



MINISTÈRE DU TOURISME



Tourisme interne au Maroc

13 Février 2017

www.tourisme.gov.ma



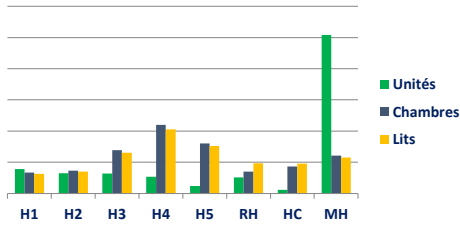
Sommaire

- 1. Performances du Tourisme marocain**
2. Description de l'enquête
3. Résultats

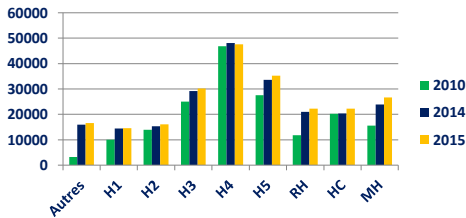
Offre touristique: 231 334 lits



Capacité de l'hébergement touristique en 2015

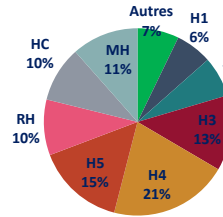


Evolution de la capacité litière 2010-2015

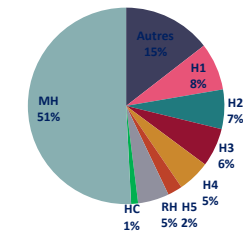


Autres: campings ,auberges, gîtes, motels, pensions

Répartition des EHT en termes de lits en 2015



Répartition des EHT en termes d'établissements en 2015



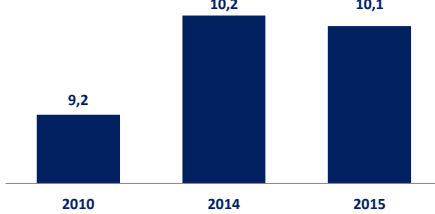
3

Demande touristique

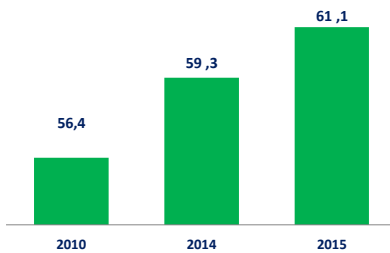


Tourisme Récepteur

Arrivées en millions

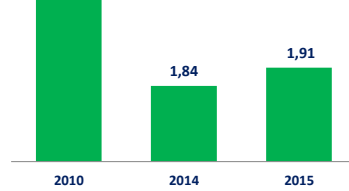


Recettes en milliards de dirhams

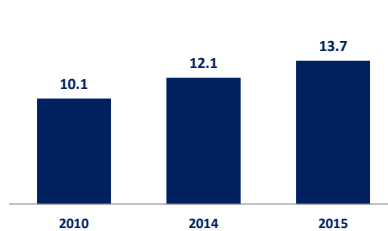


Tourisme Emetteur

Sorties en millions

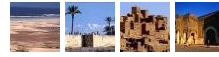


Dépenses en milliards de dirhams



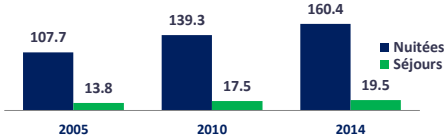
4

Demande touristique



Tourisme Interne

Nuitées et séjours en millions



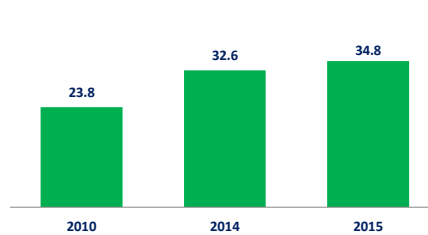
- **1,9 / an** pour ceux qui se déplacent (1,3 en 2010)
- **24,2 M** de déplacements avec les enfants (22,9 en 2010)

Nuitées dans Hébergement marchand en millions



- **16,2 nuitées / an** pour ceux qui se déplacent
- **32%** part des nuitées dans l'hébergement marchand (23% en 2010)

Dépenses en milliards de dirhams



Taux de départ

- **52%** pour les populations urbaines
- **39%** pour les populations rurales
- **47%** pour la population totale
- **DMS: 8,5 nuits** (8,1 nuits en 2010)

5

Demande touristique



Pourquoi mesurer le tourisme interne?

34,8 MMDH
des dépenses
touristiques
générées

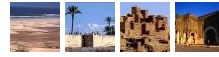
Contribue au
développement
économique des
territoires
ruraux ou
périphériques
peu fréquentés
par les TES

Enquête sur le tourisme interne

5,6% est la part
des dépenses
touristiques
dans les
dépenses de
consommation
finale des
ménages

représente **32%**
de l'économie
touristique avec
un volume de
nuitées
supérieur au
tourisme
récepteur

6

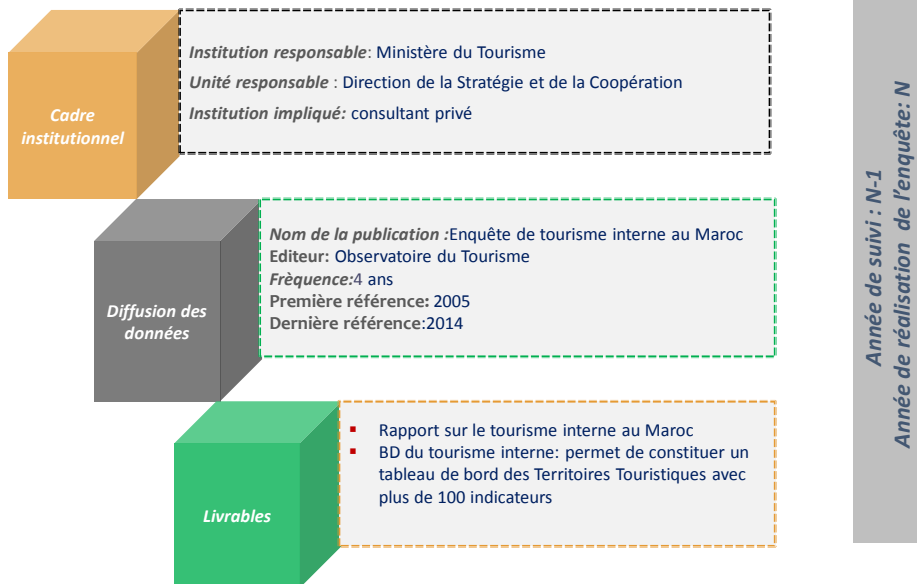


Sommaire



1. Performances du Tourisme marocain
2. Description de l'enquête
3. Résultats

Administration de l'Etude



Administration de l'Etude



Objectif de l'étude

- Mesurer l'évolution des comportements des marocains vis-à-vis du voyage
- Etablir une cartographie des déplacements
- Mesurer la contribution de ce segment à l'économie touristique
- Connaitre la satisfaction des touristes marocains sur l'offre touristique dans leur lieu de séjour

Cible & Echantillon

- Enquête par sondage auprès des résidents
- Les enquêtes réparties sur tous les régions marocaines
- Un échantillon de 25 000 Résidents selon 4 cercles

9

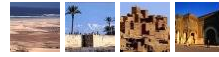
Méthodologie suivie



Cercle	objectif	Taille d'échantillon	Mode d'échantillonnage	Mode d'administration
Enquête sociologique	Etablir des données de cadrage sur le taux de départ en vacances de la population et plus globalement sur les déplacements de la population de tous milieux et de toutes classes sociales	12 000 individus (2 500 rurales + 9 500 urbaines)	Aléatoire	Enquête téléphonique
La population qui se déplace	Obtenir des informations plus précises sur les déplacements et les dépenses effectuées chez la population qui se déplace.	6500	Quotas disproportionnée	Face à face
Les actifs qui se déplace en hébergement marchand	Effectuer un zoom sur la population qui se déplace en hébergement marchand afin de mieux quantifier la répartition entre les différentes catégories d'hébergement marchand, notamment l'hôtellerie classée	4500	Quotas disproportionnée	Face à face
Les très mobiles	Observer une population dite « très mobile» afin de mieux observer les pratiques de déplacements personnels ou professionnels de cette catégorie, consommatrice d'hébergement classé	500	Aléatoire	Face à face
Satisfaction	Mesurer le degré de satisfaction vis-à-vis l'accueil touristique chez les résidents déjà effectué au moins un déplacement pour motif de loisirs	2000	Aléatoire	Enquête téléphonique

10

Questionnaires



- **La première partie du questionnaire:** identifie les conditions de réalisation de l'entretien
- **La deuxième partie du questionnaire:** identifie le profil de la personne interrogée
- **La troisième partie du questionnaire:** décrit l'ensemble des déplacements touristiques, effectués par la personne interrogée, au cours d'une période de 12 mois
- **La quatrième partie du questionnaire:** s'adresse spécifiquement aux résidents qui ne déclarent aucun déplacement. Elle porte sur l'intérêt de diverses mesures favorisant le déplacement
- **La cinquième partie du questionnaire:** est une description détaillée d'un des séjours.

Satisfaction:

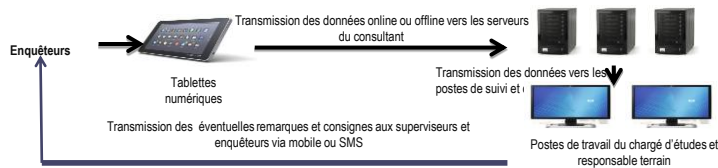
- 1. Grilles d'évaluation par thématique :** échelle d'appréciation de 1 à 4
 - Préparation du voyage
 - Transports au Maroc
 - Information touristique
 - Hébergement
 - Restauration
 - Loisirs et animation
- 2. Impressions générales :** Questions fermées portant sur la zone touristique visitée.
 - Réponse aux attentes ?
 - Impression générale ?
 - Comparaison avec un autre séjour dans une autre région ?
 - Ce voyage vous a-t-il donné envie de revenir dans cette région ?
 - Recommanderiez-vous cette destination à vos amis ?
- 3. Tourisme durable :**
 - Compréhension du concept
 - Facteur de choix
 - Appréciation relative à la région visitée
 - Crédit vacances
- 4. Cadre d'identification**
 - Sexe, âge, origine géographique,
 - lieu de séjour principal, type d'hébergement principal,
 - taille du groupe,
 - mode de transport pour venir
 - voyage organisé par une agence
- 5. Intérêt pour les mesures incitatives aux vacances des Marocains**
 - Chèques vacances
 - Crédit vacances

11

Administration du questionnaire



- **Enquêtes en face à face pour l'analyse des séjours en hébergement: le mode d'administration comportant la saisie directe des entretiens face à face sur tablette PDA est innovant au Maroc**



- **Enquête téléphonique pour la quantification sociologique des déplacements et satisfaction: l'administration sera effectuée selon la technique CATI (Computer Assisted Telephone Interview).**

12



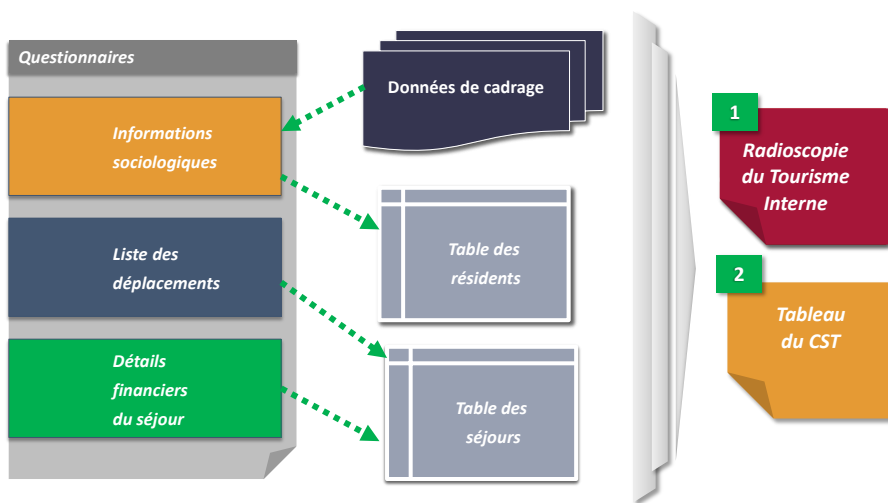
Sommaire



1. Performances du Tourisme marocain
2. Description de l'enquête
3. Résultats



Résultats de l'enquête





*Amélioration de la qualité de l'information:
(Une période d'observation plus courte)*



Panel avec suivi trimestriel:

- *connaissance plus précise des répondants*
- *Un taux de réponse élevé*
- *la taille de la base et le volume d'informations détenues permettent de faire des prévisions*



MERCI POUR VOTRE ATTENTION