



FICHE MARCHE Allemagne 2015

Des chiffres et du sens



OBSERVATOIRE DU TOURISME
M A R O C

23, rue Mohammed Abdou, Palmier, Casablanca - Maroc - Tél. : +212 5 22 42 74 82 - Fax : +212 5 22 90 76 08
Email : contact@observatoiredu tourisme.ma - Site : www.observatoiretourisme.ma



Données géographiques

- **Superficie:** 357 000 Km²
- **Capitale:** Berlin
- **Localisation et frontières:** la République fédérale d'Allemagne est un pays d'Europe centrale entouré par la mer du Nord, le Danemark et la mer Baltique au nord, par la Pologne et la République tchèque à l'est, par l'Autriche et la Suisse au sud, et par la France, le Luxembourg, la Belgique et les Pays-Bas à l'ouest.



Données sociologiques

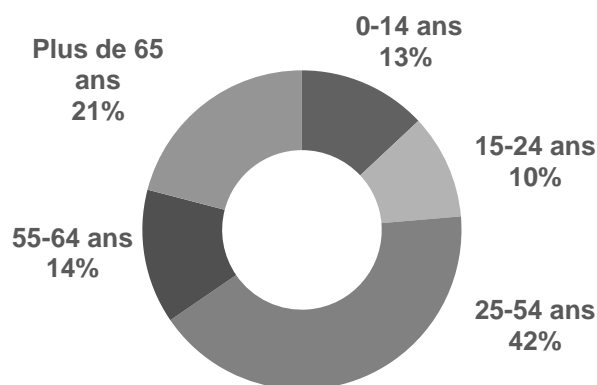
- **Population totale (2014):** 80 996 685 habitants.

L'Allemagne est un des pays les plus densément peuplés de l'Europe. Une grande partie de la population réside dans l'Ouest et le Sud du pays.

On constate d'importantes concentrations urbaines notamment à:

- Rhénanie-Du-Nord-Westphalie
- Bavière
- Bade-Wurtemberg

- **Répartition de la population par tranches d'âges (en 2014)**



Données économiques

	2014
Croissance du PIB	1.5 %
Taux d'inflation	0,6 %
Taux de chômage	6.5 %

Sources: FMI, Ministère Fédéral des Finances, Germany Trade & Invest, Statistiques Mondiales, ORT Alsace

Contexte économique

Dans un contexte économique mondial difficile et après deux années difficiles, la croissance économique de l'Allemagne a progressé de 1,5 % et le marché d'emploi est resté robuste. Ainsi, la consommation des ménages a tiré la demande intérieure. En 2014, les indicateurs ont montré une nouvelle dynamique de reprise de l'activité économique globale. Cette évolution positive devrait se poursuivre en 2015.



Constats et tendances

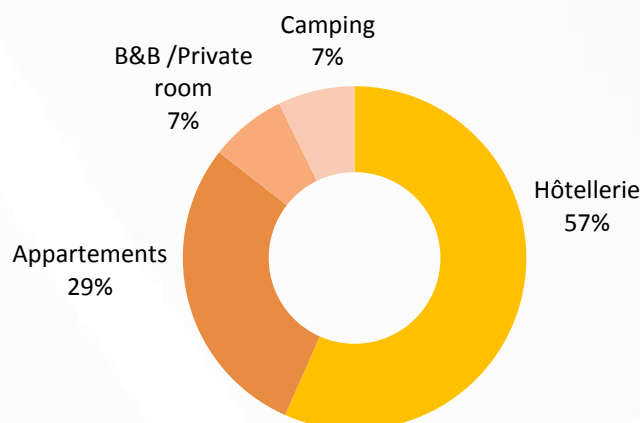
- En 2013, les allemands ont effectué 94 millions de voyages à l'étranger dont 80 millions pour des motifs de loisirs et 13.8 millions pour affaires.
- En 2013, les dépenses touristiques des allemands à l'étranger se sont élevées à environ **65 milliards d'euros**.
- Les allemands optent pour des hébergements **luxueux (les hôtels 4 ou 5*)** et préfèrent les destinations balnéaires du sud de la méditerranée, le tourisme naturel et culturel, ainsi que les city-breaks.
- Lors des voyages de loisirs, les touristes allemands sont plus nombreux à voyager **en couple (26%)** ou **en famille (19,5%)**. Dans le dernier cas, **les enfants** jouent un rôle important dans le choix de la destination.
- Les **courts séjours et les vacances secondaires** ainsi que les départs **hors congés scolaires** connaissent une **augmentation**.
- Les prévisions de voyages à l'étranger des allemands en **2015** sont estimées à **96 millions de voyages**.
- Le tourisme des **séniors** connaîtra une hausse de 30% durant les 10 prochaines années.

Zoom sur le tourisme émetteur en Allemagne - 2013

3 premières destinations des séjours à l'étranger

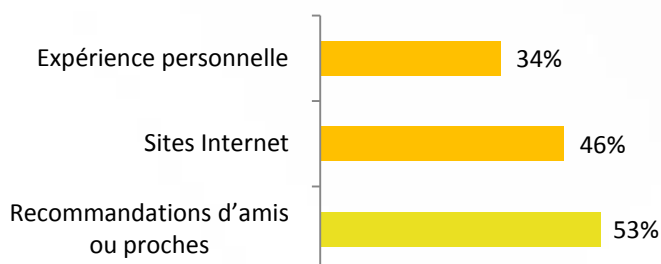


Voyages des Allemands par lieu d'hébergement



En 2013, les allemands étaient 30% à voyager à l'intérieur de l'Allemagne pour un séjour de 4 jours en moyenne, tandis que presque 60% ont voyagé au sein de l'Europe. Les principaux pays retenus en 2013 pour un séjour à l'étranger sont : l'Autriche pour 13%, l'Espagne pour 11% et l'Italie pour 10%. En ce qui concerne le lieu de séjour pour une durée minimum de 4 nuitées, les hôtels sont les plus fréquentés.

Sources d'information

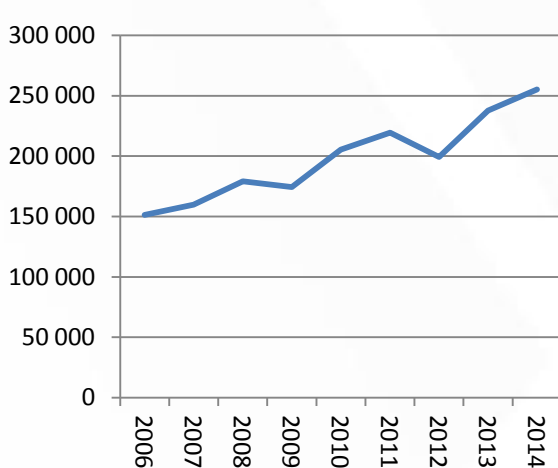


Pour **choisir la destination** de voyage, les recommandations d'amis, de collègues ou de proches demeurent la source d'information la plus importante pour les touristes allemands. Par ailleurs, 46% des voyageurs ont recours aux sites internet pour **préparer leurs voyages**.

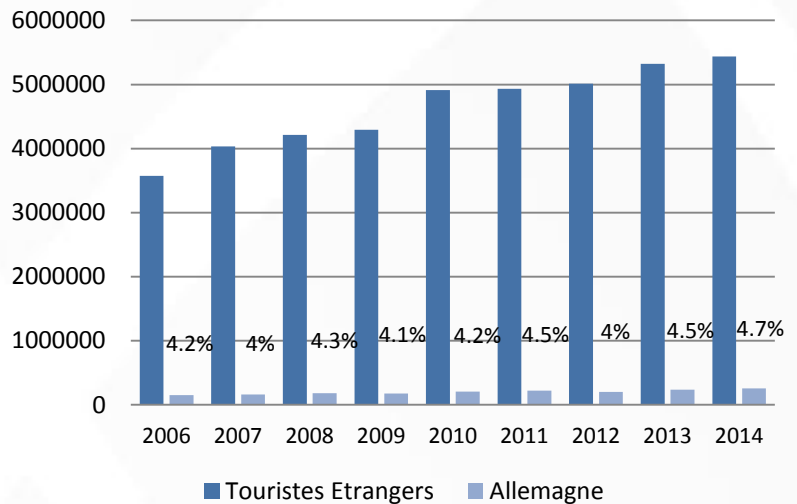


Fréquentation touristique – à fin Décembre 2014

Évolution des arrivées des allemands aux postes frontières (2006-2014)



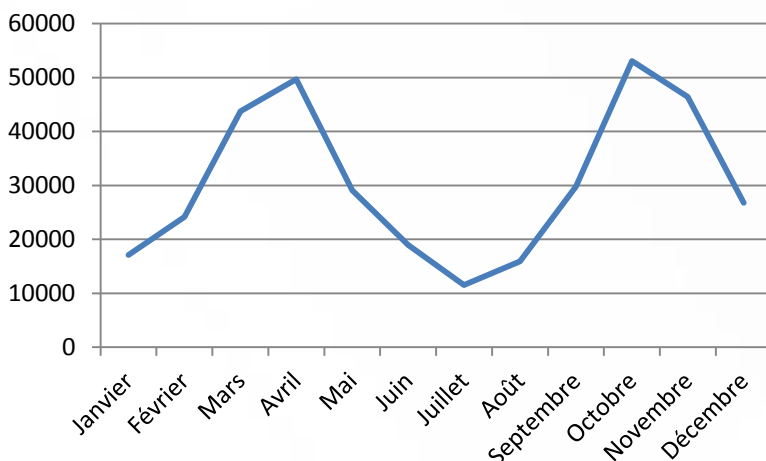
Évolution des arrivées des TES aux postes frontières (2006-2014)



Durant la période 2006-2014, le nombre de touristes allemands a considérablement augmenté, passant de 151 000 à plus de 255 000 arrivées à fin 2014, enregistrant ainsi un taux de croissance annuel moyen (TCAM) de 6.7%. Les arrivées sont passées de 237 000 arrivées en 2013 à 255 000 en 2014, soit une croissance de 7.3% en 2014, contre 19.31% en 2013.

Les arrivées allemandes représentent en moyenne 4.7% des arrivées des touristes étrangers.

Variation saisonnière des arrivées des allemands



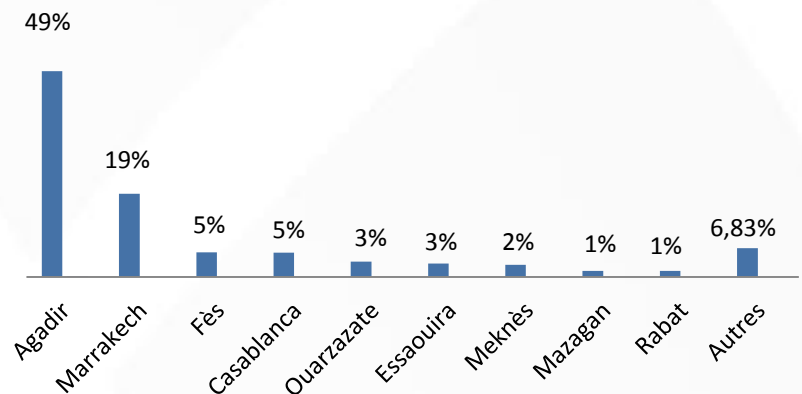
Les arrivées allemandes ont connu des fluctuations au cours de 2014, avec un pic durant les mois de mars-avril et d'octobre correspondant relativement aux vacances de pâques et aux vacances scolaires d'automne.



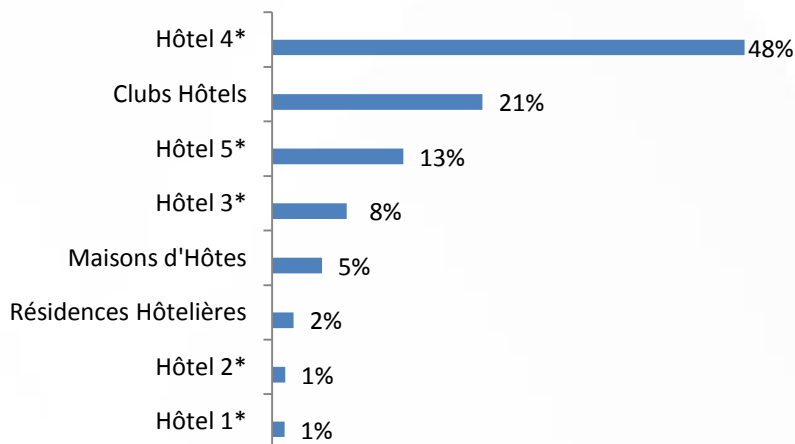
Fréquentation touristique – à fin Décembre 2014

Ventilation des nuitées des touristes allemands par destinations

Avec 49% des arrivées allemandes en 2014 contre 25% en 2013, Agadir demeure la destination privilégiée des touristes allemands.



Ventilation des nuitées des touristes allemands dans les EHTC



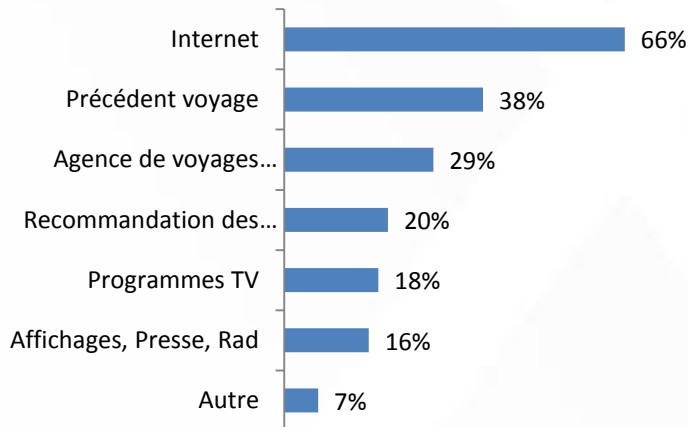
En 2014, la majorité des touristes allemands ont séjourné dans les hébergements classés 4 et 5 étoiles et les Clubs Hôtels.



Les données fournies dans cette partie sont issues des enquêtes de « Suivi de la Demande Touristique » (SDT) portant sur l'année 2014 auprès des différentes catégories de touristes (TES et MRE). Ces enquêtes sont réalisées auprès des touristes non-résidents aux postes frontières par sondage et ont pour objectif de fournir des informations sur la composition socio-professionnelle des groupes de touristes, sur leurs motivations, leurs lieux de séjours, les hébergements fréquentés et les dépenses effectuées.

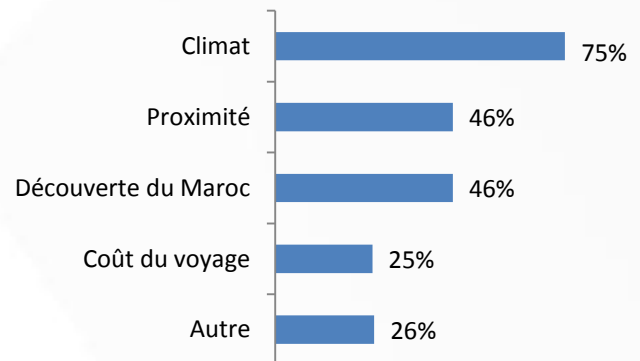
Organisation du voyage

Principales sources d'information



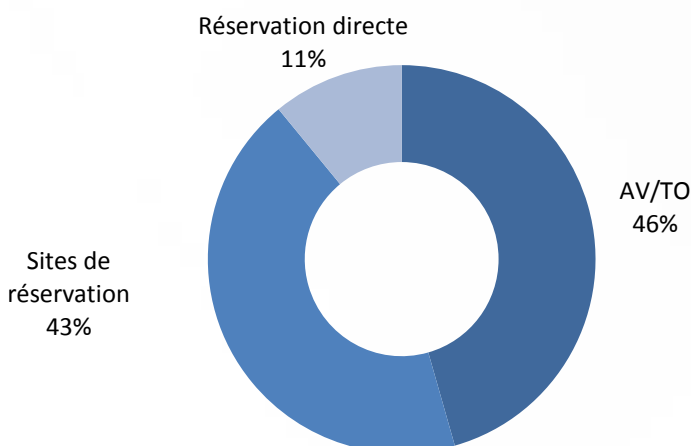
Le rôle d'Internet comme principale source d'information continue de croître chez les touristes allemands. Il a atteint 66% en 2014. 38% des touristes allemands visitent le Maroc suite à un précédent voyage.

Motifs du choix du Maroc



75% de touristes allemands considèrent le climat comme principal motif qui favorise le choix du Maroc. La proximité et le désir de découvrir le pays sont également des facteurs importants.

Moyen de réservation de l'hébergement

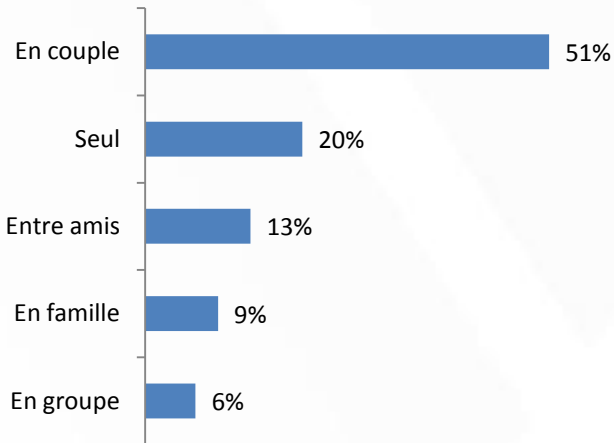


Les touristes allemands ont surtout effectué leurs réservations via les agences de voyages / TO ou à travers les sites de réservation.



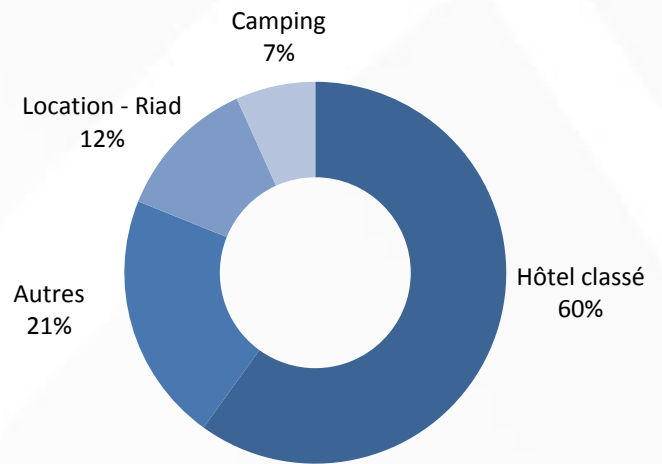
Habitudes du voyage

Structure des groupes



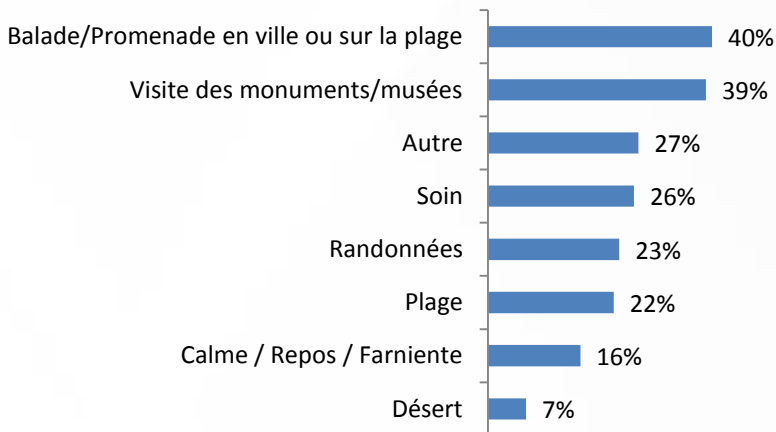
En majorité, les touristes allemands viennent au Maroc en couple ou seuls.

Lieu d'hébergement (en nombre de séjours)



60% de séjours des allemands au Maroc ont été effectués dans des hôtels classés.

Activités pratiquées



Les activités les plus pratiquées par les touristes allemands durant leur séjour au Maroc sont les promenades et la visite des monuments et musées.

Dépenses totales et journalières

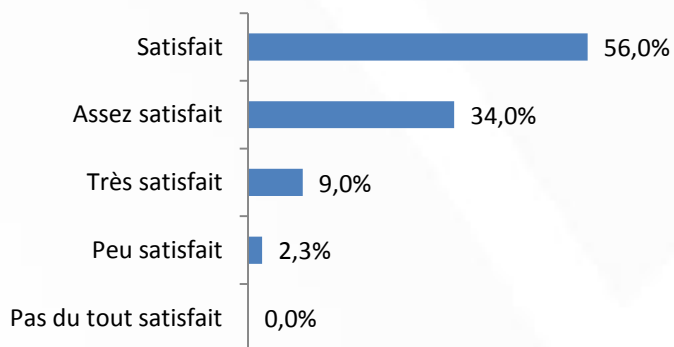
Dépenses totales en Milliards de Dhs	2,05
Dépense moyenne par nuitée en Dhs	1 100

Les dépenses totales des touristes allemands se sont élevées à 2,05 Milliards de Dirhams à fin Décembre 2014. En comparaison avec les autres touristes étrangers, les allemands sont parmi ceux qui dépensent le plus avec une dépense moyenne de 1 100 Dirhams par personne et par nuitée.



Enquête de satisfaction

Appréciation globale du séjour au Maroc



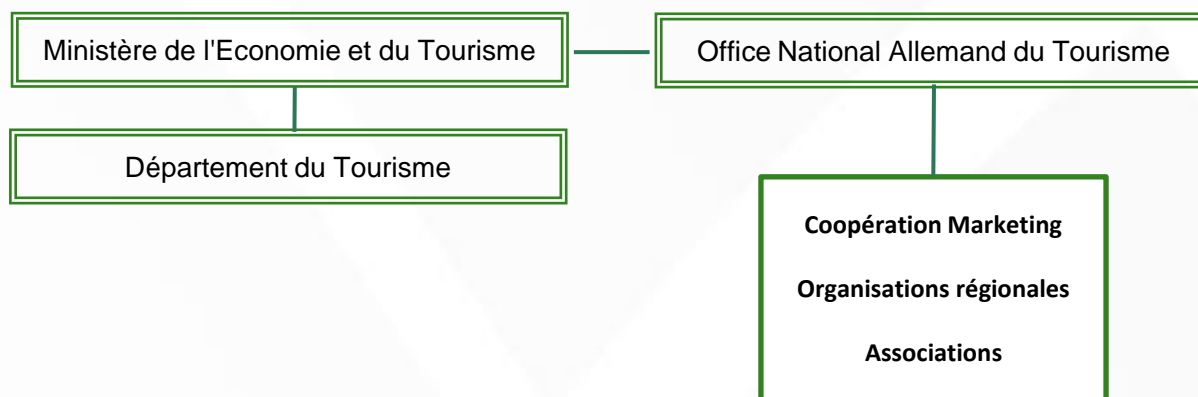
La majorité des touristes allemands déclare avoir une appréciation positive de leur expérience au Maroc. La documentation touristique, le sentiment de sécurité et la qualité de service sont les facteurs les plus satisfaisants pour ces touristes.

Taux de satisfaction par rapport aux services

Transports au Maroc	
Taxis :	37%
Transports publics urbains:	29%
Sécurité	
Sentiment de sécurité:	69%
Information touristique	
Documentation :	70%
Hébergement	
Rapport qualité/prix :	61%
Loisirs et animation	
Diversité de l'offre:	61%
Qualité :	56%
Marchands dans les bazars/souks	
Qualité de service	62%
Rapport qualité/prix	56%



Institutions publiques



Professionnels du voyage

▪ Agents commerciaux du tourisme

Tour-opérateurs:

ADAC Reisen – Blue Planet – Eurabia Tours – Marco Polo – Galka Golden Tours – Alpha Touristic – Bouhou Tours – Karavan Serail – MTA – Dertour Frankfurt – Scherer Tours – ALC – B&T Touristik – Marokko live – Tour Off Road – American Express – Dattel Tours – Evasion Tours – Sahara Travel – Tangram Tours – Fennek Tours – DAV Summit Club – E-top Tours – Art of Travel – Djoser Reisen – Sahara Wings -

▪ Associations professionnelles

Deutscher ReiseVerband – Association allemande du voyage.

Deutscher Tourismusverband – Association du tourisme allemand.

Willy Scharnow stiftung touristik – Fondation Willy Scharnow du tourisme.

Asr Allianz Reiseunternehmen Bundesverband – Alliance associative des agences de voyage.

BTW Bundesverband der deutschen Tourismuswirtschaft – Fédération allemande de l'industrie touristique