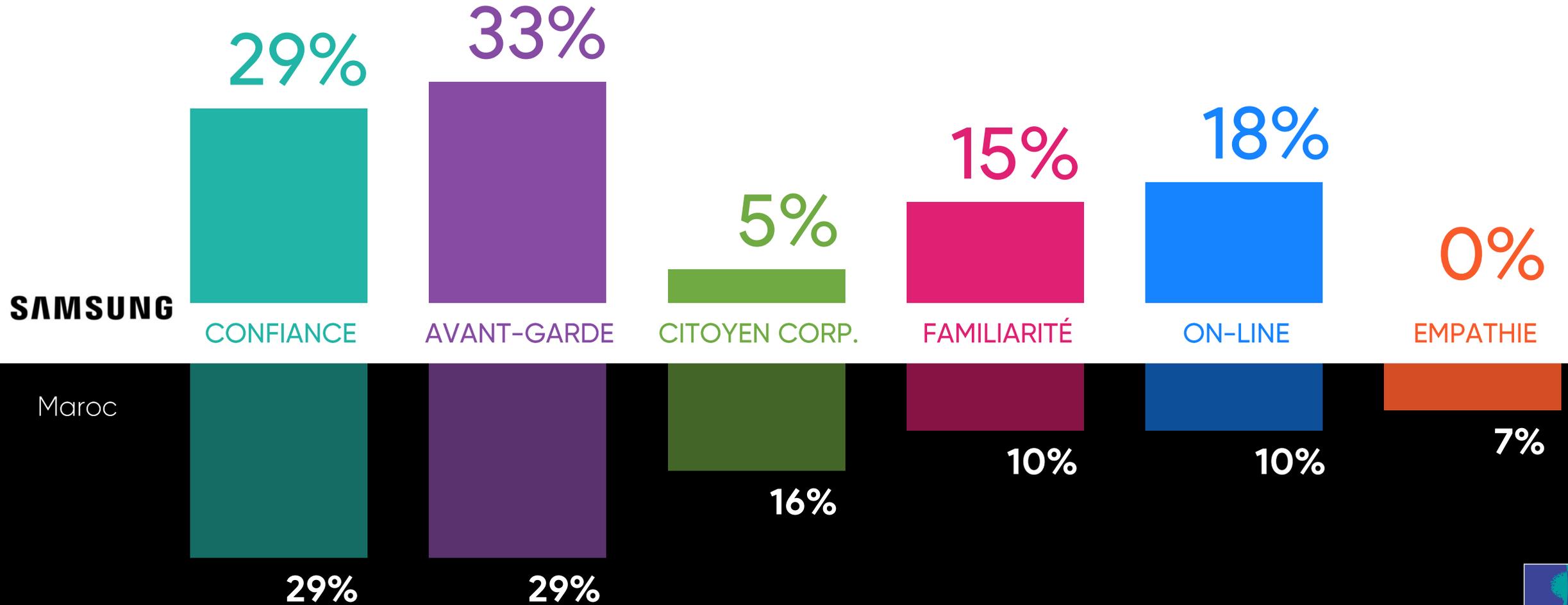
# SAMSUNG

Ipsos Influence  
Index Score

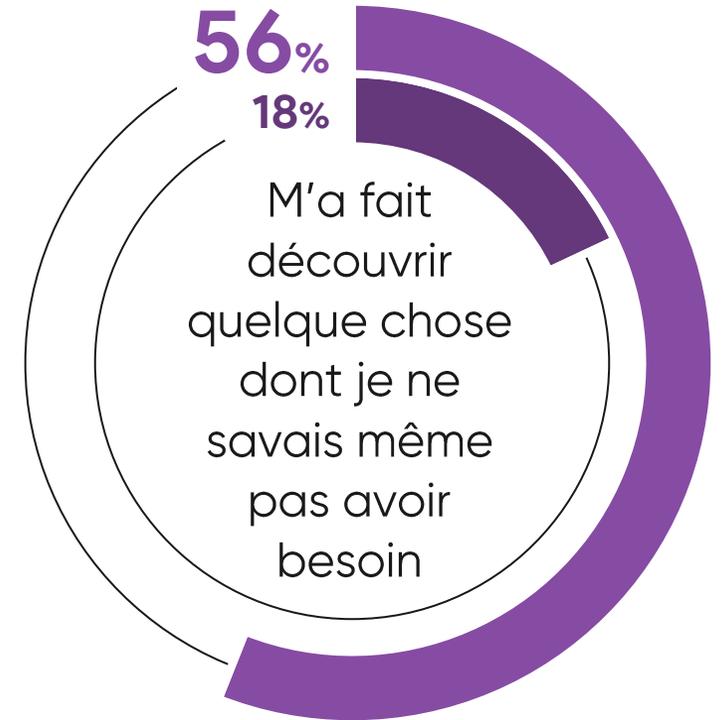
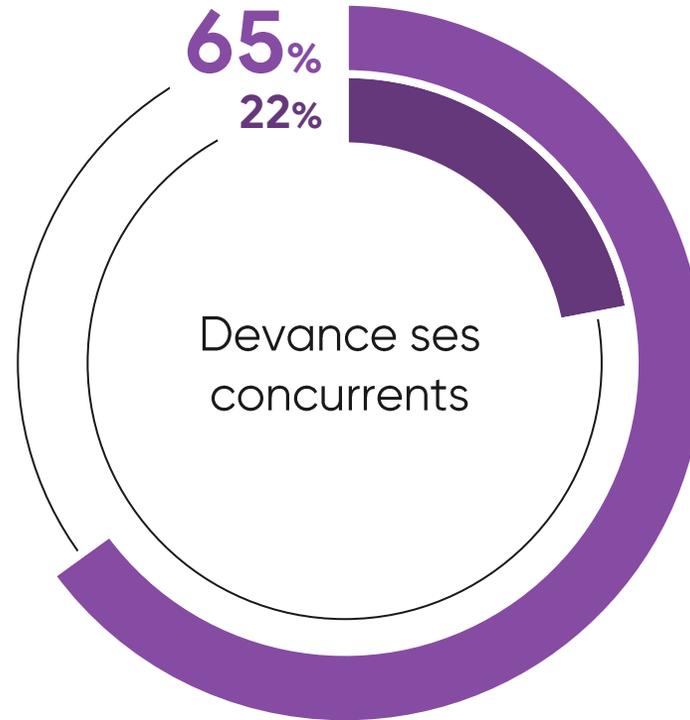
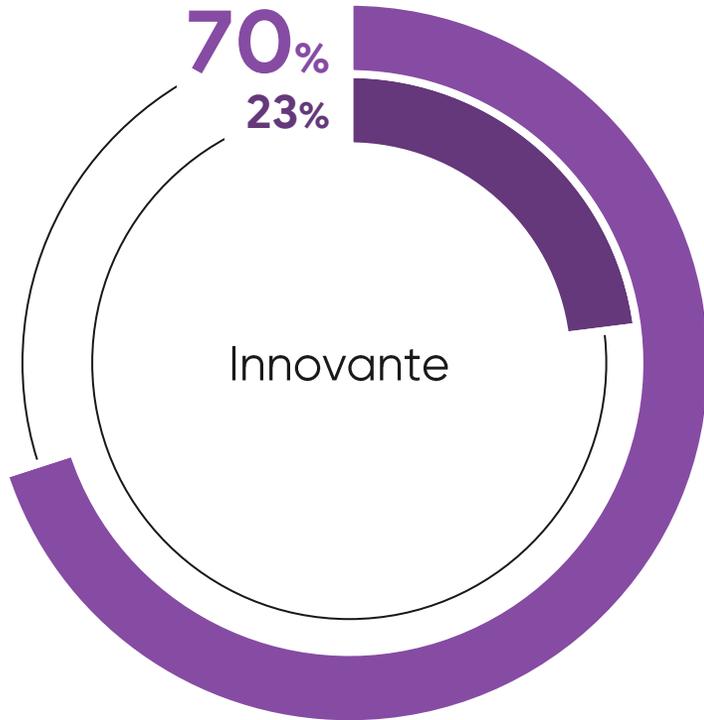
**243**

# SAMSUNG

Ipsos  
influence  
score  
**243**



**SAMSUNG**



**SAMSUNG**

MAROC

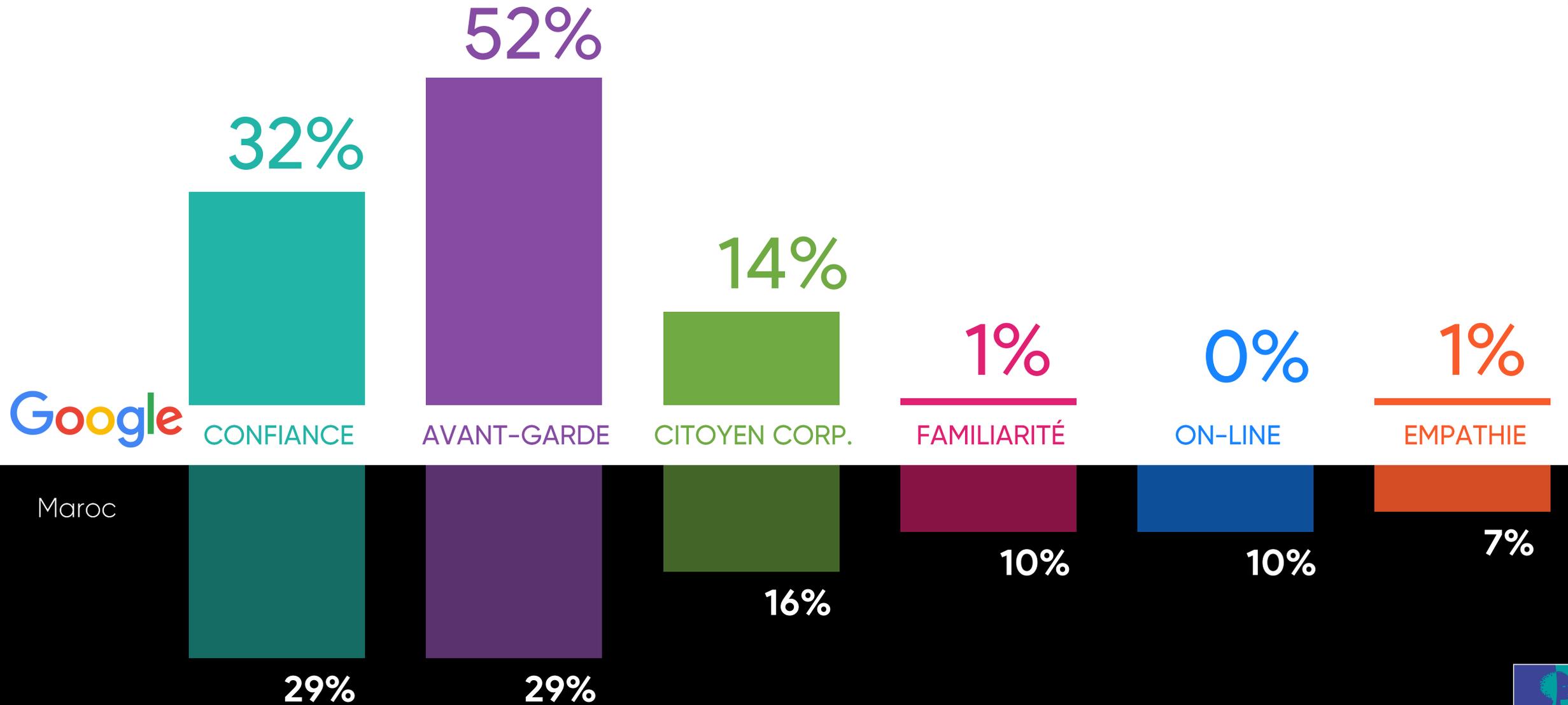
**AVANT-GARDE - Attributs**

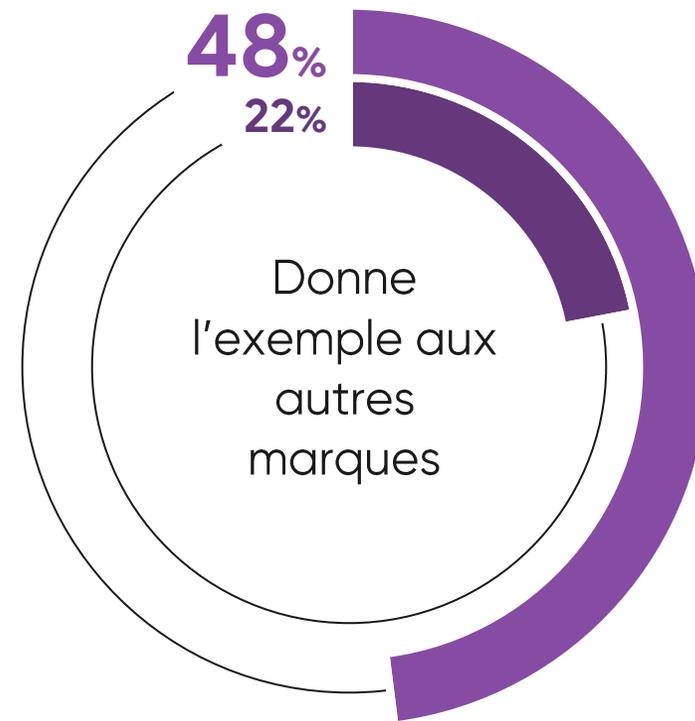
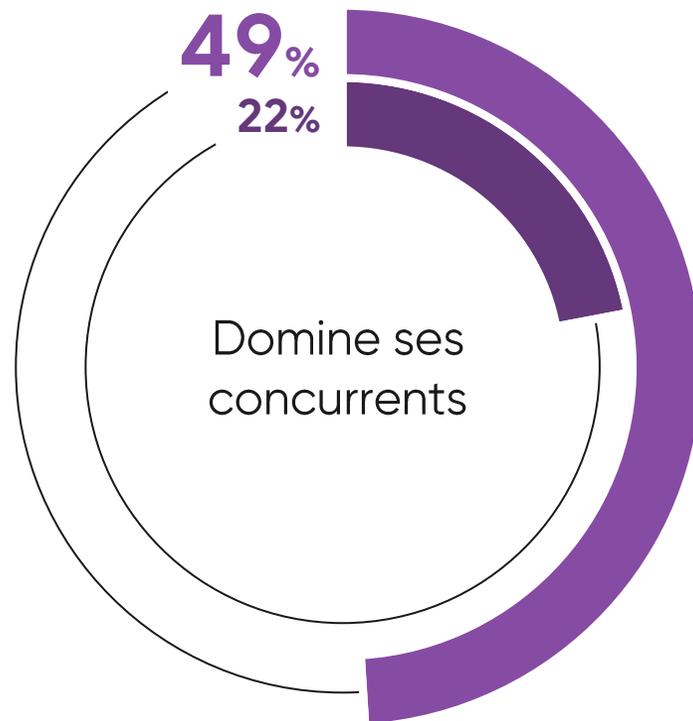
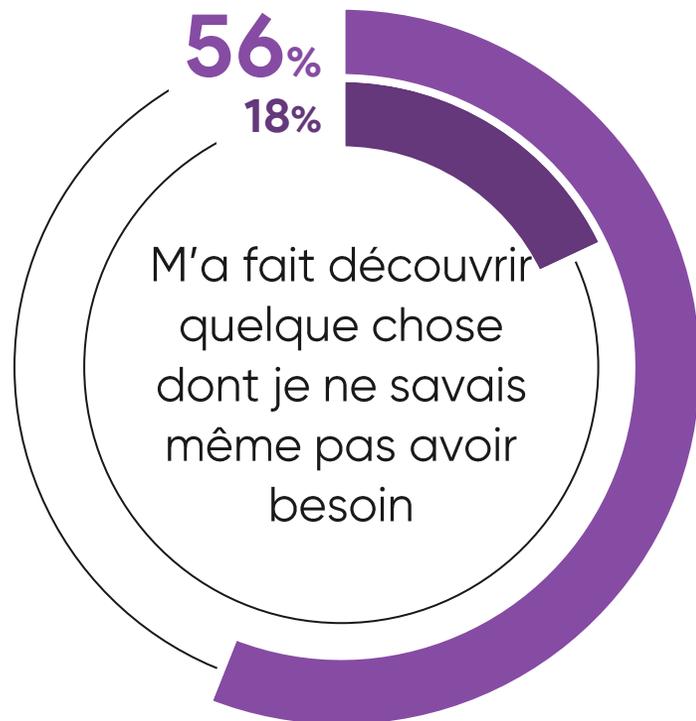


Google

Ipsos Influence  
Index Score

**262**





# Différences socio- démographiques

---

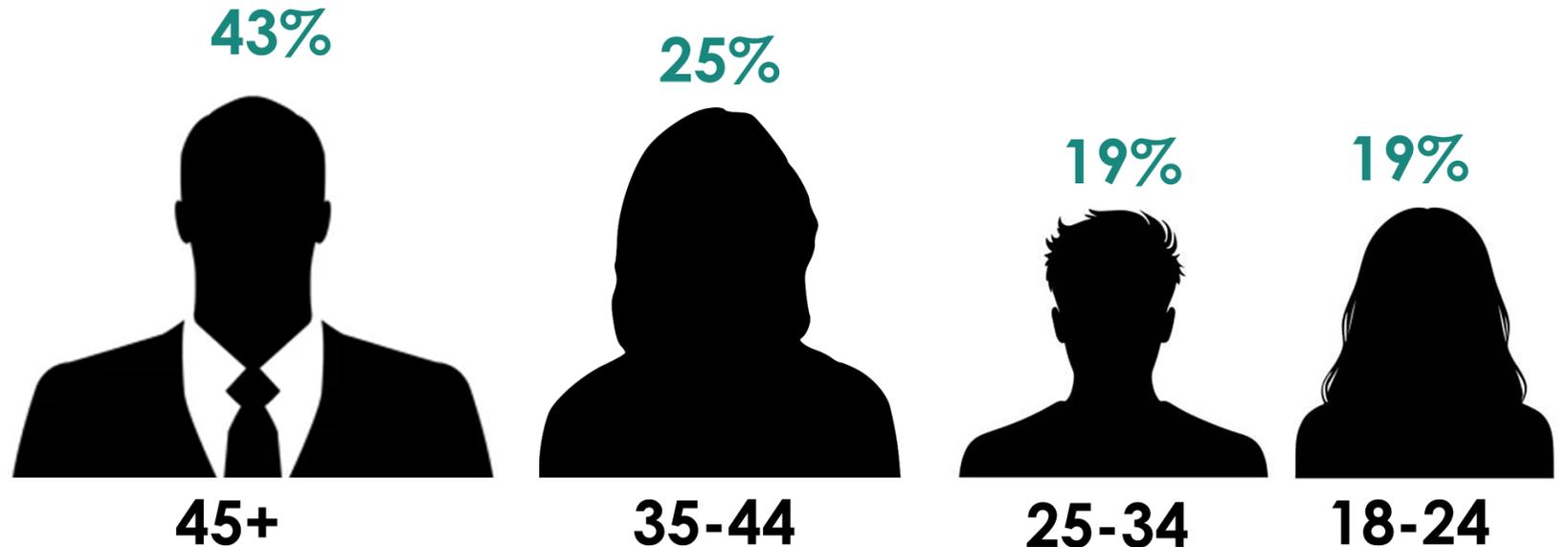


L'influence d'une marque ne se joue pas de la même manière selon le genre ou la génération. Comprendre les écarts de perception permet d'identifier des opportunités de ciblage, de communication ou de positionnement.

Certaines marques résonnent davantage chez les jeunes adultes, quand d'autres génèrent une forte adhésion chez les femmes ou les 45 ans et plus. Ces résultats invitent à creuser les leviers spécifiques qui résonnent avec chaque segment.

# Influencer les générations

L'influence de Microsoft varie significativement selon les générations. La marque résonne particulièrement auprès des +40 ans, tandis que les plus jeunes montrent un intérêt moindre (19%). Adapter la communication aux spécificités de chaque génération est crucial.



# Influencer les femmes

Certaines marques réussissent à créer une influence plus marquée auprès des femmes. Ces écarts invitent à interroger les leviers qui résonnent davantage avec ce public

L'ORÉAL

23%



8%



# Influencer les hommes

À l'inverse, d'autres marques semblent davantage influencer les hommes.  
Une donnée utile pour affiner les approches marketing selon les publics cibles.



26%



16%



# Conclusions

---

# A retenir de cette première édition

**L'influence d'une  
marque est une  
combinaison de  
plusieurs  
indicateurs**

**Les secteurs ont  
leurs recettes, les  
marques s'y  
distinguent par leurs  
« épices »**

**La confiance et  
l'avant-gardisme  
sont des moteurs  
d'influence  
puissants au Maroc**

**La confiance est un  
driver  
incontournable  
entre autres dans le  
secteur financier**

**L'avant-gardisme  
est bien entendu un  
incontournable pour  
les marques  
technologiques ou  
on-line**

**Être un bon citoyen  
corporatif bénéficie  
beaucoup aux  
compagnies en  
énergie et aux  
médias**

# A retenir de cette première édition

**La familiarité est la dimension qui rend les marques de notre quotidien tellement influentes : alimentation, détail & telcos**

**L'interactivité on-line, une évidence pour les secteurs tech, commence à s'imposer dans le commerce : détail, compagnies aériennes, etc.**

**Comme ailleurs dans le monde l'empathie commence à s'imposer ici aussi et est payante, entre autres dans le secteur financier et les médias**

**Souvent, bénéficiaire, en plus des recettes de base, d'un driver non traditionnel à sa catégorie, va permettre à une marque de surperformer sur l'influence**  
(ex : une banque empathique, un détaillant avant-gardiste, etc.)

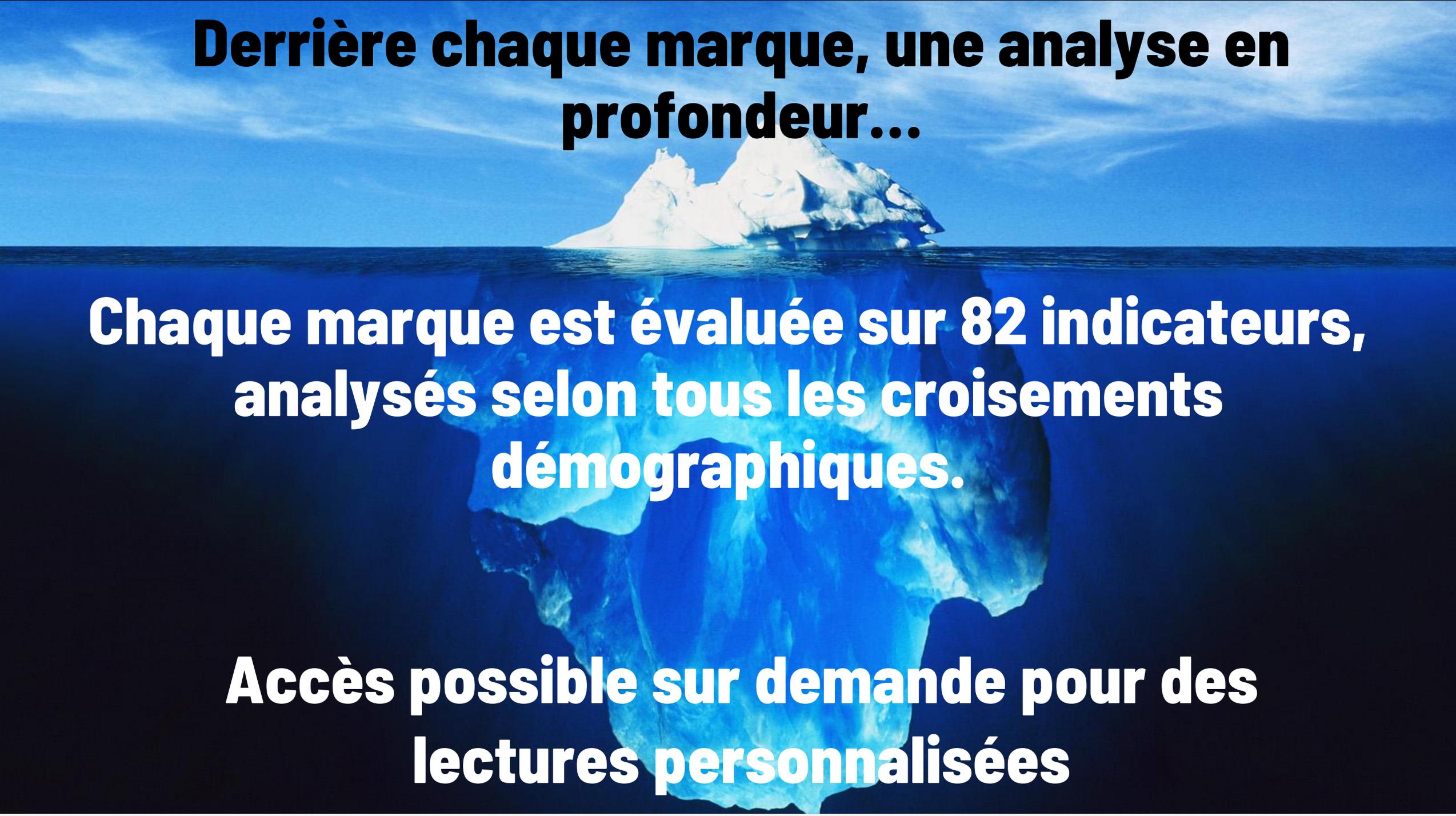
# A retenir de cette première édition

**Au-delà des dimensions, certains attributs précis, sont souvent déterminants pour une marque de grande influence**

**Les marques marocaines performent très bien, et n'ont rien à envier aux marques internationales**

**Elles sont très nombreuses parmi les marques avec des indices d'influence élevés**

**Les marques internationales présentes dans le quotidien marocain, performent aussi très bien**

An iceberg floating in the ocean. The tip of the iceberg is visible above the water surface, while the much larger, jagged base is submerged below. The sky is blue with light clouds, and the water is a deep blue. The text is overlaid on the image in white and black.

**Derrière chaque marque, une analyse en  
profondeur...**

**Chaque marque est évaluée sur 82 indicateurs,  
analysés selon tous les croisements  
démographiques.**

**Accès possible sur demande pour des  
lectures personnalisées**

Les

**MARQUES**  
**LES PLUS**  
**INFLUENTES**

au Maroc

2025

Luc Durand | Directeur Général – Ipsos  
luc.durand@ipsos.com

Meryem Koutbi | Senior Client Officer – Ipsos  
meryem.koutbi@ipsos.com

