

Que signifie « Made in Morocco » pour les IA ?

Analyse comparative de la perception, de la qualité, de la confiance et de la compétitivité associées aux produits fabriqués au Maroc dans les réponses de 9 modèles d'IA.

ÉDITION

Août 2026

PÉRIMÈTRE

Royaume du Maroc - représentation internationale des produits fabriqués au Maroc

CORPUS SOURCE

ChatGPT, Claude, DeepSeek, Gemini, Grok, Kimi, Mistral, Perplexity, Qwen

NATURE DU DOCUMENT

Étude comparative à destination des décideurs économiques et institutionnels

Réalisé par mention.ma ORG

Plateforme d'intelligence stratégique IA pour les institutions et organisations publiques - Accéder à la plateforme

<https://www.mention.ma/organizations>

Publié le 8 août 2026 - contact@mention.ma

Ce document constitue une synthèse analytique de contenus générés par des systèmes d'intelligence artificielle. Il ne se substitue pas à une due diligence réglementaire, juridique ou financière et ne saurait engager la responsabilité de ses auteurs quant aux décisions qui en découleraient. Les données chiffrées citées proviennent des réponses du corpus et doivent être vérifiées auprès des sources primaires avant toute décision. mention.ma ORG ne formule aucune opinion et ne prend position sur aucun des sujets analysés. La plateforme mesure et restitue exclusivement le contenu des réponses générées par des intelligences artificielles tierces.

SYNTHÈSE

Le Made in Morocco est à la fois traditionnel et industriel, mais rarement innovant

9/9**Capacités industrielles**

Présentes dans les cinq associations de chaque modèle.

8/9**Artisanat et savoir-faire**

Un consensus fort, souvent lié à l'authenticité.

0/45**Innovation dans le top 5**

Aucune association prioritaire ne porte sur la tech ou la R&D.;

1 Deux Maroc coexistent dans les réponses

Le patrimoine reste un repère quasi universel, tandis que l'automobile et l'aéronautique installent un second récit, industriel et B2B.

2 La reconnaissance sectorielle ne devient pas une marque-pays

La reconnaissance internationale reçoit exactement 3 sur 5 chez les 8 modèles qui donnent un score exploitable.

3 L'origine ajoute le plus de valeur à l'artisanat

Le score sectoriel moyen atteint +1,75 sur +2, avec 8 réponses codables. La technologie reste neutre à 0,00 sur 5 réponses codables.

4 Le B2B est mieux documenté que le B2C

Les capacités industrielles sont reconnues, mais les modèles attribuent souvent la confiance aux donneurs d'ordre internationaux plutôt qu'à l'origine marocaine.

5 La preuve est dispersée

Les 9 modèles citent des institutions marocaines, mais un seul fournit systématiquement des liens directement lisibles dans le corpus.

SECTION 01

Pourquoi observer le Made in Morocco dans les réponses des IA

Les assistants d'IA deviennent un intermédiaire de découverte et de comparaison. Ils peuvent donc contribuer à la manière dont un secteur, une origine ou une marque-pays est décrite. Cette étude mesure uniquement les représentations produites par les modèles testés.

L'analyse ne mesure ni la qualité réelle des produits marocains, ni l'opinion des consommateurs, ni la performance économique nationale. Elle décrit les associations, évaluations, sources déclarées et écarts de narration présents dans le corpus transmis.

18**Réponses**

Deux prompts pour chacun des 9 modèles.

45**Associations prioritaires**

Cinq associations codées par modèle.

Protocole

1**Lecture séparée**

Chaque réponse a été analysée avant la synthèse transversale.

2**Codage contrôlé**

Les formulations proches ont été regroupées seulement lorsqu'elles décrivaient le même concept.

3**Scores stricts**

Seules les appréciations exactes ont été converties. Les plages et formulations composites restent ND.

4**Analyse croisée**

Les associations spontanées du Prompt 1 sont comparées aux évaluations sectorielles du Prompt 2.

Périmètre de collecte

Les réponses ont été collectées le 8 août 2026 directement depuis les interfaces de ChatGPT, Gemini, Perplexity, Grok, Kimi, DeepSeek, Qwen, Mistral et Claude. Le corpus comprend 18 réponses obtenues à partir de deux prompts identiques, puis traitées selon une grille commune de comparaison.

SECTION 02

Les associations les plus fréquentes

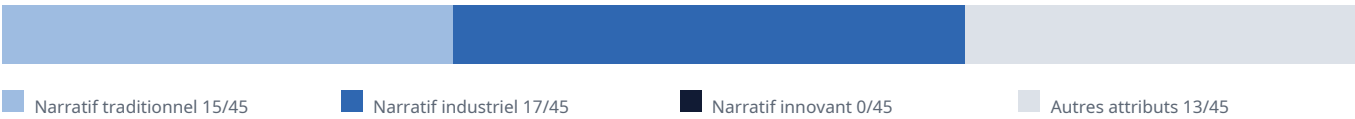
Fréquence parmi les cinq associations prioritaires fournies par chaque modèle. Une association peut relever de plusieurs catégories si sa formulation l'impose.



Lecture

Le consensus ne se réduit pas au patrimoine. Tous les modèles introduisent une capacité industrielle dans leur top 5, tandis que 8 sur 9 conservent l'artisanat et le savoir-faire. L'innovation, la technologie, le numérique ou la R&D; ne figurent dans aucun des 45 items prioritaires.

Tradition, industrie ou innovation



Le narratif industriel occupe 17 des 45 associations, devant le narratif traditionnel avec 15. L'univers innovant reste nul selon la règle stricte retenue. Les 13 autres items portent surtout sur la stabilité, le prix, le label ou la qualité.

SECTION 03

Les secteurs visibles et ceux cités comme faibles

Le Prompt 1 ne proposait pas de liste sectorielle. Les modèles pouvaient distinguer une association établie d'une association faible ou émergente. Aucune position moyenne n'est calculée car les listes n'étaient pas présentées comme des classements.



1 Une visibilité n'est pas une valorisation

La technologie apparaît chez les 9 modèles, mais uniquement comme association faible ou émergente. À l'inverse, les cinq secteurs historiques ou industriels principaux sont décrits comme établis par 8 modèles.

2 Le Maroc industriel est déjà installé dans le corpus

L'automobile et l'aéronautique ne sont pas seulement reconnues lorsqu'elles sont suggérées. Huit modèles sur neuf les introduisent déjà dans le Prompt 1. Claude constitue l'exception la plus nette.

3 La cosmétique reste concentrée sur la naturalité

Six modèles décrivent une image établie, presque toujours portée par l'argan et les ingrédients naturels. Les marques de cosmétique manufacturée restent beaucoup moins visibles.

SECTION 04

Évaluation du Made in Morocco selon huit dimensions

Échelle stricte de 1 à 5. ND signifie que le modèle a donné une plage, une formulation composite ou aucune réponse exploitable.

	Qualité	Q/P	Savoir-faire	Innovation	Modernité	Durabilité	Confiance	Reconnaiss.
ChatGPT	3	4	4	ND	ND	3	3	3
Gemini	ND	4	4	3	4	3	ND	3
Perplexity	4	4	4	3	4	3	3	3
Grok	ND	4	ND	3	4	3	ND	3
Kimi	4	4	ND	ND	4	ND	4	3
DeepSeek	ND	3	4	3	ND	3	3	3
Qwen	4	5	5	3	4	3	4	3
Mistral	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND
Claude	ND	4	5	ND	3	ND	ND	3

1 très faible 2 faible 3 moyenne 4 forte 5 très forte ND non déterminable

Ce que la matrice permet d'affirmer

Le rapport qualité-prix est codable chez 8 modèles et atteint 4,00. Le savoir-faire atteint 4,33 sur 6 réponses. La reconnaissance internationale est la seule dimension à produire une unanimité exacte, avec 3 sur 5 chez les 8 modèles codables. L'innovation et la durabilité sont toutes deux à 3,00, mais leur couverture est plus faible.

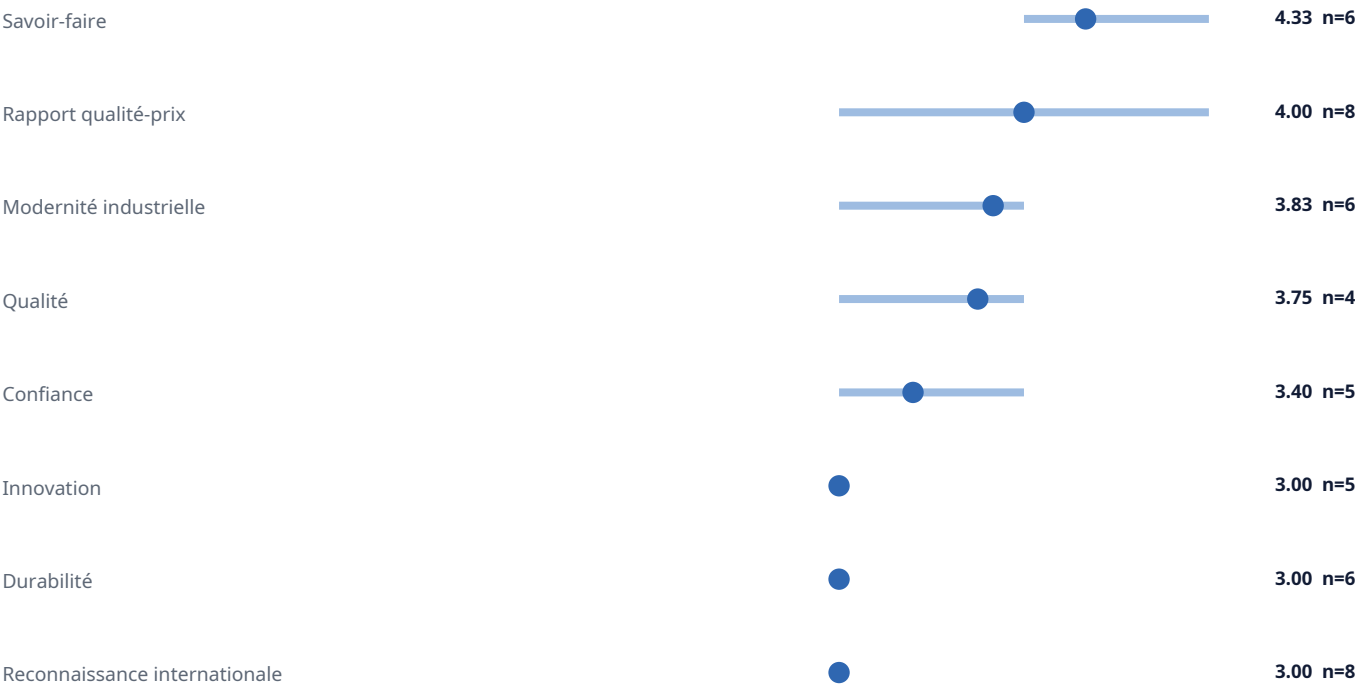
Pourquoi autant de ND

Les modèles ont souvent nuancé selon les secteurs ou les publics. Convertir « moyenne à forte » en 3,5 aurait créé une précision non demandée. Les ND préservent la réponse originale et rendent visible l'hétérogénéité de formulation.

SECTION 04

Moyennes, dispersion et couverture

Le point indique la moyenne. Le trait indique le minimum et le maximum. La dispersion est l'écart-type population calculé sur les seules valeurs déterminables.



Dimension	Moy.	Méd.	Min-max	σ	n/9	Sous / au-dessus
Qualité	3.75	4.0	3-4	0.43	4/9	1 / 3
Rapport qualité-prix	4.00	4.0	3-5	0.50	8/9	1 / 1
Savoir-faire	4.33	4.0	4-5	0.47	6/9	4 / 2
Innovation	3.00	3.0	3-3	0.00	5/9	0 / 0
Modernité industrielle	3.83	4.0	3-4	0.37	6/9	1 / 5
Durabilité	3.00	3.0	3-3	0.00	6/9	0 / 0
Confiance	3.40	3.0	3-4	0.49	5/9	3 / 2
Reconnaissance internationale	3.00	3.0	3-3	0.00	8/9	0 / 0

La convergence chiffrée la plus forte porte sur l'innovation, la durabilité et la reconnaissance, toutes sans dispersion parmi les réponses codables. Ce résultat ne signifie pas que les modèles sont unanimement convaincus. Ils convergent sur une appréciation moyenne, et plusieurs autres réponses restent non déterminables.

SECTION 05

Quelle valeur apporte l'origine marocaine selon les secteurs

Échelle du Prompt 2 allant de -2 très négatif à +2 très positif. Les plages et signaux différents selon le public restent ND.

	Artisanat	Textile	Agro	Cosmétique	Automobile	Aéronautique	Tech
ChatGPT	2	1	ND	1	1	ND	0
Gemini	2	1	1	2	1	1	0
Perplexity	2	1	1	2	ND	ND	0
Grok	ND	ND	1	1	1	ND	ND
Kimi	1	ND	1	ND	2	2	ND
DeepSeek	1	ND	1	ND	2	2	ND
Qwen	2	ND	1	1	1	1	0
Mistral	2	1	1	ND	ND	1	0
Claude	2	1	1	ND	ND	2	ND

-2 très négatif -1 négatif 0 neutre +1 positif +2 très positif ND non déterminable

Lecture essentielle

Aucun score négatif univoque n'a été codé. Les réserves négatives apparaissent dans des plages comme « neutre à négatif », surtout pour la technologie et parfois le textile. Elles sont donc visibles qualitativement, mais ne sont pas converties en -1. Cette décision évite de transformer une nuance en verdict.

Consensus sectoriel

Le textile et l'agroalimentaire reçoivent +1 chez toutes les réponses codables. La technologie reçoit 0 chez les 5 modèles codables. L'artisanat est la seule catégorie dont le score approche le maximum collectif, avec +1,75 sur 8 réponses.

SECTION 05

Les secteurs où l'origine apporte le plus de valeur

Classement des moyennes du Prompt 2. La taille d'échantillon varie car les plages ne sont pas converties.



Trois écarts de représentation

1 Association forte et différenciation forte

L'artisanat est cité comme image établie par 8 modèles et obtient le meilleur score sectoriel. Le récit spontané et l'évaluation convergent.

2 Reconnaissance industrielle sans propriété narrative

Auto et aéronautique sont visibles dans 8 réponses au Prompt 1, mais plusieurs modèles précisent que les marques internationales captent la confiance en B2C.

3 Angle mort persistant

La technologie est citée comme faible par 9 modèles et reste neutre chez les 5 réponses codables. Les quatre autres emploient des plages allant jusqu'au négatif.

4 Innovation évaluée, mais jamais prioritaire

Lorsqu'elle est notée, l'innovation reçoit 3 sur 5. Pourtant, aucun modèle ne la place dans ses cinq premières associations.

SECTION 06

Les IA ne racontent pas toutes le même Maroc

La moyenne individuelle n'est qu'un repère. Elle est accompagnée du nombre de dimensions codables et ne vaut pas classement absolu.

Modèle	Narratif dominant	Moyenne P1	Élément distinctif	Sources
ChatGPT	Équilibre tradition-industrie	3,33 (n=6)	Prudent sur innovation et aéronautique	Sources nommées
Gemini	Transition vers l'industrie	3,50 (n=6)	Cosmétique très positive	Sources nommées
Perplexity	Panorama sectoriel large	3,50 (n=8)	Toutes les dimensions codables	Liens directs
Grok	Industrie, coût et logistique	3,40 (n=5)	Beaucoup de réponses en plage	Sources nommées
Kimi	Plateforme B2B et stabilité	3,80 (n=5)	Auto et aéronautique très positives	Sources nommées
DeepSeek	Label et transformation industrielle	3,17 (n=6)	Lecture numérique la plus critique	Sources nommées
Qwen	Patrimoine et industrie	3,88 (n=8)	Lecture la plus favorable	Références non résolues
Mistral	Artisanat, industrie, transition	ND (n=0)	Tableau des 8 dimensions absent	Références non résolues
Claude	Narratif le plus traditionnel	3,75 (n=4)	Fort clivage B2B-B2C	Références non résolues

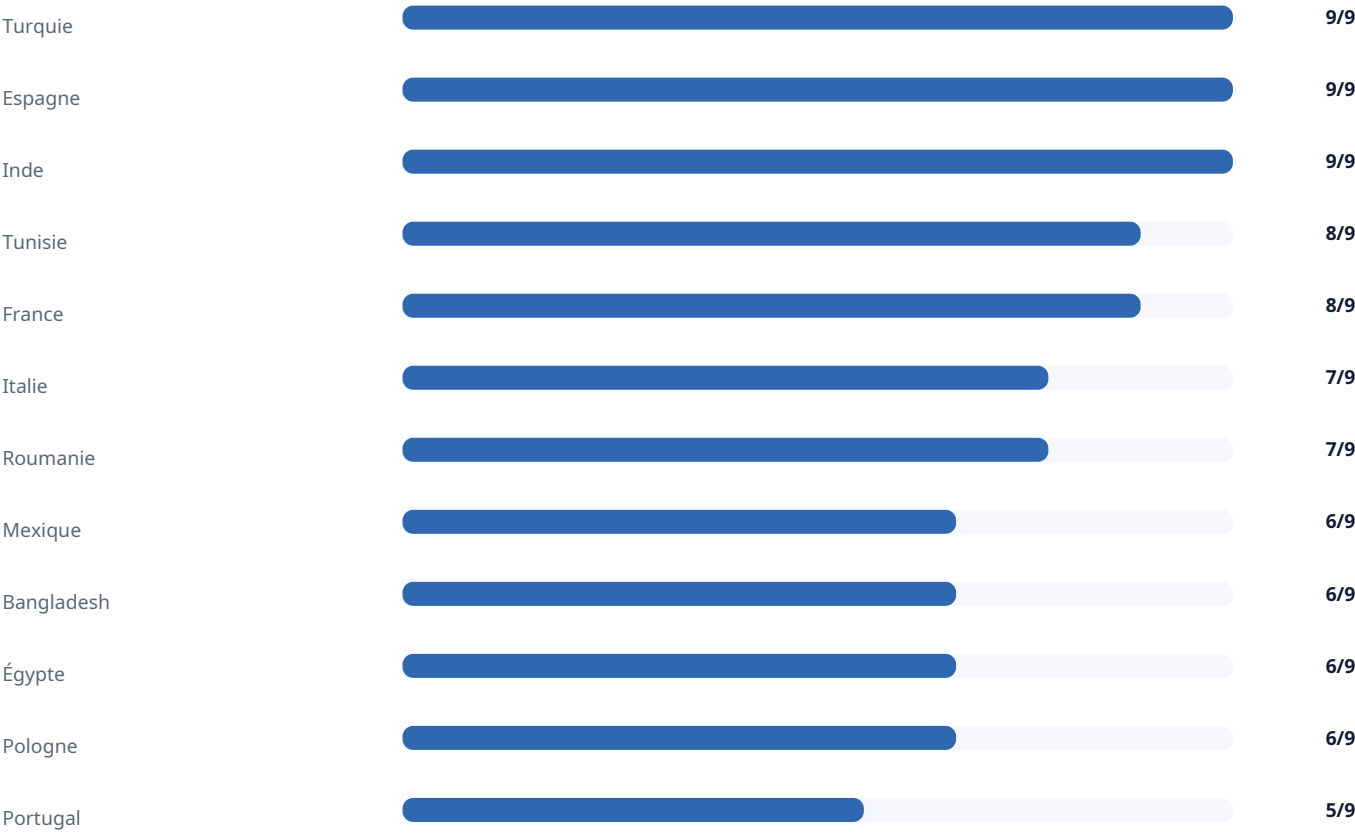
Repères transparents

Qwen présente la moyenne déterminable la plus élevée, 3,88 sur 8 dimensions. DeepSeek présente la plus basse, 3,17 sur 6. Claude est le plus traditionnel avec 3 associations sur 5. Gemini, Grok et Kimi sont les plus industriels avec 3 sur 5. Aucun modèle ne peut être qualifié de principalement innovant. Perplexity fournit la couverture sectorielle et documentaire la plus exploitable.

SECTION 07

Les concurrents du Maroc

Fréquence de citation des pays dans les comparaisons du Prompt 2. Les régions non détaillées, comme « Europe de l'Est », ne sont pas comptées comme pays.



Pays	Secteurs où la comparaison revient	Critères dominants
Turquie	Artisanat, textile, agro, cosmétique, auto, aéronautique	Coût, finition, proximité, capacité industrielle
Espagne	Agro, textile, automobile	Fraîcheur, logistique, normes, intégration européenne
Inde	Artisanat, textile, cosmétique, numérique	Prix, échelle, savoir-faire, innovation
Tunisie	Artisanat, textile, cosmétique, aéronautique	Proximité culturelle, coût, volume, spécialisation
France	Cosmétique, agro, aéronautique, technologie	Marques, qualité, certification, innovation
Roumanie	Automobile, textile, numérique	Nearshoring, coût, compétences, intégration UE

SECTION 08

Les sources qui construisent le narratif

Cette section analyse les sources déclarées par les modèles. Elle ne valide ni les chiffres, ni la qualité des références citées.

Catégories de sources citées

Institutions publiques marocaines		9/9
Médias et presse sectorielle		7/9
Études académiques ou de marché		6/9
Institutions et indices internationaux		6/9
Entreprises et organisations professionnelles		6/9

Références nommées récurrentes

Office des Changes		7/9
IRES		3/9
ITC		2/9
AMDIE		2/9

Traçabilité dans le corpus

1/9 Liens directs lisibles Perplexity fournit des URL exploitables dans le texte.	5/9 Sources nommées Catégories ou organismes sans liens directs systématiques.	3/9 Jetons non résolus Qwen, Mistral et Claude conservent des marqueurs incomplets.
--	---	--

Insight documentaire

Le narratif repose d'abord sur des institutions marocaines, souvent l'Office des Changes. Cette centralité renforce la cohérence des faits économiques évoqués, mais la traçabilité reste insuffisante pour le lecteur. Les références non résolues empêchent de relier plusieurs chiffres à une publication précise. Le rapport conserve donc ces mentions comme déclarations des IA, non comme faits vérifiés.

SECTION 09

Les forces attribuées et les réserves récurrentes

Taxonomies construites à partir des deux prompts. Le comptage indique le nombre de modèles ayant formulé explicitement l'idée.

Forces

Compétitivité et rapport qualité-prix		9/9
Savoir-faire et authenticité		9/9
Intégration industrielle et normes		9/9
Terroir et produits naturels		8/9
Proximité logistique		8/9
Stabilité et infrastructures		6/9

Freins et incertitudes

Faible visibilité des marques marocaines		9/9
Innovation et technologie peu visibles		9/9
Performance B2B peu attribuée au Maroc		9/9
Qualité perçue comme hétérogène		8/9
Traçabilité, label et certifications peu lisibles		8/9
Réserves sociales ou environnementales		7/9

Une tension structurelle

Les forces et les freins ne s'annulent pas. Les modèles peuvent reconnaître une conformité industrielle forte tout en considérant que cette performance reste invisible au consommateur. Ils peuvent aussi valoriser l'authenticité tout en signalant une qualité inégale ou une traçabilité insuffisante. Le résultat central n'est donc pas une image positive ou négative, mais une image fragmentée selon les secteurs, les marques et les publics.

SECTION 10

Six insights qui n'apparaissent qu'en croisant les réponses

1 L'industrie a rattrapé le patrimoine

9 modèles placent une capacité industrielle dans leur top 5, contre 8 pour l'artisanat.

2 L'innovation n'est pas un réflexe

0 association sur 45 relève explicitement de la technologie, du numérique, de la R&D; ou des startups.

3 La marque-pays plafonne

8 modèles sur 8 réponses codables évaluent la reconnaissance internationale à 3 sur 5.

4 Le signal industriel est surtout B2B

Les marques mondiales et les certifications portent la confiance, tandis que l'origine reste secondaire en B2C.

5 La cosmétique est un récit d'ingrédient

L'argan est très valorisé, mais plusieurs modèles distinguent la matière première des marques marocaines finies.

6 La technologie est visible comme absence

9 modèles la nomment comme faible. Cinq donnent un score exact de 0 et quatre emploient des plages jusqu'au négatif.

Contradiction la plus nette

Claude présente au Prompt 1 une image industrielle principalement limitée au textile, puis attribue au Prompt 2 un signal positif à très positif à l'automobile et très positif à l'aéronautique. Cette variation montre que la formulation sectorielle explicite peut activer des connaissances qui ne structurent pas l'image spontanée du modèle.

SECTION 11

Matrice d'actions fondée sur les écarts observés

Ces recommandations portent sur la qualité et la découvrabilité de l'information accessible aux IA. Elles ne présument pas d'un défaut réel des produits ou des secteurs.

Observation dans les IA	Conséquence pour le Made in Morocco	Action recommandée	Acteurs concernés
0/45 association prioritaire sur l'innovation	Le Maroc innovant n'entre pas dans le récit spontané	Publier des dossiers de preuve datés sur produits, brevets, R&D;., startups et cas d'export, avec données téléchargeables	Ministères compétents, acteurs publics du numérique, universités, entreprises
Auto et aéronautique visibles chez 8/9 modèles, mais confiance souvent attribuée aux donneurs d'ordre	La capacité industrielle ne devient pas un capital de marque-pays	Ajouter l'origine, les fournisseurs marocains, les taux d'intégration et les certifications aux études de cas et annuaires sectoriels	AMDIE, fédérations auto et aéronautique, exportateurs
Reconnaissance internationale à 3/5 chez 8/8 modèles codables	L'origine reste une signature moyenne, non autonome	Créer un registre public du label avec critères, entreprises certifiées, audits, dates et identifiants persistants	Ministère de l'Industrie, IMANOR, AMDIE
Faible visibilité des marques citée par 9/9 modèles	La valeur est captée par les marques étrangères ou l'ingrédient	Documenter un portefeuille resserré de marques exportatrices avec pages produit, marchés, preuves qualité et points de vente	Entreprises, fédérations, organismes de promotion des exportations
Un seul modèle fournit des liens directement lisibles	Les chiffres deviennent difficiles à vérifier et à réutiliser	Publier des pages canoniques bilingues, URL stables, tableaux CSV, définitions et dates de mise à jour	Office des Changes, HCP, ministères, fédérations
Qualité hétérogène dans 8/9 réponses et réserves de traçabilité dans 8/9	Une réussite sectorielle ne garantit pas la confiance dans l'ensemble de l'origine	Produire des tableaux de bord sectoriels sur conformité, certification, traçabilité, qualité et indicateurs sociaux-environnementaux	IMANOR, organismes de contrôle, fédérations, entreprises

CONCLUSION

Que signifie aujourd'hui Made in Morocco pour les IA ?

Dans ce corpus, Made in Morocco signifie d'abord une origine capable de combiner savoir-faire, compétitivité et industrie. Cette combinaison est crédible, mais elle ne forme pas encore une signature unique.

L'artisanat conserve la valeur symbolique la plus forte et obtient le meilleur score sectoriel. Parallèlement, l'automobile et l'aéronautique ont acquis une place spontanée dans presque toutes les réponses. Le corpus ne raconte donc plus uniquement un Maroc patrimonial. Il décrit aussi une plateforme industrielle reconnue par les acheteurs professionnels.

La limite se situe entre capacité et attribution. Les modèles reconnaissent les usines, les normes, la logistique et les chaînes mondiales, mais rattachent souvent la confiance aux marques étrangères. L'innovation reste moyenne lorsqu'elle est évaluée, mais absente des associations prioritaires. La technologie est le seul secteur unanimement visible comme faible ou émergent.

Le résultat n'appelle ni promotion automatique ni jugement défavorable. Il indique où l'information disponible produit un récit cohérent et où elle reste fragmentée. La priorité documentaire consiste à rendre les preuves sectorielles plus attribuables au Maroc, plus stables, plus comparables et plus faciles à citer.

Disclaimer

Cette étude analyse un corpus limité de réponses générées par 9 modèles à partir de deux prompts identiques. Elle n'est pas représentative des consommateurs, des entreprises, de l'ensemble des modèles d'IA ou de leurs réponses futures. Les évaluations décrivent les formulations produites, non la qualité objective des produits fabriqués au Maroc. Les sources et chiffres cités par les IA n'ont pas fait l'objet d'une vérification externe dans ce rapport.

ANNEXE 01

Prompt 1 complet

Que représente aujourd'hui la mention « Made in Morocco » dans la perception internationale des produits fabriqués au Maroc ?

Décrivez l'image que cette origine véhicule actuellement, sans chercher à la promouvoir ni à la critiquer.

Identifiez d'abord les cinq associations, caractéristiques ou idées que vous rattachez le plus fortement au « Made in Morocco ».

Indiquez ensuite les catégories de produits et les secteurs que vous associez spontanément à cette origine, en distinguant ceux qui bénéficient d'une image internationale établie de ceux dont l'association avec le Maroc reste faible.

Analysez les principales perceptions positives liées aux produits marocains, puis les réserves, faiblesses ou incertitudes qui peuvent être associées à cette origine.

Évaluez enfin la manière dont le « Made in Morocco » est aujourd'hui positionné sur les dimensions suivantes, qualité, rapport qualité-prix, savoir-faire, innovation, modernité industrielle, durabilité, confiance et reconnaissance internationale.

Pour chacune de ces dimensions, attribuez une appréciation parmi très faible, faible, moyenne, forte ou très forte, puis expliquez brièvement ce qui justifie cette appréciation.

Terminez par une phrase résumant ce que « Made in Morocco » évoque principalement aujourd'hui à l'international.

Lorsque votre analyse repose sur des faits ou des informations identifiables, indiquez les principales sources ou catégories de sources qui influencent votre réponse. Distinguez autant que possible les faits documentés des perceptions ou associations générales.

Codage du Prompt 1

Associations

5 items par modèle, regroupés par proximité sémantique.

Secteurs

Association établie, faible ou absente dans le Prompt 1.

Dimensions

Conversion uniquement des cinq appréciations exactes.

Narratifs

Traditionnel, industriel, innovant ou autre attribut.

Échelle

Très faible = 1, faible = 2, moyenne = 3, forte = 4, très forte = 5. Une plage ou une réponse composite reste non déterminable.

ANNEXE 02

Prompt 2 complet et règles de lecture

Dans quelle mesure le fait qu'un produit soit fabriqué au Maroc constitue-t-il aujourd'hui un avantage, un signal neutre ou un désavantage dans sa perception internationale ?

Analysez séparément les catégories suivantes, artisanat et décoration, textile et habillement, agroalimentaire, cosmétique et produits naturels, automobile et composants industriels, aéronautique, produits technologiques et services numériques.

Pour chaque catégorie, indiquez si la mention « Made in Morocco » constitue selon vous un signal très positif, positif, neutre, négatif ou très négatif pour la perception du produit à l'international.

Expliquez brièvement les facteurs qui déterminent cette perception, notamment lorsqu'ils concernent la qualité, le prix, le savoir-faire, la sécurité ou les normes, l'innovation, la réputation du pays, la notoriété des entreprises marocaines ou la présence internationale du secteur.

Indiquez ensuite les trois catégories dans lesquelles l'origine marocaine apporte actuellement le plus de valeur au produit et les trois dans lesquelles elle en apporte le moins.

Identifiez les principaux pays auxquels les produits marocains sont naturellement comparés selon les catégories concernées et expliquez sur quels critères cette comparaison repose.

Enfin, identifiez ce qui manque aujourd'hui dans l'information disponible, la réputation internationale ou la communication autour des produits marocains pour que le « Made in Morocco » soit davantage associé à la qualité, à l'innovation et à la confiance.

Lorsque votre analyse repose sur des faits ou des informations identifiables, indiquez les principales sources ou catégories de sources qui influencent votre réponse. Distinguez autant que possible les faits documentés des perceptions générales.

Échelle sectorielle

+2	Très positif
+1	Positif
0	Neutre
-1	Négatif
-2	Très négatif

Nomenclature de convergence

Consensus fort

Au moins 75 %, soit 7 modèles sur 9.

Tendance majoritaire

De 50 à 74 %, soit 5 ou 6 modèles.

Perception divisée

Aucune position comparable ne dépasse 50 %, ou forte dispersion.

Signal minoritaire

Moins de 25 %, soit 0 à 2 modèles.

Position singulière

Une idée importante portée par un ou deux modèles.

Règle ND

Une plage comme « positif à très positif » n'est jamais ramenée à une valeur intermédiaire. Cette règle réduit la couverture, mais protège la fidélité au corpus.