

moroccan public  
diplomacy center

RAPPORT MORAL  
1<sup>ER</sup> MPDC SYMPOSIUM

*Sous le thème :*

QUELLE DIPLOMATIE CULTURELLE ? POUR QUEL  
SOFT POWER A L'ERE DE LA PANDEMIE COVID19 ?

RABAT, 21 MAI 2022

  
  
MOROCCAN PUBLIC DIPLOMACY CENTER  
المركز المغربي للدبلوماسية العامة  
P.S. J.E.S Souissi Av, Mohammed Ben Abdallah  
Ragragui - Al Irtane - BD 6430 - Rabat  
GSM: 0661 23 47 35 / 06 62 70 63 70

# SOMMAIRE

## **I.** A PROPOS DU MOROCCAN PUBLIC DIPLOMACY CENTER

## **II.** SYNTHÈSE DES TRAVAUX DU SYMPOSIUM

### 1. INTRODUCTION

### 2. SYNTHÈSE DES TRAVAUX DU SYMPOSIUM

## **III.** RECOMMANDATIONS

## **IV.** ACTIVITÉS EN MARGE

### 1. MPDC AWARDS

### 2. SIGNATURE DE CONVENTION

## **V.** REMERCIEMENTS

## **I. A PROPOS DU MOROCCAN PUBLIC DIPLOMACY CENTER (MPDC)**

Le Moroccan Public Diplomacy Center est un Think tank indépendant et non – partisan qui a été officiellement créé le 6 Octobre 2020 et domicilié à la Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales Souissi – Université Mohamed V (Rabat) et dont la mission est de faire progresser et enrichir l'étude et la pratique de la Diplomatie Publique par le biais de travaux de recherche, de formation et d'engagement de la Communauté et ce en étroite collaboration avec tous les acteurs de la Diplomatie officielle pour renforcer la compréhension mutuelle et l'amitié entre le Maroc et le reste du monde et projeter au monde une image positive du pays.

MPDC a pour vision d'être le centre de recherche en diplomatie publique pionnier en Afrique, fédérant la communauté des chercheurs dans ce domaine et œuvrant pour positionner le Maroc en tant qu'acteur international leader, dont les acteurs aussi bien publics que privés contribuent à faire du pays une référence dans divers domaines.

## **II. SYNTHÈSE DES TRAVAUX DU SYMPOSIUM**

### **1. INTRODUCTION**

Le 21 Mai 2022, s'est tenu à Rabat le premier MPDC Symposium sous le thème « Quelle Diplomatie culturelle ? pour quel soft power à l'ère de la pandémie COVID19 ? Cet événement a été organisé par le Moroccan Public Diplomacy Center sous l'égide du Ministère de la Jeunesse, la Culture et la Communication.

Plusieurs raisons nous ont poussé à susciter le débat autour de la diplomatie culturelle marocaine à l'ère de la pandémie :

1. D'abord, la place importante qu'occupe la Culture dans le calcul de l'Index du Soft Power publié chaque année par Brand Finance. En 2022, le Maroc a été classé globalement 46ème sur 120 pays et 52ème dans le volet Culture et héritage alors qu'il était classé 43ème en 2021 ;
2. La place particulière qui a été accordée au champ culturel par la commission spéciale sur le nouveau modèle de développement dont les recommandations émanent de sa conviction que la culture au Maroc est vouée à devenir un levier multidimensionnel de prospérité économique, de

lien social inclusif et de soft power géopolitique. A titre de rappel, les recommandations de la commission touchent 4 domaines :

- Le Renforcement des médias et leur transformation digitale ;
- Le Développement d'une offre pour mettre en avant la singularité du Maroc à l'international ;
- La Promotion des initiatives culturelles innovantes ;
- Le Déploiement des lieux de vie culturels dans les territoires.

3. L'importance accordée par la CSMD à l'action des MRE permettant à la culture marocaine d'exister dans les estrades internationales ;
4. Le contexte de la pandémie qui a montré à quel point les MRE sont disposés à soutenir leur pays d'origine dans les moments les plus difficiles ainsi que le rôle important du digital dans la diffusion de la culture.

C'est ainsi que l'organisation de ce Symposium était une occasion pour :

1. Célébrer la Journée Mondiale de la Diversité Culturelle pour le Dialogue et le Développement qui coïncide cette année avec le 21ème anniversaire de l'adoption de la Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle suite aux attentats du 11 Septembre 2001 considérant la diversité comme une force positive ;
2. Dresser l'état des lieux des actions de Diplomatie Culturelle et les méthodes utilisées pour la mesure de leur impact ;
3. Susciter le débat sur l'importance d'avoir une stratégie de diplomatie publique incluant la dimension culturelle;
4. Sortir avec des recommandations pouvant constituer des problématiques de recherche réelles sur lesquelles les membres du MPDC peuvent se pencher;

5. Réunir des chercheurs et des professionnels spécialisés dans la diplomatie culturelle au Maroc et à l'étranger ;

6. Reconnaître le leadership exceptionnel et les contributions aux efforts de la diplomatie culturelle marocaine à travers le discernement du MPDC Awards.

Le programme scientifique du symposium s'est donné pour objectif de répondre à la problématique suivante : **Dans quelle mesure l'action des marocains resident à l'étranger (MRE) et le digital ont pu prendre le relais d'une manière efficace pour assurer la continuité de la diplomatie culturelle marocaine à l'ère de la pandémie COVID19 ?**

Pour répondre à cette problématique, le Symposium était articulé autour de trois séances dont deux étaient entièrement dédiées aux deux éléments alternatifs à savoir le digital et les marocains resident à l'étranger tandis que la première séance avait un caractère plus général pour permettre d'avoir une idée sur l'état des lieux de la diplomatie culturelle marocaine.

Au cours de chaque séance, le président designé avait donné la parole aux intervenant(e)s qui ont fait part des expériences des institutions qu'ils représentent en identifiant des questions particulières à partir d'exemples concrets de recherches et en soulignant certains points posant problème à leurs yeux.

Ce compte - rendu synthétise globalement les opinions débattues et présentées au cours des interventions ou des débats avec la salle tout en présentant dans une partie à part toutes les recommandations qui ont été formulées.

Ci – après le programme scientifique détaillé :

**08H30 – 09H00** : Accueil & Enregistrement des participants

**09H00 – 10H00** : Ouverture officielle du Symposium

- Mot de bienvenue de Pr. Jamaledine El HANI, Doyen de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines – Université Mohamed V – Rabat

- Allocution d’ouverture de Monsieur M. Mustapha MESSAOUDI, Secrétaire Général du Ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication – Secteur de la Jeunesse
- Mot de bienvenue de Mme Asmaa BENSLIMANE, Présidente Fondatrice du Moroccan Public Diplomacy Center
- Mot du Pr. Fouad BENMAKHLOUF, Professeur universitaire, Directeur du pôle coopération et partenariat à la Fondation Hassan II pour les MRE et Président du Comité Scientifique du MPDC
- Remise des Trophées “MPDC Awards”
- Signature de la convention de partenariat entre le Moroccan Public Diplomacy Center et l’Observatoire Marocain de la Souveraineté Numérique (OMSN).

**10H00 - 10H15: Pause Café**

**10H15 - 12H15: Séance 1 - La Culture comme source du Soft Power: état des lieux et besoins à la lumière du Nouveau Modèle de Développement**

**Président :** Pr Fouad BENMAKHLOUF, Professeur universitaire et Directeur du pôle coopération et partenariat à la Fondation Hassan II pour les MRE, Président du Comité Scientifique du MPDC

- M. Rachid MSTFA, Chef de la Division Coopération au Ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication – Secteur de la Culture
- M. Konrad JAGODZINSKI, Place Branding Director - Brand Finance (Londres).
- Mme Mina HANAFI, Ambassadrice du Maroc et porte - parole Afrique et Emirats Arabes - Unis de l’Organisation Mondiale de la Gastronomie.
- M. Adam MOUDEN, Doctorant Chercheur en géopolitique maritime du Maroc.

**12H15 - 14H15: Séance 2 : La Culture marocaine à l’ère de la crise sanitaire et le rôle du digital dans sa diffusion**

**Président :** Pr. Abderrazak MOULAY RCHID, Professeur émérite, Doyen honoraire de la Faculté des

- Mme Salma KARIM, Chef du Département Capital Humain et Innovation à l'Agence de Développement du Digital.
- M. Brahim EL MAZNEB, Acteur Culturel.
- M. Mohamed Abdelouahab ALLALI, membre de l'Union des Ecrivains du Maroc, Professeur universitaire, responsable du Master Communication Politique et Sociale à l'ISIC.
- Mustapha MELOUI, Président de l'Observatoire Marocain de la Souveraineté Numérique.
- M. FZ BEKKALI, Fédération Nationale du Scoutisme Marocain.

### **15H00 – 16H30: Séance 3 - Le rôle des MRE dans la diffusion de la culture marocaine dans leurs pays d'accueil à l'ère de la pandémie**

**Président :** Pr. Amal KHIDER, Secrétaire générale du MPDC et responsable du Master Etudes Diplomatiques à la Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales de Souissi. Université Mohamed V - Rabat

- M. Fouad BENMAKHLLOUF, Professeur universitaire et Directeur du pôle coopération et partenariat à la Fondation Hassan II pour les MRE
- M. Ahmed MAHOU : Chercheur dans le domaine de l'immigration et acteur associatif (Belgique).
- M. Kamal TABINE : linguiste et chercheur en leadership à American College of Education (Washington DC - Etats – Unis).
- Mme Zahra MENNOUNE, Journaliste marocaine au Canada, directrice générale et Rédactrice en Chef de la Revue ALWAN et Correspondante de plusieurs supports medias

**16H30 à 17H00 : Cérémonie de clôture du Symposium**

## **2. SYNTHÈSE DES TRAVAUX DU SYMPOSIUM**

Lors de la séance d'ouverture, les contributions des intervenant(e)s qui ont ouvert ce Symposium se sont attachées à présenter les enjeux actuels du Maroc par rapport à la diplomatie culturelle et son importance pour une vraie stratégie de Soft power.

Ces premières discussions étaient dirigées par Pr. Amal KHIDER, Secrétaire générale du MPDC et responsable du Master Etudes Diplomatiques à la Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales de Souissi à l'Université Mohamed V – Rabat.

Ainsi, après le Mot de bienvenue de Pr. Jamaledine EI HANI, le Doyen de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines à l'Université Mohamed V – Rabat, qui a souhaité la bienvenue aux participants et exprimé son vœux d'accueillir la 2<sup>ème</sup> édition du Symposium l'année prochaine, l'allocution d'ouverture a été prononcée par M. Mustapha MESSAOUDI, Secrétaire Général du Ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication – Secteur de la Jeunesse représentant Monsieur Mohamed Mehdi BENSAID, Ministre de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication.

Au cours de son intervention, Monsieur le secrétaire général a rappelé que cette première édition du Moroccan Public Diplomacy Center Symposium coïncide avec la célébration de la Journée mondiale de la diversité culturelle pour le dialogue et le développement qui célèbre le 21 Mai de chaque année, non seulement la richesse de la culture mais aussi le rôle essentiel du dialogue interculturel pour la paix et le développement durable en tant que moyen efficace de coopération et de dialogue et une forme de diplomatie novatrice qui explore les similitudes entre les cultures et les civilisations et dont l'urgence se fait sentir pour le monde d'aujourd'hui.

Il a également souligné que vu que le nouveau modèle de développement a bien inscrit la culture comme étant un levier multidimensionnel de prospérité économique, de lien social inclusif et de soft power géopolitique, la diplomatie culturelle aujourd'hui est du ressort de tous les acteurs : Etat, collectivités, groupes, associations, individus, institutions culturelles et artistiques en plus du monde académique qui par la diversité de leurs compétences jouent un rôle fondamental.

Le représentant du Ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication a également rappelé les diverses actions menées par son ministère dans le domaine de la diplomatie culturelle comme:

- L'organisation et la participation à de multiples manifestations culturelles et artistiques au niveau national et international dans le cadre de la coopération culturelle avec de nombreux pays et organisations internationales dans une optique d'ouverture sur les cultures du monde ;
- L'initiation d'un programme de labélisation culturelle et aussi du patrimoine immatériel des 12 régions du pays pour obtenir une reconnaissance irréfutable constituant une source de soft power comme recommandé par le nouveau modèle de développement ;

→ La signature de plusieurs conventions de partenariats et accords en matière de coopération culturelle.

Tout en félicitant les organisateurs pour le choix des thématiques du Symposium, monsieur Messaoudi a affirmé que la culture peut aider à surmonter les effets néfastes de la pandémie et accélérer la reprise socio-économique.

Lors de son intervention, Mme Asmaa Benslimane a souhaité d'abord, la bienvenue à tous les participants sur place et en ligne, marocains et étrangers, a présenté brièvement le MPDC et a évoqué les raisons qui ont été derrière l'organisation de ce symposium, les objectifs escomptés ainsi que le pourquoi de l'organisation de l'événement à Rabat, la première Capitale Africaine de la culture pour la biennale 2021 et 2022 avant de conclure avec le remerciement de tous les partenaires ainsi que l'équipe d'organisation.

Pour sa part, Pr. Fouad BENMAKHOULF, Professeur universitaire, Directeur du pôle coopération et partenariat à la Fondation Hassan II pour les MRE et Président du Comité Scientifique du MPDC a ensuite pris la parole pour donner quelques définitions de :

La culture :

- C'est ce qui reste après avoir tout oublié ;
- C'est l'ouverture qui reste après que toutes les portes se ferment que ce soit les portes politiques, idéologiques ou économiques ;

Et de la diplomatie culturelle comme suit :

- Un processus qui permet de promouvoir la culture au-delà de toutes différences idéologiques ou autres ;
- la diplomatie culturelle est une évolution contemporaine de la diplomatie étatique qui aide à aplanir les différents ou les conflits que la diplomatie classique ne parvient pas toujours à résoudre .

Il a également évoqué les effets positifs de la diplomatie culturelle et qui peuvent se résumer comme suit :

- Créer des relations qui durent au-delà du changement des gouvernements ;
- Atteindre les membres influents de la société (publiques & privés) ;

- Coopérer malgré les différences politiques ;
- Fournir une plateforme neutre pour les contacts personnels ;
- Transformer les conflits de tout ordre ;
- Combattre l'image négative ;
- Lutter contre les malentendus.

## **Séance 1 - La Culture comme source du Soft Power: état des lieux et besoins à la lumière du Nouveau Modèle de Développement**

Cette première séance présidée par Professeur Fouad BENMAKHLOUF, Professeur Universitaire et Directeur du Pôle Coopération et Partenariat à la Fondation Hassan II pour les MRE, Président du Comité Scientifique du MPDC, avait pour objectif de dresser un état des lieux de la diplomatie culturelle au Maroc et les besoins à la lumière du Nouveau Modèle de Développement.

Lors de son intervention, monsieur **Rachid MSTFA**, Chef de la Division Coopération au Ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication - Secteur de la Culture a d'abord félicité le MPDC pour l'organisation, le choix de la thématique et la date de ce Symposium et également pour l'association du Ministère avant de souligner que la diversité est une caractéristique essentielle de la culture marocaine et la raison de sa force et de sa pérennité qui couvre toutes les formes d'expression ce qui fait du Maroc un modèle formidable et exemplaire de cohabitation et d'interaction culturelle.

Il a ensuite abordé le cadre référentiel de l'action du Ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication qui s'articule autour de 5 axes :

1. La constitution qui proclame la pluralité de la nation marocaine, la valorisation de la diversité culturelle et le soutien des pouvoirs publics au droit d'expression (ex : deux langues officielles,...) ;
2. Les directives Royales qui accordent une attention particulière à la protection de la diversité culturelle, l'accompagnement des artistes et la valorisation du patrimoine ;
3. Les orientations du nouveau modèle du développement basées sur un diagnostic approfondi de la situation actuelle et ayant conclu que la culture constitue un levier de prospérité et de soft power ;
4. Le programme gouvernemental 2021 – 2026 qui ambitionne dans un niveau sectoriel d'encourager l'essor des industries culturelles dans une approche intégrée ;

5. Les conventions bilatérales, multilatérales et les traités internationaux ratifiés par le Royaume notamment les conventions suivantes :

- 1954 - La Haye pour la protection des biens culturels en cas de conflits armés ;
- 1970 - pour la lutte contre le trafic illicite des biens culturels ;
- 1972 - pour la protection des biens culturels et naturels ;
- 2001 - pour la protection du patrimoine culturel sub – aquatique ;
- 2003 - pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel ;
- 2005 - pour la protection et la promotion de la diversité culturelle.

M. Mstfa a souligné que le Ministère mène un plan d'actions en adoptant une approche participative visant au niveau national à :

- L'élaboration d'une stratégie culturelle nationale qui vise à définir les principales orientations du Maroc dans le domaine de la culture et de l'économie culturelle et ce à partir d'un diagnostic de la situation actuelle ;
- La protection et la revalorisation du patrimoine culturel marocain matériel et immatériel à travers un vaste programme de restauration et de mise en valeur des sites historiques, de digitalisation et d'interprétation ;
- La création du « Label Maroc » qui permettra de répertorier le patrimoine national et de certifier l'origine du savoir – faire marocain ;
- L'inscription de plusieurs éléments du patrimoine immatériel sur la liste représentative de l'UNESCO ;
- L'organisation à l'échelle nationale et internationale de plusieurs manifestations d'envergure et de qualité ;
- Le renforcement du réseau des équipements culturels structurels comme le grand théâtre de Rabat, le grand théâtre de Casablanca, la bibliothèque nationale du Royaume du Maroc, le musée Mohamed VI d'art contemporain et moderne, le théâtre Mohamed VI à Oujda, le Palais des arts et de la culture

à Tanger ainsi que d'autres espaces culturels de proximité dans les différentes régions du Maroc comme le réseau des centres culturels et médiathèques, des conservatoires, des musées d'arts...etc ;

- La mise en oeuvre du caractère officiel de la langue Amazighe conformément aux dispositions de la Constitution ;
- Le développement des industries culturelles et créatives par la mise en place d'une stratégie de soutien (ex : projet théâtre move en partenariat avec la SNRT) ;
- La mise en place d'un réseau de festivals dans les différentes régions du Royaume visant la création d'emploi ;
- L'adoption d'une approche participative fondée sur le renforcement de la convergence des programmes avec les différentes fondations artistiques ;
- Le parachèvement des mesures de protection sociales au profit des artistes et l'amélioration de leur conditions de vie ;
- La digitalisation des prestations culturelles par la mise en place d'une plateforme numérique qui permet la diffusion et la promotion des différentes composantes de la culture marocaine ;

Au niveau international, le Maroc partant du rôle important de la culture dans les relations diplomatiques comme une force douce pour la promotion de la paix, la solidarité, le dialogue, le rapprochement et la compréhension mutuelle entre les peuples, plusieurs actions sont menées visant le renforcement de sa **diplomatie culturelle et l'image** du pays sur la scène internationale et ce à travers :

- La reconnaissance internationale de la richesse et de la diversité culturelle du Maroc à travers l'inscription de neuf biens culturels sur la liste du patrimoine matériel de l'UNESCO ainsi que huit autres éléments sur la liste du patrimoine immatériel du même organisme comme Tbourida;
- Le choix de la ville de Rabat comme première capitale africaine de la culture et comme capitale de la culture dans le monde islamique et son inscription sur la liste du patrimoine mondial ;
- Le choix d'Essaouira pour adhérer au projet culturel de l'UNESCO 2030 ;

- La présence dans plusieurs manifestations culturelles et artistiques de premier rang en tant qu'invité d'honneur ou en tant que participant ;
- Le renforcement des relations avec les organisations internationales à vocation culturelle, notamment l'UNESCO, l'ICESCO, l'ALECSO...etc. ainsi que le renforcement des relations culturelles dans le cadre de la coopération sud-sud ;
- La signature des mémorandums d'ententes, d'accords, ainsi que des protocoles de coopération pour faire progresser la coopération culturelle ;
- Le renforcement de la coopération sud – sud à travers la participation à des manifestations africaines ex : le Maroc était l'invité d'honneur au salon du livre en Guinée Conakry, les différentes visites de Monsieur le Ministre, la programmation d'un certain nombre de réunions des commissions mixtes...etc ;
- Le soutien des initiatives lancées par un certain nombre d'acteurs (MPDC Symposim, Visa for music,...etc) ;
- Les efforts menés dans le cadre de la commission interministérielle présidée par le Chef du gouvernement en matière de l'offre culturelle destinée aux étrangers et aux MRE ;
- L'organisation du salon international du livre organisé cette année à Rabat du 2 au 12 Juin 2022.

Ainsi, selon **M. Rachid MSTFA** le soutien des initiatives de certains acteurs culturels, par exemple ce symposium, ou bien d'autres événements interculturels est à même de promouvoir les échanges et les dialogues culturels et artistiques, ce qui permettra au Maroc d'affirmer davantage son soft-power culturel sur la sphère internationale.

L'intervention de **M. Konrad JAGODZINSKI**, le place brading Director, de Brand Finance (Londres) a abordé l'importance de la culture dans le calcul de l'index du Soft power selon lequel chaque année 120 pays sont évalués et classés.

Avant de donner plus de détails sur la méthodologie et les résultats de l'enquête annuelle, M. Jagodzinski a présenté Brand Finance, le leader mondial de l'évaluation des marques et du conseil en stratégie qui conseille les gouvernements sur la meilleure manière de développer leurs marques nationales.

En 2020, Brand Finance a lancé le Global Soft Power Index, la recherche la plus complète au monde sur les perceptions des marques nationales dont l'échantillon s'élève à 100.000 répondants dans les quatre coins du monde. Les résultats de cette recherche dépendent entièrement de la perception des interviewés et Brand Finance n'assure que le traitement des données.

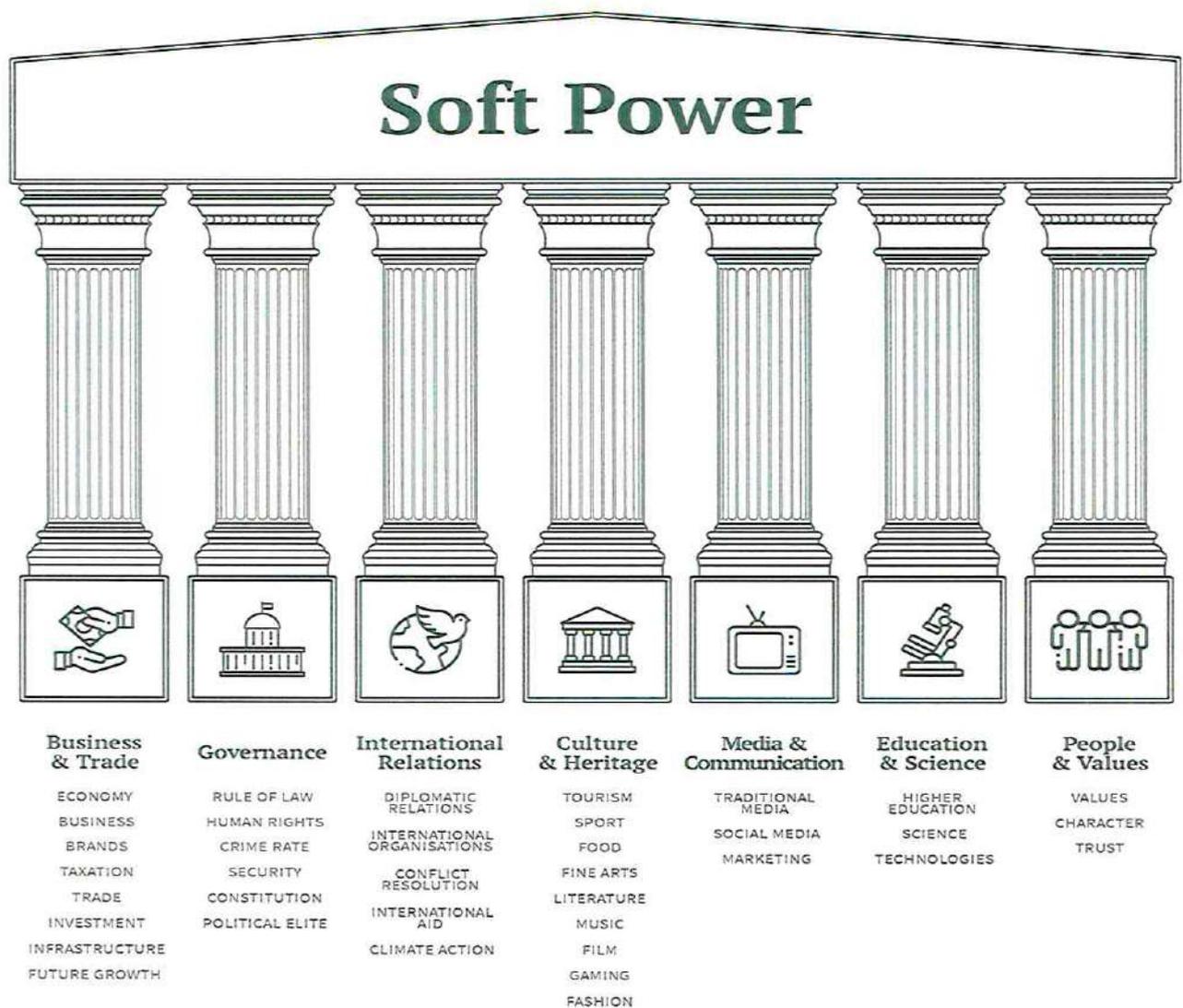
Il a également défini le soft power comme la capacité d'une nation à influencer les préférences et les comportements de divers acteurs sur la scène internationale (États, entreprises, communautés, publics, etc.) par l'attraction ou la persuasion plutôt que par la coercition.

Brand Finance a développé un cadre qui englobe les 11 dimensions clés qui forment le Soft Power Index et qui peuvent être regroupées en trois catégories :

→ **Key Performance Indicators (KPIs) du Soft Power (3 dimensions)** : Il s'agit d'indicateurs importants et universels du soft power comme notamment :

- **La Familiarité** : Un facteur d'hygiène – si les gens en savent plus sur un pays, ses talents, ses entreprises et ses ressources, le soft power se trouve renforcé.
- **La Réputation** : Pour qu'une nation soit attractive et un modèle pour les autres, sa réputation globale doit être forte et positive.
- **L'Influence** : Une mesure directe de la présence perçue et de l'impact qu'un pays possède dans d'autres pays. C'est aussi un moyen d'évaluer si le soft power se joue vraiment à l'échelle mondiale, ou si le soft power de certains pays est limité à certaines régions ou affiliations culturelles.

→ **Piliers du soft power (7 dimensions)** : Ce sont les différents domaines où s'exerce le soft power. Ils vont de la culture et de la politique étrangère à des dimensions telles que les ressources éducatives et scientifiques d'une nation mais aussi la portée et l'influence des médias et un climat des affaires favorable.



→ **Impact du Covid-19 (1 dimension)** : Enfin, pour l'indice 2021, Brand Finance ne pouvait ignorer l'énorme impact du Covid-19 sur toutes les nations. Y compris leur réputation et leur influence internationale. Ainsi, le modèle d'indice développé par Brand Finance comprend trois indicateurs qui évaluent les perceptions de la façon dont les pays ont réagi à la crise.

**M. Konrad JAGODZINSKI** a expliqué que la culture et le patrimoine ne sont pas les seuls, mais l'un des nombreux piliers du soft power où une marque nationale peut construire une influence en générant des perceptions positives.

La culture et le patrimoine affectent les perceptions du grand public et leur vie quotidienne sans doute plus que d'autres piliers du soft power : elle aide à renforcer la disponibilité mentale et physique, et a donc un impact sur la familiarité, la réputation et l'influence tout en influençant d'autres domaines où la puissance douce (Soft Power) est exercée.

Dans son approche, Brand Finance, considère la culture et le patrimoine de manière holistique, mesurant les perceptions de ses différents aspects des arts et du divertissement, en passant par la gastronomie, l'attrait touristique, l'offre autour de la tradition, la modernité ainsi que le sport. Ces différents aspects de la culture sont interconnectés et l'un peut être utilisé pour promouvoir les autres - en fait tous devraient idéalement avoir un sens cohérent lorsqu'on les regarde ensemble. Un positionnement cohérent est essentiel pour toute marque, y compris les marques nationales.

Cette cohérence provient normalement d'une émergence relativement naturelle d'une marque nationale au fil du temps, qui peut et devrait être soutenue par les politiques publiques ainsi que par les entreprises privées et les activités de la société civile tout en précisant que la clé réside dans l'articulation efficace de la marque nationale avec les publics cibles.

Les cultures les plus attrayantes sont celles qui projettent une synthèse distinctive de la tradition et de la modernité, continuent à se réinventer pour rester pertinents et qui s'appuient sur les techniques de communication et de marketing (ex : l'Italie,...etc).

M. JAGODZINSKI a présenté quelques statistiques en donnant ainsi l'exemple des Etats-Unis et de la Chine comme des pays pionniers dans l'usage de la culture comme un outil de soft-power. Dans le monde arabe, il a mentionné l'Egypte et les Emirats arabe-unis comme des modèles à succès culturel dans la région avec en plus la politique des émirats arabes - unis de maintien des frontières ouvertes même en période de pandémie. Aussi, l'industrie cinématographique a propulsé des pays comme la Turquie, l'Inde et la Corée du Sud.

S'agissant du Maroc, il se place aujourd'hui à la 52ème place sur 120 dans le pilier « Culture & héritage », une régression considérable par rapport à l'année 2021 « 43ème » qui peut être due à une compétition très rude. Mais malgré cela, le Maroc excelle toujours dans la région MENA en tant que premier dans sa région. Pour l'Europe, le Maroc est une destination à visiter pour apprendre davantage sur la richesse de sa culture et de son patrimoine.

M. Jagodzinski a recommandé que le Maroc soit accompagné par un cabinet spécialisé pour améliorer son classement annuel dans les différents piliers du Soft power à l'instar de ce que font d'autres pays.

**Mme Mina HANAFI**, Ambassadrice du Maroc et porte-parole Afrique et Emirats Arabes-Unis à l'Organisation Mondiale de la Gastronomie (OMG) dont l'intervention était intitulée :La Gastronomie au Cœur de la Diplomatie de demain, a commencé par une présentation de l'Organisation mondiale de la

gastronomie qui a vu le jour à Londres en 2015 grâce à ses quatre fondateurs : Mme Carole le Bagousse, présidente directrice générale, M. Laurent Truyen, comte de la Fenouillime, le chef Nicolas Leseur et M. Jean-Christophe Michelet.

L'Organisation vise à promouvoir les différents savoir-faire, dans les domaines des arts de la table, de la cuisine, de la haute gastronomie, du luxe et aussi des sciences qui jouent un rôle dans l'art du bien manger.

Elle vise également à rassembler des acteurs régionaux, locaux et internationaux de la gastronomie afin de valoriser leurs actions, de mutualiser leurs compétences et de favoriser la dimension artistique et technologique des pratiques dans l'art culinaire.

L'organisation est structurée d'une manière très particulière. Il y a un directoire, des porte-parole, des ambassadeurs, des experts et des porteurs de projets répartis sur tous les continents, ils rapportent tout ce qui se fait de bien dans les différents pays et mettent les personnes compétentes en rapport avec les professionnels. Il s'agit d'un réseau qui met en lumière ceux qui sans l'OMG pourraient rester dans l'ombre.

Le patrimoine gastronomique marocain a une place très importante au niveau international, car il s'agit d'une gastronomie ancestrale mais qui a été impactée malheureusement par la pandémie du Covid-19.

Le constat qui été fait c'est qu'aujourd'hui, les pays sont en difficulté pour mettre en vitrine toutes les capacités, tous les talents qui font leur valeur c'est pourquoi l'OMG a décidé de leur apporter assistance de manière un peu différente en inventant le concept des **étoiles blanches de la Gastronomie**. Ce concept qui est une sorte de reconnaissance, a été déjà adopté en Europe où des étoiles d'excellence ont été attribuées à des chefs cuisiniers appelés actuellement des « étoilés ».

En Afrique, ce concept sera introduit par l'OMG en 2023 pour valoriser la culture des différents pays dont le Maroc qui sera le premier à bénéficier de ce nouveau système qui labélise non pas uniquement les chefs cuisiniers comme en Europe mais tous les maillons de la chaîne à savoir les hôteliers, les restaurateurs, les artisans..etc.

L'objectif est de pouvoir aider le Continent Africain dont le Maroc à promouvoir sa gastronomie.

Mme Mina HANAFI a tenu également à préciser que la Gastronomie va au-delà de l'art de la cuisine pour englober tout ce qui se rapporte à la cuisine, à l'ordonnancement des repas, à l'art de déguster et d'apprécier les mets y compris l'art de recevoir, le savoir-être et tout ce qui fait partie du charme de la Culture.

Mme Hanafi, a annoncé l'organisation par l'OMG d'un diner – Gala « destin – nation » à Rabat qui va rassembler les chefs cuisiniers d'origine marocaine dont des étoilés pour valoriser le patrimoine gastronomique marocain. Les fonds de cet événement seront utilisés pour construire une école d'art gastronomique au profit des jeunes issus des milieux défavorisés afin de leur permettre d'être formés par de grands chefs volontaires et aider à promouvoir la gastronomie marocaine à l'international.

Mme Hanafi a également annoncé la visite dans quelques semaines, d'une délégation d'hommes d'affaires Japonais intéressés par l'investissement dans le domaine de la gastronomie au Maroc.

Les recommandations de Mme Hanafi se résument en trois points :

- Adhérer au système des étoiles pour avoir une reconnaissance internationale de la gastronomie marocaine ;
- Organiser des évènements en Gastro-Diplomatie pour pouvoir aller à la rencontre d'autres Cultures ;
- Former les jeunes à l'art de la gastronomie.

**M. Adam MOUDEN**, Doctorant Chercheur en Géopolitique Maritime du Maroc dont l'intervention était sous le thème : La Diplomatie Culturelle Marocaine : un input vers un positionnement sur l'échiquier International, avait commencé par féliciter les organisateurs pour le choix de la thématique pour une raison académique car il est temps de repenser la diplomatie culturelle et pour une raison professionnelle purement diplomatique car la diplomatie marocaine connaît une émergence et une mise en puissance et elle a besoin d'être accompagnée par la diplomatie culturelle.

L'intervention de M.Adam MOUDEN est une tentative de réponse à la problématique suivante : « **Comment peut-on faire de la culture une entrée vers le positionnement stratégique d'un pays ?** ».

La diplomatie culturelle marocaine en tant que stratégie mise en œuvre par un pays pour se promouvoir ou pour influencer au niveau international a besoin d'être repensée d'après les interventions précédentes car il ne faut plus voir la Diplomatie Culturelle comme étant un 3<sup>ème</sup> axe ou comme un axe complémentaire mais plutôt comme un axe stratégique qui a besoin d'une coopération multidimensionnelle, interdépartementale et d'une réflexion spécifique, dynamique et continue dans le temps et dans l'espace.

Repenser la diplomatie culturelle apparaît comme une nécessité actuellement, un tel acte ne pourra se faire qu'en définissant un nouveau paradigme théorique de la culture marocaine comme offre à promouvoir dans divers aspects. La mise en œuvre « *d'un nouveau modèle de soft power national* ». Un Soft Power qui permettra au Maroc d'acquérir une forte capacité d'influence sur son environnement, d'interactions régionales et Internationales (comportements d'autres acteurs, opinion publique internationale).

L'essai du positionnement du Maroc au niveau de l'échiquier international nécessite une implication de la culture comme levier stratégique au service du positionnement marocain. Le développement des échanges et leur aspect multidimensionnel au niveau de la scène internationale nécessite et signale l'urgence de la mise en œuvre et la mise en valeur des affaires culturelles au niveau de l'action diplomatique marocaine. Un tel pas permettra de développer la composante culturelle marocaine au sein de l'équation diplomatique.

Il paraît nécessaire de transformer sa façon de voir et d'inclure la culture au sein de l'agenda diplomatique marocain et la considérer comme un pilier majeur de l'action diplomatique et non pas un simple axe additionnel de la diplomatie classique et moyen opératoire de troisième degré.

M. Mouden a procédé à une analyse des réalisations du Royaume en la matière avant d'élaborer un schéma d'analyse permettant d'identifier les potentialités que le Royaume devrait mobiliser pour assurer une efficacité et efficacité en matière de résultat stratégique à atteindre.

Trois axes ont fait l'objet de son analyse, primo, il a essayé d'identifier **les atouts culturels du Royaume**, secundo, il a analysé **les pistes de réflexion vers un nouveau modèle de diplomatie culturelle permettant le positionnement du Maroc en matière de compétitivité de sa culture**.

### **1. Atouts culturels du Royaume :**

Parler du Maroc c'est faire une présentation de sa richesse culturelle, une richesse qui caractérise un pays et une Nation. Une représentation liée à l'histoire et au peuplement d'un pays ancré dans une histoire millénaire. A ce niveau, nul ne peut comprendre les atouts culturels du Royaume sans comprendre trois indicateurs phare de la culture marocaine : **la diversité ethnoculturelle du peuplement du Maroc (A), la richesse du capital humain(B) et la richesse du patrimoine matériel et immatériel (C).**

#### **A. La diversité éthno-culturelle du peuplement du Maroc :**

Le développement de l'histoire du Maroc a permis de créer une population diversifiée constituée d'Imazighen, Haratines (d'origine sub-saharienne), Juifs, Arabes, Andalous (ayant fui l'Espagne après la chute de Grenade en 1492, Moresques (expulsés d'Espagne en 1609), et des Oulouj (descendants des captifs chrétiens convertis à l'Islam). A cet ensemble ethno-démographique s'ajoute les nombreux émigrés algériens établis dans le pays avant le XIX<sup>ème</sup> siècle et aussi ceux installés après la prise d'Alger par les Français en 1830.

## **B. La richesse du capital humain :**

Le capital humain constitue le fondement de l'histoire, du présent et de l'avenir du Maroc. Une population au nombre de 35 millions avec une proportion de jeunes dynamiques. Un tel fait démographique permet de déduire que le capital humain marocain est le moteur et la principale force de production du pays, de préservation de ses traditions, et de promotion de sa culture dans le monde.

En matière d'influence, il est nécessaire d'évoquer les 5 millions de nationaux et binationaux résidant à l'étranger (Europe occidentale, Canada, Etats-Unis et Afrique). Ces « ambassadeurs accrédités auprès de la nation » ont un rôle essentiel à jouer en matière de mise en place de points d'appui et de relais de la diplomatie culturelle et même un rôle de lobbying direct auprès des décideurs des pays d'accueil.

## **C. La richesse du patrimoine matériel et immatériel**

Évoquer la richesse matérielle et immatérielle du Maroc c'est se référer aux sites, aux monuments et à tout le patrimoine bâti, l'artisanat et le savoir-faire des métiers traditionnels, les expressions artistiques, la littérature, l'art culinaire, les arts contemporains (musique, art plastique, théâtre et cinéma marocain) .

L'analyse du processus de valorisation de cette richesse permet de comprendre qu'un déploiement de cette culture se fait d'une manière inefficace et qui manque de visibilité. Une situation de manque liée en premier lieu à l'absence de synergie entre les acteurs et leurs relais de financement et de diffusion. Sinon, les rares opérations faites de façon isolée ont été ignorées par la diplomatie marocaine.

## **2. Recommandations et pistes de réflexion vers un nouveau modèle de diplomatie culturelle permettant un positionnement du Maroc en matière de compétitivité culturelle**

La promotion de la culture du Maroc à l'international nécessite une prise en compte de certains aspects en se basant sur les expériences d'un certain nombre de pays et d'acteurs leaders en matière de diplomatie culturelle. La diplomatie culturelle marocaine vise en premier lieu à assurer une mission de défense continue et permanente des intérêts du Maroc par le biais d'un moyen que l'on peut utiliser dans diverses situations de relations diplomatiques (en amont, pendant et après).

Une diplomatie culturelle réussie nécessite **une prise en compte des atouts et une définition stricte et déterminée des tâches.**

Il paraît aujourd'hui d'une grande importance la redéfinition de la position de la variable culture au sein de l'action diplomatique marocaine vu que la politique étrangère marocaine connaît un développement très positif qui nécessite une prise en compte de la culture en assurant un encadrement politique, un soutien financier et une mise en valeur de nouveaux instruments administratifs et diplomatiques. Il est temps de penser à marquer la diplomatie marocaine par un dualisme en matière d'action **liant le dispositif étatique au dispositif associatif.**

Tenant compte des objectifs diplomatiques au niveau stratégique de notre pays, il paraît nécessaire d'agir non pas par domination directe de l'Etat sur la diplomatie culturelle (cas de la France) ni par la formule libérale d'organismes non gouvernementaux à forte autonomie (Cas américain ;USAID, Anglais ;British Council, Allemand ;Goethe Institut) mais à travers une concertation entre les différents acteurs.

Au niveau Institutionnel, la nomination des conseillers culturels au sein des Ambassades doit être revue et restructurée, un conseiller culturel doit être dans la capacité de mettre en œuvre une stratégie culturelle qui répond aux Intérêts de son pays d'origine et qui réponds à la situation et aux besoins de son pays d'accueil. Tenant compte de l'expérience internationale, il paraît aussi opportun de penser à la nomination des universitaires à ce poste stratégique au niveau de nos représentations diplomatiques. Un tel choix de profil peut se faire par une commission interministérielle comprenant le Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération Internationale, le Ministère de la Culture et le Ministère de l'Education Nationale. Cette commission sera aussi chargée de mettre en œuvre un programme et un plan d'actions stratégique qui répond aux critères de chaque pays et à la nature des rapports entre le Maroc et le pays d'accréditation du diplomate.

Le développement des échanges et des actions ainsi que des priorités nécessite une implication urgente du secteur privé en matière de financement et de concrétisation des outputs de la diplomatie culturelle. Les initiatives des personnes et du secteur privé doivent être mise en valeur, accompagnées et aussi parrainées à moyen et long terme par l'Etat afin d'assurer une bonne maîtrise et une accélération de la création d'impact stratégique-politique. La planification à long terme doit se faire en optant pour une logique de financement privée pour la promotion des activités culturelles marocaines.

Au niveau interne, il est essentiel de redéfinir le type de gouvernance à mettre en œuvre en matière de gestion de centres et des espaces dédiés à la culture, les stratégies d'utilisation des médias et des nouvelles technologies ainsi que les modes d'intégration du culturel à l'économique. Un tel pas est d'une grande importance puisque le renforcement du tissu culturel en interne permet un rayonnement international et à ce niveau le modèle chinois reste un bon exemple à étudier.

Le modèle espagnol nous pousse à penser sérieusement à créer une nouvelle dynamique en matière de diplomatie culturelle basée sur la gestion décentralisée et déconcentrée de la culture. La politique de régionalisation est une opportunité politique qui peut jouer son rôle en assurant par son biais de nouvelles formes de coopération internationale décentralisée en matière de la culture.

Malgré l'état des lieux actuel caractérisé par l'absence d'une doctrine claire de diplomatie culturelle et consensuelle entre l'ensemble des acteurs, il est opportun de renforcer la notion de l'industrie culturelle afin d'atteindre la valeur symbolique et marchande de l'offre culturelle. Les œuvres artistiques du Maroc doivent être capables de se transformer en produits compétitifs et disposant d'une valeur marchande et qui transmet également une histoire et des valeurs sociales. Il est aussi important d'établir des liens durables et

dynamiques entre les trois types de visions : économique, culturelle et touristique. A ce niveau la promotion du tourisme marocain doit se faire en mariage avec les éléments d'attractivité culturelle.

Au niveau multilatéral, il paraît que la présence marocaine au sein des instances qui gouvernent la chose culturelle serait d'une grande valeur ajoutée surtout qu'elle permettra d'influencer l'opinion internationale (UNESCO, organisation mondiale de la propriété intellectuelle, L'alliance des civilisations des Nations Unies).

Nul ne doute de l'importance de la diplomatie culturelle mais l'ensemble des parties réclament l'absence d'une stratégie globale et surtout l'absence d'une continuité en matière de suivi et d'évaluation des actions entreprises. Un tel pas ne peut se faire que par le biais d'une coopération interdépartementale et aussi par la **création d'une institution indépendante et constitutionnelle spécifique à la diplomatie culturelle**. Cette institution sera aussi une instance de coordination chargée d'assurer la cohérence des actions et aussi la concertation entre les parties concernées par la diplomatie culturelle.

La diplomatie culturelle marocaine doit être en synchronisation permanente avec les pays d'accueil et cela ne peut se faire qu'en s'informant de façon continue sur les pays et les populations ciblées par notre action diplomatique. La diplomatie culturelle doit faire appel aux études de marketing et aussi du marché afin de pouvoir comprendre la culture de l'autre et savoir comment présenter sa propre offre.

### **Conclusions de la séance n°1:**

L'objectif de cette session était de dresser l'état des lieux de la culture comme source du Soft Power ainsi que les besoins du Maroc à la lumière du Nouveau Modèle de Développement.

Les différentes interventions à cette session ont permis d'abord d'avoir une idée sur les réalisations du Ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication aussi bien au Maroc qu'à l'international et d'appréhender le poids de la culture dans la structure de l'index du Soft Power publié chaque année par la Firme de consulting Britannique « Brand Finance ».

L'intervention de l'Organisation mondiale de la Gastronomie a permis d'avoir une idée sur l'initiative d'attribution des étoiles aux chefs cuisiniers les plus compétents et son impact sur la diplomatie culturelle.

La dernière intervention a dressé les atouts du Maroc en matière de diplomatie culturelle et a émis quelques recommandations basées sur aussi bien des constats sur le terrain que les ambitions du nouveau modèle du développement.

## Séance 2 : La Culture marocaine à l'ère de la crise sanitaire et le rôle du digital dans sa diffusion

La seconde séance a été présidée par **Pr. Abderrazak MOULAY RCHID**, Professeur émérite, Doyen honoraire de la Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales-Soussi à l'Université Mohamed V – Rabat.

La première intervenante, était **Mme Salma KARIM**, chef du Département Capital Humain et Innovation à l'Agence du Développement du Digital (ADD) qui a abordé les points suivants :

- La création de l'Agence du Développement du Digitale (ADD) en 2018 et son opérationnalisation en 2019 afin de mettre en place la stratégie de l'État en termes de digitalisation et de transformation digitale de l'économie, de l'administration et de la société. Elle travaille sur la culture du digital et la digitalisation de la culture.
- La mise en place du chantier « génération digitale » qui est un plan national de formation dans le domaine digital qui prend la culture digitale à cœur pour pouvoir sensibiliser le citoyen marocain devenu créateur de contenu de toute nature y compris le contenu culturel à travers des curriculums et pour avoir une présence significative au sein de la toile. Ce travail se fait à travers le lancement de plusieurs plateformes :
  - La plateforme e-Himaya ([www.e-himaya.gov.ma](http://www.e-himaya.gov.ma)) dédiée au Safe internet et la cyber sécurité à l'usage de monsieur tout le monde qui vise à sensibiliser les enfants, les parents, les étudiants et les professeurs au bon usage d'internet.
  - L'Academiya Raqmya ([www.academiaraqmya.gov.ma](http://www.academiaraqmya.gov.ma)) qui est une plateforme nationale inclusive d'e- learning qui a pour objectif de former les collaborateurs des administrations publiques, des entreprises privées et du grand public à travers un contenu d'acculturation digitale en Darija.
- Pour le volet transformation digitale de la culture, il s'est accéléré avec la crise engendrée par la pandémie poussant les acteurs de la culture à basculer en ligne avec les moyens de bord.
  - L'ADD a créé le centre « Interactive Digital Center (IDC)» qui a été inauguré en 2020 au niveau du Campus UM6P de l'Université Mohammed VI à Bengurir pour valoriser le patrimoine culturel dans le monde virtuel ;

- L'appui de l'Association Miftah Assaad qui a intégré auprès de l'UNESCO el-khatara comme patrimoine marocain mondial ;
- La signature d'une convention avec la fondation nationale des musées pour la digitalisation aussi bien des archives que des visites des musées du Maroc. Dans ce cadre plusieurs expositions ont été organisées en ligne depuis le début de la pandémie.

L'ADD assure ainsi la digitalisation de la culture à travers le développement d'applicatifs communs pour pouvoir faire émerger le patrimoine culturel marocain et également à travers l'assistance à la maîtrise d'ouvrages pour aider les différents secteurs dont la culture à être présents sur le web et exercer un réel soft power en mettant à la disposition du public un contenu qui montre le vrai visage du Maroc.

Le 2ème intervenant était **M. Brahim EL MAZNEB, Acteur Culturel** qui a présenté la Société Anya qui est une structure culturelle indépendante créée en 2014 et basée à Rabat mais qui travaille dans d'autres villes du Maroc et à l'international (exemple : mission à la grande Expo universelle de Dubai).

Anya porte depuis sa création le festival Visa For Music, le premier marché professionnel et festival des musiques du Maroc, d'Afrique et du Moyen-Orient. C'est un forum et un espace d'échange intellectuel à travers les speed meetings et les showcase organisés pour les artistes qui viennent de 80 pays dont une trentaine de pays à l'échelle du continent Africain, les îles Caraïbes et l'Amérique latine sont aussi fortement présents avec leurs artistes Afro-américains. Visa for music a lieu chaque année en mois de Novembre à Rabat.

Les artistes (entre 30 à 40) qui se produisent à Visa For Music sont sélectionnés par un jury composé de 5 représentants des différentes régions du continent (Afrique de l'ouest, moyen – orient, Afrique de l'Est,...etc) et qui changent chaque année.

Le festival est un des rares dans le monde qui respecte le principe de la diversité (géographique et linguistique) et de la parité hommes / femmes tout en donnant l'opportunité aux nouvelles expressions 3.0 de se produire pour attirer surtout un public jeune.

Le festival a nommé une trentaine d'ambassadeurs dans quelques pays pour assurer le rôle de relais et mobiliser la communauté artistique autour du projet « Visa For Music ».

M. El Mazned a souligné l'importance des outils digitaux dans le dialogue et la diffusion des travaux artistiques du projet Visa For Music à travers le monde d'où l'acquisition d'un kit bien avant la crise sanitaire COVID 19 qui permet de diffuser les travaux artistiques pour la communauté qui ne peut pas assister aux spectacles et aux conférences de Visa For Music, en soulignant que le digital n'est pas utilisé

comme une fin en soi mais plutôt comme support au service de la diplomatie culturelle quoique Visa For Music donne plus d'importance au contact humain et l'émotion qui y se dégage.

Aujourd'hui Anya a élargi ses activités tout en restant concentrée sur la filière musicale.

À travers ses actions, Anya participe fortement au développement d'une industrie culturelle forte et durable pour le bénéfice des artistes et de la société dans son ensemble.

Le 3ème intervenant était **M. Mohamed Abdelouahab ALLALI**, membre de l'Union des Ecrivains du Maroc, Professeur universitaire et responsable du Master Communication Politique et Sociale à l'Institut Supérieur de l'Information et de la Communication (ISIC).

M. Allali a précisé que l'Union des Ecrivains du Maroc (UEM) pratique la diplomatie culturelle depuis sa création en 1960 à travers plusieurs formes à savoir l'échange et les liens forts de coopération intellectuelle et culturelle avec d'autres écrivains et organisations au moyen – orient, en Chine, en Russie, en France et en Slovaquie ainsi que d'autres pays dans l'objectif de pérenniser la diplomatie culturelle à travers ces liens.

Toutefois, plusieurs difficultés d'ordre financier, logistique,...etc empêchent l'UEM de bien remplir son rôle d'acteur de la diplomatie culturelle dans les événements internationaux c'est pourquoi l'Etat doit soutenir ses activités à travers des mécanismes qui balisent l'ensemble des difficultés rencontrées.

M. Allali a ensuite tenté de définir le rôle de la culture en tant qu'élément du Soft power tout en signalant qu'il faut éviter de définir chaque mot à part.

- La Culture est ce qui reste dans notre mémoire quand on oublie tout. Cette mémoire est un ensemble de représentations mais aussi une mémoire physique ( musées monuments...etc). Un peuple sans mémoire est un peuple sans présent et sans future.
- La communication a été défini par l'un des grands spécialistes comme le fait de « partager tout ce qui est commun dans le temps et dans l'espace ». Sans communication, on ne peut parler ni de diplomatie culturelle ni de soft power.
- La modernité et l'évolution de l'héritage culturel. on vit également la modernité dans un monde en constante progression.

La diplomatie culturelle puise sa définition dans aussi bien celle de la culture, de la modernité et la communication.

L'UEM exerce la diplomatie culturelle à travers sa présence physique dans les événements internationaux et la publication des livres, magazines,...etc mais cela reste insuffisant dans le monde d'aujourd'hui où l'impact des mass médias et des TVs satellitaires dépassent de loin l'impact des autres actions en touchant 70% plus les audiences cibles.

M. Mohamed Abdelouahab ALLALI a souligné que la politique publique en matière de soft power doit tenir compte de la communication et de l'importance des mass médias comme la télévision par satellite et les réseaux sociaux, le cinéma et toutes les industries culturelles...etc. les mass medias assurent la diffusion de la culture des grandes puissances. L'exemple des pays comme la Chine, l'Allemagne, les Etats – unis, la Grande Bretagne, l'Espagne, la Russie, la France, la Turquie et l'Afrique du Sud qui ont des chaînes télévisées publiques qui assurent la diffusion en arabe pour communiquer avec le monde arabe, est le meilleur exemple de diplomatie culturelle à travers les canaux publiques de communication.

Les Turques mènent une diplomatie culturelle très réussie à travers les feuilletons traduits dans plusieurs langues ce qui leur permet d'attirer des touristes de partout dans le monde. Ils accordent des budgets colossaux à la télévision publique en plus de l'engagement des professeurs universitaires d'histoire, de décoration,...etc pour que le produit artistique soit adapté à l'audience ciblée.

L'exemple de la diplomatie culturelle américaine est édifiant également puisqu'elle s'appuie depuis les années 60 sur le cinéma Hoolydien pour la diffusion des valeurs de la société américaine. Chaque film est destiné à servir les intérêts politiques du pays auprès des audiences des pays ciblés. Le doublage joue également un rôle très important pour assurer une large diffusion.

Les décideurs en matière de diplomatie culturelle doivent tenir compte d'un changement très important qui a eu lieu depuis 2006, date à laquelle le congrès mondial de l'information a eu lieu en Tunisie. Les réseaux sociaux ont dépassé les autres mass medias en termes d'impact et les influenceurs sont devenus ainsi de vrais acteurs de la diplomatie culturelle à côté des diplomates,...etc.

Mais plusieurs questions peuvent être posées :

- Les réseaux sociaux ont – ils développé la tolérance entre les différentes cultures ou bien au contraire, ils ont encouragé la violence ?

- Est-ce que les différents pays possèdent les mêmes capacités d'influence ? la réponse est non car les pays du Sud souffrent encore de l'analphabétisme (illétrisme, monolinguisme et l'analphabétisme numérique).

M. Allali a émis également quelques recommandations en tant que spécialiste de la communication :

- Combattre les 3 formes d'analphabétisme (illétrisme, monolinguisme et l'analphabétisme numérique).
- Donner plus d'importance aux éléments de la diplomatie culturelle interne : villages, lieux historiques, monuments , musées...etc

En 2015, l'UEM a organisé un congrès sur la diplomatie culturelle à la Maison de la presse à Tanger. Les actes de ce congrès ont fait l'objet d'une publication spéciale.

**M.Mustapha MELOUI**, Président de l'Observatoire Marocain de la Souveraineté Numérique (OMSN) a abordé le sujet du COVID19 comme accélérateur de la cyber-culture et de la culture sur le cyber espace".

Selon M. Mustapha MELOUI, la crise du COVID19 a joué le rôle du meilleur « Chief Digital Officer » dans une entreprise et selon plusieurs experts, grâce à cette crise, le monde a gagné entre 4 à 5 ans de transition numérique.

Il a ensuite présenté l'Observatoire Marocain la Souveraineté Numérique (OMSN) en tant que think tank, créé à l'initiative de plusieurs experts, académiciens et chercheurs marocains spécialisés dans le monde du digital (qui ont compris que le digital est un virage irréversible), dédié à la souveraineté numérique et aux différentes problématiques liées à la mutation numérique du Royaume et du continent africain dont notamment comment peut on exploiter les différentes possibilités offertes par le digital pour en faire une vraie locomotive du développement de notre pays ? l'OMSN a pour ambition d'accompagner tout l'écosystème dans cette phase de transition numérique.

La crise du COVID-19 a également réconcilié les anciennes générations avec le numérique et a accéléré la digitalisation de l'administration publique qui a encore besoin d'un plan d'accompagnement soutenu sur une longue période pour ne pas brusquer les habitudes déjà installées. Elle a également démontré le sens de solidarité et le nationalisme des marocains.

Parmi les leçons à retenir de cette crise, on peut dire :

- L'agilité car les entreprises qui étaient capables de réagir rapidement étaient celles qui ont pu sauver leurs activités. Ceci était valable même pour les Etats. A cet effet, le Maroc a été salué à l'échelle internationale pour sa réactivité exemplaire.
- La pérennité car les actions réussies qui ont permis l'adaptation à la crise COVID19 étaient des actions qui s'inscrivent dans la durée et non pas des actions one – shot.

L'OMSN dans sa volonté de promouvoir la diplomatie digitale, a créé la commission « Coopération et relations internationales » qui travaille sur une plateforme qui s'appelle e-plaidoyer pour défendre la cause nationale « Sahara beyond emotions ».

La commission « Communication et relations publiques » de L'OMSN est également en train de travailler sur un challenge autour du concept de Tamghrabit qui sera lancé sur les réseaux sociaux et ouvert aux marocains d'ici et d'ailleurs. L'objectif est de mettre en valeur les éléments distinctifs du patrimoine marocain.

**M. Hassan BEKKALI** : le Commissaire International de la Fédération Nationale Marocaine du Scoutisme a abordé le Scoutisme Marocain : Intervenant culturel au-delà des frontières à l'ère de la pandémie. Il a été représenté par sa fille Mlle FZ Bekkali.

La présentation a commencé par un rappel historique sur le mouvement du scoutisme mondial et la Fédération Nationale Marocaine de Scoutisme (FNMS) Placée sous la présidence effective de Son Altesse Royal le Prince Moulay Rachid ainsi que les différentes manifestations auxquelles les scouts marocains ont participé. Ensuite, Mlle Bekkali a démontré comment le scoutisme marocain joue le rôle de plaidoyer culturel au-delà des frontières avant et même l'ère de la pandémie. Ainsi les scouts marocains ont assisté à :

- La 42<sup>ème</sup> Conférence Mondiale du Scoutisme (tenue en ligne en raison de la pandémie en 2021)
- Le 14<sup>ème</sup> Forum des jeunes (tenu en ligne en raison de la pandémie en 2021)
- La 16<sup>ème</sup> Réunion des Commissaires Internationaux des Scouts de la Région Arabe (tenue en présentiel en Palestine en 2022)

- La Planification de la participation du Contingent Marocain (300 membres) à la 25ème édition du Congrès mondial de Scoutisme qui aura lieu en Corée du Sud en 2023 en partenariat avec l'Association des Scouts de la Corée du Sud.

Les membres de la Fédération Nationale du Scoutisme Marocain reconnaissent qu'il est de leur devoir de profiter des moments difficiles que nous avons traversé en raison de Covid19 pour partager l'identité culturelle marocaine et présenter le mouvement des Scouts marocain comme faisant partie d'une nation forte, unifiée et hospitalière qu'est le Royaume du Maroc.

### **Conclusions de la séance n°2 :**

L'objectif de cette séance était de vérifier si le digital a pu prendre le relais de la diplomatie culturelle pendant la crise sanitaire COVID19.

Les différentes interventions ont permis d'avoir une idée sur les efforts qui ont été déployés aussi bien au niveau étatique qu'au niveau de la société civile pour accélérer la transition numérique dans tous les domaines y compris celui de la diplomatie culturelle.

### **Séance 3 - Le rôle des marocains résidents à l'étranger (MRE) dans la diffusion de la culture marocaine dans leurs pays d'accueil à l'ère de la pandémie**

**Présidente :** Pr. Amal KHIDER, Secrétaire générale du MPDC et responsable du Master Etudes Diplomatiques à la Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales de Souissi à l'Université Mohamed V – Rabat

Le premier intervenant fut **M. Fouad BENMAKHOULF**, Professeur universitaire et Directeur du pôle coopération et partenariat à la Fondation Hassan II pour les MRE qui a abordé l'action de la Fondation Hassan II pour les MRE en matière de diplomatie culturelle.

L'intervention a commencé par la présentation de la Fondation, la date de sa création et son évolution et ses structures.

Créée en 1990 par feu Sa Majesté le Roi Hassan II et présidée par SAR la Princesse Lalla Meryem, la Fondation Hassan II pour les Marocains Résidents à l'Etranger est régie par la loi N° 19-89 promulguée par le dahir N° 1-90-79 du 20 Hija 1410 (13 juillet 1990). Il s'agit d'une institution à but non lucratif, dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Elle a été financée au début par Banque Al Amal quand

le nombre des MRE ne dépassait pas 1 million et quand l'immigration avait un aspect purement économique.

Entre 1990 et 1993, elle a été rattachée au gouvernement et puis entre 1993 et 1996, elle a été transformée en sous – secrétariat d'Etat rattachée au Ministère des Affaires étrangères mais depuis 1996, la structure a été érigée en Fondation autonome et stratégique inscrite à la constitution de 2011 sous la présidence de son Altesse Royale la Princesse Lalla Meriem.

Elle a pour objet d'œuvrer pour le maintien des liens fondamentaux que les marocains résidant à l'étranger entretiennent avec leur patrie et de les aider à surmonter les difficultés qu'ils rencontrent du fait de leur émigration. La Fondation déploie à cet effet, une panoplie de programmes dans les domaines culturel, juridique, économique et social à travers plusieurs pôles dont :

**Le pôle Art, Culture et Communication** qui a pour mission de consolider les liens des artistes et acteurs culturels marocains résidant à l'étranger avec leur pays d'origine et de faire connaître la culture et la création du Maroc aux Marocains de l'extérieur à travers : d'une part, « l'Espace Rivages » qui est un espace culturel et une galerie d'art et d'autre part, le Centre culturel virtuel marocain e-taqafa.

**Le pôle Education et diversité culturelle** qui est en charge de l'enseignement de la langue Arabe et de La Culture Marocaine (ELACM). L'attachement des Marocains résidant à l'étranger à l'apprentissage de la langue arabe et de la culture marocaine reste fort en dépit de leur éloignement (508 enseignants pour 64 000 enfants). L'enseignement de la langue arabe se fait sur une base conventionnelle (avec le pays d'accueil) et d'une manière présentielle et digitale à travers la plateforme e- madrasa.

Pour renforcer davantage cet attachement aux valeurs du pays d'origine, un programme de Séjour Culturel a été mis en place comme étant le prolongement naturel de l'ELACM, dans le sens où il offre aux enfants participants (marocains et étrangers) l'occasion de vivre au plus près la richesse de leur culture d'origine.

Le pôle Education et diversité culturelle accompagne également la communauté marocaine sur le chemin spirituel par l'envoi d'une délégation pour l'animation religieuse dans les pays d'accueil, notamment pendant le mois de Ramadan, formée sur Al Madhab Al Maliki et Tarika Al Achaaria.

**Le pôle Recherche est documentation** : Afin de mieux servir la communauté marocaine résidant à l'étranger, la Fondation s'est dotée d'une structure dédiée au suivi et à l'analyse de l'évolution et des conditions de vie des marocains de l'extérieur. Il s'agit de l'Observatoire de la Communauté Marocaine Résidant à l'Etranger (O.C.M.R.E) relevant du pôle Recherche & Documentation.

Créé dans le cadre d'un partenariat avec l'Organisation Internationale pour les Migrations (OIM), l'OCMRE est un outil d'analyse et d'aide à la décision, composé d'un réseau d'experts, de chercheurs, d'universitaires et de partenaires de la Fondation. Il a pour missions principales de collecter, recenser et interpréter les informations relatives à la condition des marocains résidant à l'étranger.

Par ses publications, l'Observatoire assure la diffusion de l'information et des analyses, contribue à la prise de décision et alimente le débat sur la question migratoire et la situation des MRE.

**Le pôle assistance juridique et sociale :** depuis 1998, la Fondation a été la destination principale des requêtes formulées par les ressortissants marocains de l'étranger. Ce rôle a été élevé au rang de mission prioritaire depuis le discours Royal du 20 août 2001 qui a chargé la Fondation d'œuvrer pour le règlement rapide des litiges administratifs et judiciaires des Marocains résidant à l'étranger sur le plan national et de leur apporter l'assistance juridique nécessaire pour préserver leurs droits et protéger leurs biens, et ce, en coordination avec les autorités publiques nationales et locales concernées. Le pôle assure aussi une mission de conseil et d'orientation pour prévenir les problèmes liés à la migration.

L'action sociale de la Fondation cible principalement les personnes démunies (sinistrées, malades ou en situation précaire) et les personnes privées de liberté. Elle est accordée au cas par cas à la demande des intéressés, leurs familles, les associations et les représentations diplomatiques ou consulaires.

**Le pôle promotion économique :** consciente de l'impact des investissements des marocains résidant à l'étranger sur l'économie nationale et des difficultés rencontrées par ces derniers durant les différentes phases de la réalisation de leurs projets au Maroc, (manque d'information, absence de structure d'accueil, d'orientation et d'encadrement), la Fondation Hassan II a mis en place une structure, visant à apporter son concours aux émigrés désirant investir dans leur pays d'origine.

A l'instar de l'ensemble des autres structures de la Fondation Hassan II, le Pôle Promotion Economique œuvre inlassablement pour le maintien et le renforcement des liens entre le migrant marocain et son pays d'origine, en apportant aide et assistance et en répondant aux besoins et attentes de cette communauté en matière d'investissement.

- En 2005, un 1<sup>er</sup> rapport a été publié par l'observatoire sur la condition des MRE dans 6 pays ;
- En 2007, un 2<sup>ème</sup> rapport a concerné les MRE résidant en Afrique du nord, les Emirats arabes unies, le Sénégal et la Côte d'Ivoire ;
- 2013, un 3<sup>ème</sup> rapport où deux autres pays ont été ajoutés suite au phénomène de la fuite des cerveaux vers l'Amérique du nord (Canada & les Etats – unies).

Il s'agit du 1er observatoire dans le monde arabe et en Afrique devenu une référence internationale pour les

questions migratoires. Il a permis d'avoir des statistiques sur les MRE (49,5% femmes et 51,5% hommes).

**Le pôle Coopération et partenariats:** La Fondation Hassan II pour les Marocains Résidant à l'Étranger, s'est dotée depuis sa restructuration en 1997, d'une nouvelle structure destinée à être l'interlocuteur privilégié de ses partenaires publics et privés. Il s'agit du Pôle Coopération et Partenariat. Les principales missions de ce pôle consistent à:

- Développer la coopération avec les pouvoirs publics, les ONGs, les organisations internationales spécialisées dans les questions migratoires au Maroc et dans les pays de résidence;
- Étudier, évaluer et soutenir financièrement les projets résultant d'initiatives individuelles ou collectives des MRE;
- Coopérer avec les institutions nationales et internationales qui s'intéressent à la question migratoire;
- Coopérer et développer des partenariats avec les associations des MRE;
- Organiser des séminaires internationaux sur la question de la migration marocaine.

Parmi les actions menées par la Fondation :

- la publication de plusieurs rapports et statistiques accessibles sur le site officiel de la Fondation ;
- L'enseignement de la langue et de la culture marocaine aux enfants des MRE ;
- La contribution à la sauvegarde des valeurs culturelles ;
- L'organisation des séjours culturels pour 800 à 950 enfants des MRE âgés entre 9 et 11 ans (critères : appartenance à une famille modeste, obtention de bons résultats scolaires) accompagnés de 10 à 15% de non marocains qui découvrent la culture marocaine ;
- Lancement du Centre Virtuel Marocain E-TAQAFAMA en 2015 destiné aux MRE ;
- Le lancement de l'ESPACE RIVAGES en 2016 où les artistes marocains de l'étranger peuvent exposer leurs œuvres (33 expositions à ce jour de plusieurs pays) ;
- Le soutien à la réalisation des films documentaires et de fiction par la Fondation ;
- Le soutien aux festivals au Maroc (Oujda, Saidia, Agadir, Tanger,..etc) et à l'étranger ;
- La conception d'un CD sur l'histoire et la culture du Maroc ;
- L'organisation de séminaires ;
- Le soutien à la recherche.

**M. Kamal TABINE : linguiste et chercheur en leadership à l'American College of Education (Washington DC - Etats – Unis).**

M. Tabine a commencé par souligner le rôle important que jouent les MRE dans la diplomatie culturelle en collaboration avec les instituts marocains d'enseignement de la langue arabe aux étudiants étrangers.

Toutefois, suite à la fermeture des frontières à cause de la pandémie COVID19, tous les programmes d'études et d'échanges ont été suspendus aux Etats - unis et ont été remplacés par des programmes virtuels pour permettre aux étudiants américains de vivre une expérience culturelle personnalisée qui leur permet de pratiquer aussi bien l'arabe classique que le Darija en plus d'entrer en contact avec la culture marocaine.

Ces étudiants ont pu virtuellement communiquer avec des restaurateurs, des vendeurs aux bazars,..etc dans plusieurs villes comme Tanger, Rabat et Meknès...etc

Un 2<sup>ème</sup> programme a concerné les stages à distance « Remote internship » dans des entreprises marocaines sous la supervision conjointe d'un encadrant américain et un encadrant marocain représentant l'entreprise qui a accueilli le stagiaire qui doit rédiger un rapport de stage analytique.

#### **M. Ahmed MAHOU : Chercheur dans le domaine de l'immigration et acteur associatif (Belgique).**

M. Mahou a remercié les organisateurs pour l'invitation car selon lui, il est très rare que les MRE soient associés à la réflexion au Maroc.

Il s'est posé la question sur la définition de la culture ? et ce qui la différencie de celle des MRE ? quelle rôle jouent les MRE dans la diffusion de la culture marocaine ?

**Définition de la culture :** c'est l'ensemble des connaissances, des savoir-faire, des traditions, des coutumes, propres à un groupe humain, à une civilisation qui vit dans un espace. Elle se transmet socialement, de génération en génération et non par l'héritage génétique, et conditionne en grande partie les comportements des individus qui deviennent fières d'y appartenir et s'attaquent à tout ce qui la menace .

La culture englobe de très larges aspects de la vie en société : techniques utilisées, moeurs, morale, mode de vie, système de valeurs, croyances, rites religieux, organisation de la famille et des communautés villageoises, habillement, arts, ...etc.

On distingue généralement trois grandes formes de manifestation de la culture: l'art, le langage et la technique.

Les MRE sont des ambassadeurs du Maroc dans leurs pays de résidence car ils sont fières d'appartenir à la culture marocaine quoiqu'il arrive et où qu'ils soient même en Amazonie.

**Définition de la culture diasporique:** les MRE comptent 6 millions soit 15% de la population du Maroc et ce chiffre tend à augmenter avec le flux d'immigration qui continue. Les MRE ne sont plus des ouvriers de la première génération mais il y a des politiciens, des médecins,...etc

La culture diasporique est une culture marocaine à laquelle s'est ajoutée une histoire de rupture, de douleur ainsi que le vécu et l'acquis des MRE dans leurs pays de résidence.

Toutefois, Monsieur Mahou a souligné que les MRE rencontrent certaines difficultés qui peuvent empêcher certains d'eux de jouer pleinement leur rôle d'ambassadeurs de la culture marocaine :

- La stigmatisation à leur retour au pays;
  - Les MRE revendiquent depuis presque 20 ans leur droit d'être des citoyens à part entière même si la constitution l'a clairement reconnu : le 21 Mai 2021, le parlement marocain a voté en majorité contre la participation politique des MRE;
  - La difficulté d'accès au territoire pendant la pandémie (mauvaise gestion);
  - Le refus du rapatriement des dépouilles mortuaires (le seul pays à le faire);
  - Le manque de communication entre les postes consulaires et les ambassades avec les immigrés marocains : pas de réponse aux emails ni au téléphone
  - Les problèmes liés aux 3ème âge et maisons de retraite : vieux délaissés sans aucune considération de leur religion,...etc (envoi au Haj des fonctionnaires au lieu d'envoyer ces vieux).
  - Les MRE sont méprisés quand ils reviennent dans leur pays d'origine et on y voit que l'intérêt économique que représente leurs transferts. Cela est dû à un manque de communication entre les marocains résidents au Maroc et ceux qui résident ailleurs.
- Toutefois, l'ensemble de ces problèmes n'ont jamais empêché les MRE de défendre les intérêts du Maroc car la nationalité marocaine ne se perd jamais.
- La fondation Hassan II a fait beaucoup mais les autres institutions doivent en faire de même car les MRE demandent la préservation de leur identité culturelle et religieuse sinon il y a d'autres qui peuvent s'en occuper.
  - Les associations des MRE sont très nombreuses et osent parfois d'où l'instauration d'un climat de méfiance et de rupture de communication avec les ambassades.

- Il faut lancer des passerelles avec les audiences étrangères tout en tenant compte des autres minorités et de la société dans laquelle ils vivent.

L'objectif est de casser les stéréotypes sur les marocains, les arabes et les musulmans en general et contrer les "fake news" sur les immigrés marocains pour une meilleure cohabitation avec les autres nationalités.

Les marocains ont la capacité d'attirer les autres audiences vers le Maroc mais il faut mettre beaucoup de moyens pour y parvenir.

**Mme Zahra MENNOUNE, Journaliste marocaine au Canada, directrice générale et Rédactrice en Chef de la Revue ALWAN et Correspondante de plusieurs supports medias**

Mme Zahra Mennoune a abordé la situation dans la ville de Toronto en particulier et au Canada en général au lendemain de l'annonce de la découverte des premiers cas de COVID19 et la perturbation des manifestations culturelles et sportives, tous les effets négatifs sur la santé mentale et physique qui se sont accumulés au fil des jours et des mois ainsi que l'isolement social forcé et la désintégration sociale des liens et des relations.

Durant la pandémie, la coopération entre les gouvernements face à la pandémie a été marquée par les conflits d'intérêts, même entre alliés et beaucoup d'hypocrisie flagrante a été cachée derrière la diplomatie officielle.

Le soft power a été aussi impacté et des foyers de tension ont vu le jour notamment pendant la guerre entre la Russie et l'Ukraine, par conséquent les diplomates, les politiciens et les leaders d'opinion doivent agir Le cyberspace, exutoire libre et gratuit, est devenu une véritable zone de guerre largement utilisée pour régler des comptes entre les États et les gouvernements.

C'est ainsi que l'impact de la crise et ses conséquences ont largement dépassé les capacités des marocains de la diaspora qui étaient préoccupés durant les mois de crise par la fermeture et l'ouverture des frontières des exigences de l'Organisation mondiale de la santé et des gouvernements ajouté à cela l'anxiété existante et persistante de la famille au Maroc.

### **Conclusions de la séance n°3 :**

L'objectif de cette séance était de vérifier si les MRE ont pu prendre le relais de la diplomatie culturelle pendant la crise sanitaire COVID19.

Les différentes interventions ont permis d'avoir une idée sur les efforts de diplomatie culturelle déployés par la Fondation Hassan II pour les MRE en tant qu'audience étrangère très particulière toutefois, les trois témoignages des MRE ont soulevé la difficulté pour les MRE de jouer pleinement le rôle de relais de la diplomatie culturelle dans les conditions imposées par la pandémie et qui a généré un sentiment de frustration et de rejet sans nier l'apparition de certaines actions même digitales qui ont pu sauver la situation.

### **III - RECOMMANDATIONS**

Les différentes interventions ont fait part de plusieurs recommandations directement et indirectement et qui peuvent être classées en deux volets : le volet stratégique et le volet opérationnel.

#### **Au niveau stratégique :**

- La diplomatie culturelle est partagée entre plusieurs départements étatiques et acteurs de la société civile en plus du secteur privé mais aucun d'eux ne peut porter un projet fédérateur en raison de l'absence d'une stratégie globale qui fédère tous les intervenants (département ministériels, société civile, secteur privé,...etc) et assure une meilleure coordination et collaboration interdépartementale. Il est temps de créer une agence indépendante dédiée à la culture avec un budget à part.
- La culture marocaine devrait être la projection d'une synthèse distinctive de la tradition et de la modernité et continuer à se réinventer pour rester pertinente tout en s'appuyant sur les techniques de communication et de marketing.

#### **Au niveau opérationnel :**

- Le Maroc devrait être accompagné par un cabinet spécialisé pour améliorer son classement annuel dans les différents piliers du Soft power à l'instar de ce que font d'autres pays ;
- Adhérer au système des étoiles pour avoir une reconnaissance internationale de la gastronomie marocaine ;
- Organiser des événements en Gastro-Diplomatie pour pouvoir aller à la rencontre d'autres Cultures ;
- Former les jeunes à l'art de la gastronomie ;

- Continuer à soutenir les initiatives des acteurs culturels pour promouvoir les échanges et les dialogues culturels et artistiques pour permettre au Maroc d'affirmer davantage son soft-power culturel sur la sphère internationale (Union des écrivains du Maroc, Fédération nationale du Scoutisme Marocain, Associations des MRE...etc);
- Personnaliser la stratégie de diplomatie culturelle par pays en tenant compte des enjeux des relations diplomatiques bilatéraux, l'histoire et la culture du pays en question ;
- Revoir la procédure de nomination des conseillers culturels au niveau des ambassades marocaines ;
- Revoir le budget des ambassades alloué à la diplomatie culturelle et les doter de vrais profil de Conseiller culturel ;
- Impliquer davantage du secteur privé dans l'économie de la culture;
- Valoriser les industries culturelles qui synchronisent les trois variables économique, culturelle et touristique ;
- Impliquer les régions dans l'émergence de l'offre culturelle ;
- Se repositionner au niveau des instances internationales en charge de la culture pour défendre les intérêts du pays (être présents, influencer l'opinion publique par le biais de projets,...etc) ;
- Renforcer la culture en interne pour rayonner en externe en donnant plus d'importance aux éléments de la diplomatie culturelle interne : villages, lieux historiques, les monuments , les musées...etc ;
- Encourager l'étude des langues étrangères ;
- Repenser la mission des centres culturels marocains et les orienter vers les audiences étrangères au lieu des MRE uniquement ;
- Combattre les 3 formes d'analphabétisme ;
- Tenir compte de l'importance des mass médias comme la télévision par satellite et les réseaux sociaux, le cinéma et toutes les industries culturelles...etc ;
- Se réconcilier avec les MRE en leur permettant de vivre entièrement leur citoyenneté et les doter de moyens pour leur permettre de bien jouer leur rôle de relais de la diplomatie culturelle.

## IV- ACTIVITES EN MARGE

### 1. MPDC AWARDS

Le Centre Marocain de Diplomatie Publique a lancé un appel à candidatures pour sa première édition du Trophée annuel pour la diplomatie publique pour reconnaître le leadership exceptionnel et la contribution aux efforts de la diplomatie publique marocaine et plus particulièrement la diplomatie culturelle. Ces distinctions accordent une importance particulière à la contribution aux axes stratégiques suivants :

- Le progrès de la recherche et de la pratique de la diplomatie culturelle;
- Le développement des capacités des différents acteurs dans le domaine de la diplomatie culturelle;
- L'engagement de la communauté pour projeter et promouvoir au monde une image positive du Maroc.

Le MPDC Award est décerné à cinq catégories d'acteurs de nationalité marocaine :

- les administrations;
- les structures de recherche;
- les entreprises;
- les ONGs (fondations, associations, syndicats, ...etc.);
- les individus

Quant au processus de sélection, les candidatures ont été évaluées par un comité composé d'experts en ingénierie culturelle, en relations internationales, en communication stratégique et d'influence, en communication politique et publique, et en marketing territorial ainsi que des professeurs universitaires...etc sur la base du dossier de candidatures comprenant pour chaque action menée les pièces justificatives (notes internes, lien sur site web, documents officiels, photos, enregistrements...etc) qui ont permis au comité de juger de :

- Leur qualité (contexte, objectifs stratégiques, tactiques et opérationnels, audiences ciblées, méthodes d'évaluation d'impact);
- Leur impact : en termes quantitatifs (nombre de personnes touchées) et qualitatifs (Soft power généré) ;
- Leur motivation (comprendre, informer, engager et influencer) ;
- Leur pérennité.

Cinq critères de sélection ont été adoptés à savoir :

- Le soutien à la diplomatie culturelle : activités qui soutiennent les efforts de diplomatie culturelle pour comprendre, informer, engager et influencer les publics étrangers.
- L'impact/effet multiplicateur : activités qui génèrent des résultats substantiels et une rétroaction positive dans la communauté visée ; la reproduction des meilleures pratiques par des individus ou des organisations dans la communauté élargie.
- La durabilité: activités durables et culturellement pertinentes de sorte qu'elles soient largement acceptées par les individus ou les organisations de la communauté visée ; mesures tangibles et efficaces
- Les valeurs et les publics clés: actions qui véhiculent des valeurs marocaines positives telles que l'hospitalité, la solidarité, la tolérance,...etc et qui se concentrent sur des publics tels que les jeunes, les femmes, les leaders d'opinion, les religieux , les élites et les journalistes...etc.

C'est ainsi que les membres du jury en charge de l'évaluation des candidatures reçues se sont réunis au siège du Moroccan Public Diplomacy Center sis à la Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales de Souissi à Rabat pour examiner les candidatures recues et ont décidé à l'unanimité d'attribuer les Trophées MPDC Awards pour l'édition 2022 à :

- Catégorie "Individus" : M. Hicham Samh propriétaire du Restaurant "Tajin Moroccan Cuisine" à Taipei (Taiwan).
- Catégorie "Entreprises privées" : la Société Anya spécialisée dans l'Ingénierie de projets culturels, spectacles vivants, expositions, tournées d'artistes..etc

## 2. SIGNATURE DE CONVENTION

Lors de la cérémonie d'ouverture du Symposium, le Moroccan Public Diplomacy Center et l'Observatoire Marocain de la Souveraineté Numérique ont signé une convention de partenariat qui s'articule autour des points suivants :

- Favoriser les synergies et améliorer la coordination, de façon à utiliser leurs ressources respectives avec plus d'efficacité et d'efficience ;
- Réaliser des projets d'intérêt commun ;
- Améliorer la coopération entre les deux Parties dans leurs domaines de compétences afin d'en tirer le maximum d'avantages pour leurs membres respectifs.

En vertu de ladite convention, les deux parties s'engagent à :

- Participer activement à faire progresser et enrichir l'étude et la pratique de la Diplomatie digitale dans plusieurs domaines (Culturel, Universitaire, économique,... etc) en associant leurs membres à la réalisation des recherches, l'animation des interventions et à l'organisation des événements conjoints ;
- Inviter les représentants et membres de chaque partie à tout évènement en relation avec les objectifs de la convention;
- S'assurer une visibilité mutuelle sur tous leurs supports de communication en tant que partenaires sur des sujets liés aux objectifs de la convention ;
- Contribuer à la communication autour des événements jugés utiles à médiatiser par les deux Parties.

Les activités de coopération entre les deux Parties seront établies sur la base d'un programme de travail arrêté et convenu de commun accord.

## V- REMERCIMENTS

Ce Symposium n'aurait pas pu voir le jour sans la contribution de plusieurs partenaires. A ce titre, MPDC tient à remercier :

Le Ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication d'avoir bien voulu placer cet événement sous son égide et le soutenir à tous les niveaux.

Pr. Jamaledine El Hani, le Doyen de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines qui a bien voulu marquer son accord pour accueillir ce Symposium au sein de la magnifique salle de conférences Acharif Al Idrissi.

Nous remercions également tous nos partenaires, les intervenants (marocains et étrangers d'ici et d'ailleurs, l'équipe d'organisation, le Comité Scientifique, les invités ainsi que toute personne qui a contribué de près ou de loin à la réussite de ce Symposium.