



## FICHE MARCHÉ ROYAUME-UNI



OBSERVATOIRE DU TOURISME  
M A R O C



### Données géographiques

- **Superficie:** 244 820 km<sup>2</sup>
- **Capitale:** Londres
- **Localisation et frontières:** La plus grande partie de ses territoires est située à proximité de la côte Nord-Ouest de l'Europe continentale, elle est entourée par la mer du Nord, la Manche, la mer d'Irlande et l'océan Atlantique. Le Royaume-Uni possède également 14 territoires d'outre-mer.



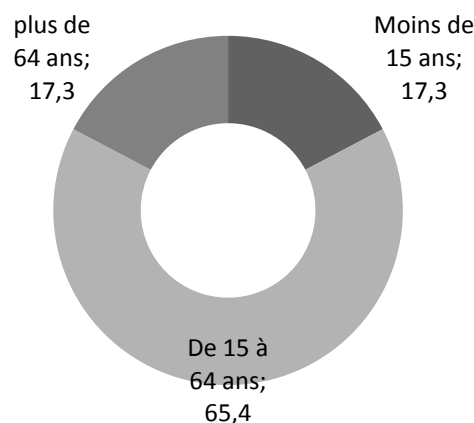
### Données sociologiques

- **Population totale (2013):** 64,1 millions d'habitants

Près d'un quart des Britanniques vivent dans le Sud prospère de l'Angleterre. La croissance démographique s'est accélérée au cours des dernières années en raison de l'immigration mais aussi d'une hausse de la natalité et d'une plus haute espérance de vie. On constate d'importantes concentrations urbaines notamment à:

- Londres (7,82M);
- Manchester (2,62M)
- Birmingham (2,28M)

- **Répartition de la population par tranches d'âges (2013)**



### Données économiques

2014	
Croissance du PIB	2,6%
PIB / habitant (en \$ courant)	45 603,3 \$
Taux d'inflation	1,5%
Taux de chômage (2013)	7,7%

### Contexte économique

Après cinq ans de crise, l'économie britannique a rebondi fortement depuis 2013, affichant une croissance économique de 2,6% en 2014 tirée par la consommation des ménages (plus de 60% du PIB) et la reprise du crédit. Une consolidation de la croissance est attendue en 2015, avec des prévisions de l'ordre de 2,8% du PIB.

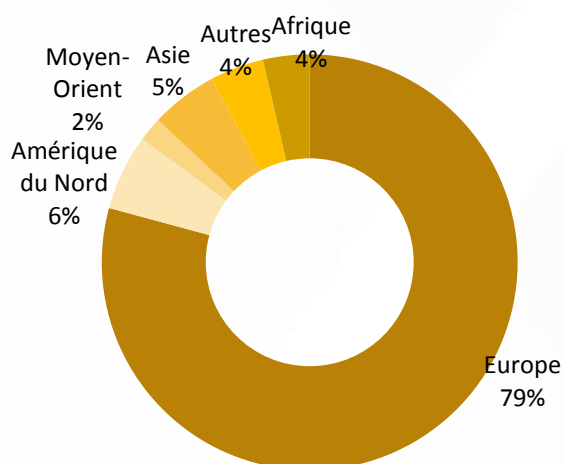


## Constats et tendances

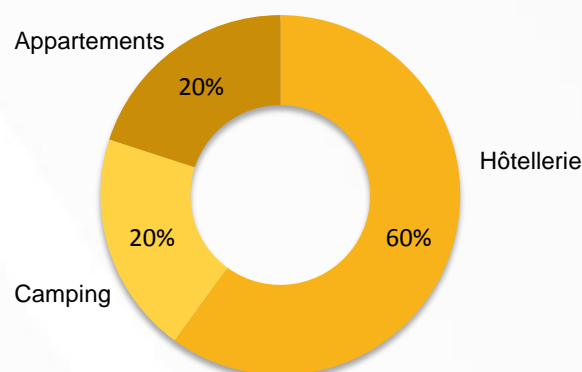
- Avec un budget voyages relativement réduit, les britanniques ont tendance à sacrifier les courts séjours à l'étranger afin de pouvoir partir en vacances principales.
- Selon Mintel, on observe une croissance des voyages « deux-en-un », à savoir une combinaison de destinations pendant un même voyage, par exemple ville et littoral. Ceci peut-être motivé par la recherche d'expériences diverses et / ou plus d'activités et visites pour le budget d'un seul voyage.
- On note aussi une croissance très nette des réservations de dernière minute dans un pays où 66 % des séjours, toutes destinations confondues, sont réservés en ligne. 33% de Britanniques ont en effet, réservé leurs vacances à un mois ou moins de leur date de départ.

## Zoom sur le tourisme émetteur en Royaume-Uni

Voyages des britanniques- 2013 par destination



Voyages des Britanniques par lieu d'hébergement\*



• 79% des voyages à l'étranger des touristes britanniques sont effectués en Europe avec 62% des dépenses. L'Afrique représente quant-à elle 4% avec 5% des dépenses.

• 21% des dépenses des touristes britanniques sont dédiées à l'hébergement, 14% à la restauration et 9% aux sports et loisirs.

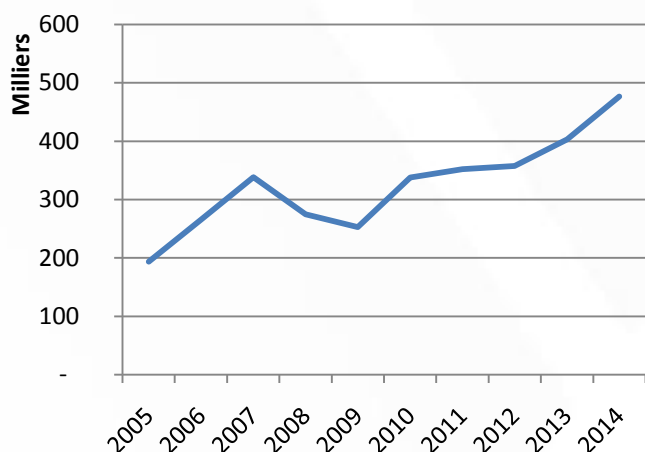
### Organisation du voyage et saisonnalité

- Selon l'enquête ABTA 2013, les packages seraient l'option de réservation préférée pour les vacances à l'étranger des touristes britanniques. En effet, près de la moitié ont réservé un package en direct ou en ligne auprès d'une agence de voyage, pour leurs vacances à l'étranger.
- Les touristes britanniques privilégient la recherche du meilleur rapport qualité-prix, et les formules « tout compris » séduisent plus particulièrement les familles et les jeunes.
- Le mois de septembre est le plus populaire pour partir en vacances en 2013, pour 23% des touristes, suivi du mois d'août (17%) et juin & juillet (13,6% dans les deux cas).

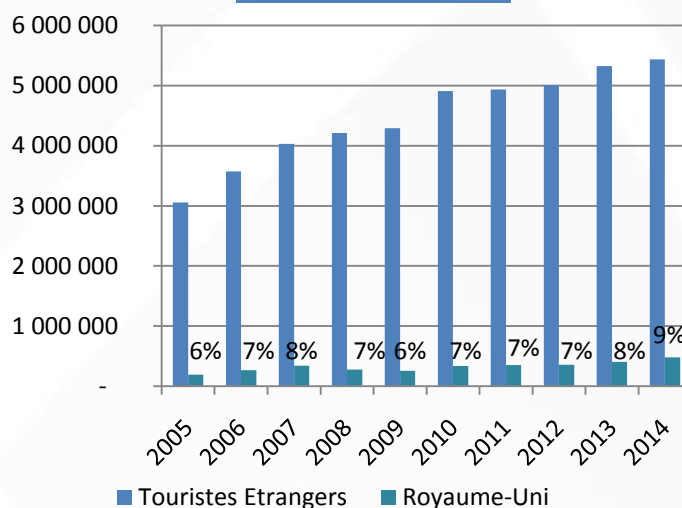


### Fréquentation touristique

#### Évolution des arrivées britanniques aux postes frontières (2005-2014)

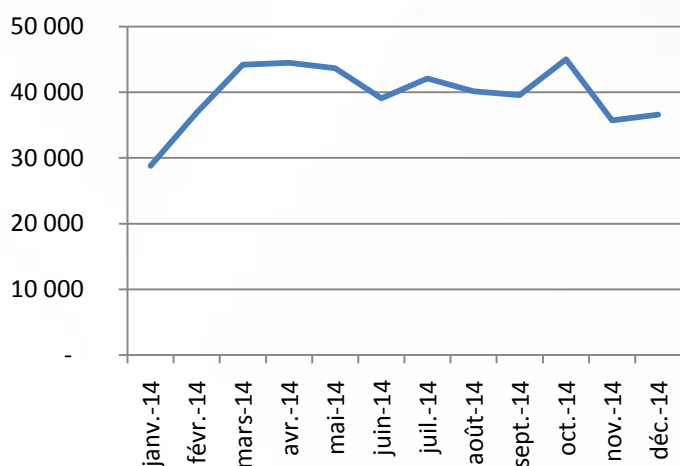


#### Évolution des arrivées des TES aux postes frontières (2005-2014)



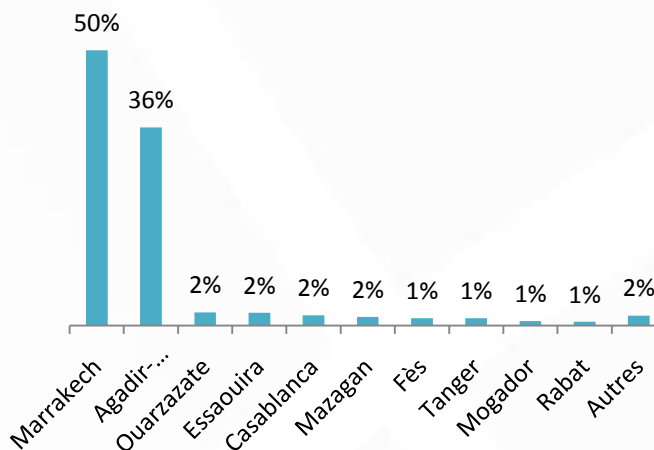
Les arrivées britanniques au Maroc ont enregistré un trend haussier entre 2005 et 2007, pour reculer de 25% jusqu'à 2009 et reprendre une croissance jusqu'à 2014. Les arrivées britanniques représentent 9 % de la totalité des arrivées des touristes étrangers en 2014.

#### Variation saisonnière des arrivées britanniques



La demande britannique a connu des fluctuations tout au long de l'année 2014. Le pic des arrivées des britanniques au Maroc a été enregistré durant les mois d'**avril** et d'**octobre**.

#### Ventilation des nuitées par destinations



Marrakech est la destination privilégiée des touristes britanniques. La ville d'Agadir se place en deuxième position en terme de nuitées et enregistre les plus longs séjours des touristes britanniques.

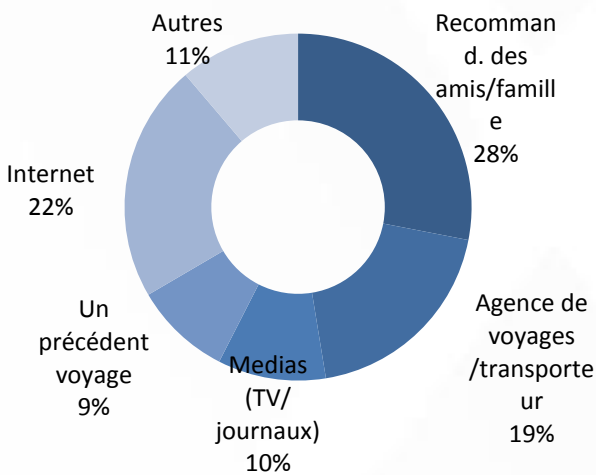


Les données fournies dans cette partie sont issues des enquêtes de « Suivi de la Demande Touristique » (SDT) réalisées en 2014 auprès des différentes catégories de touristes (TES, MRE et résidents).

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 sociologique des groupes de touristes, sur leurs motivations, leurs lieux de séjours, les hébergements fréquentés et les dépenses effectuées.

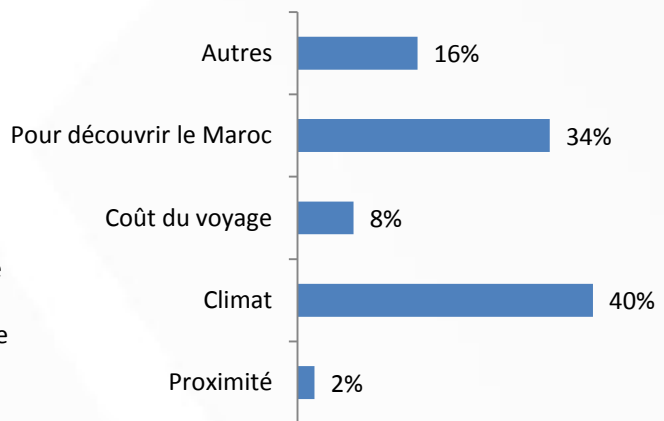
## Organisation du voyage

### Sources d'information



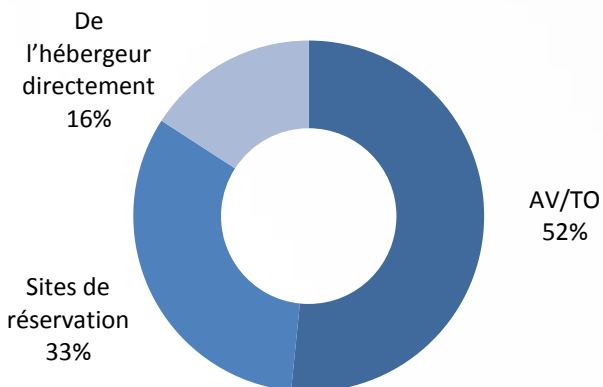
28% des touristes britanniques visitent le Maroc suite à une recommandation. Le rôle d'internet dans la préparation du voyage continue de croître chez cette clientèle. 22% utilisent internet pour la réservation de leur package.

### Motifs du choix du Maroc



Le principal motif pour le choix du Maroc comme principal destination pour le voyage des britanniques est le climat. Le dépaysement est également un facteur important.

### Mode d'organisation du voyage

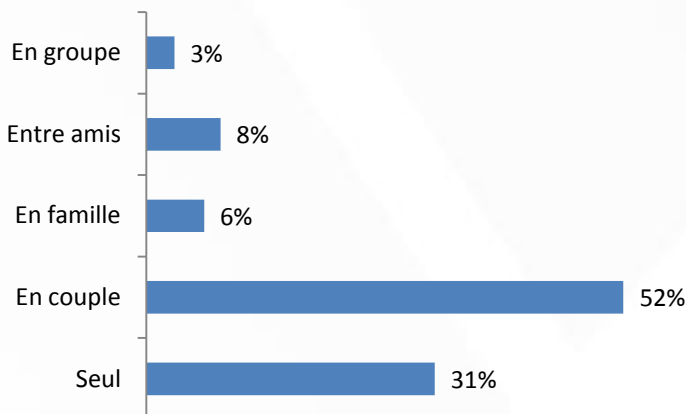


Pour organiser leurs voyages au Maroc, les britanniques préfèrent les services des TO ou des agences de voyages dans une proportion de 52%, au moment où 33% d'entre eux, réservent directement sur les sites de réservation.

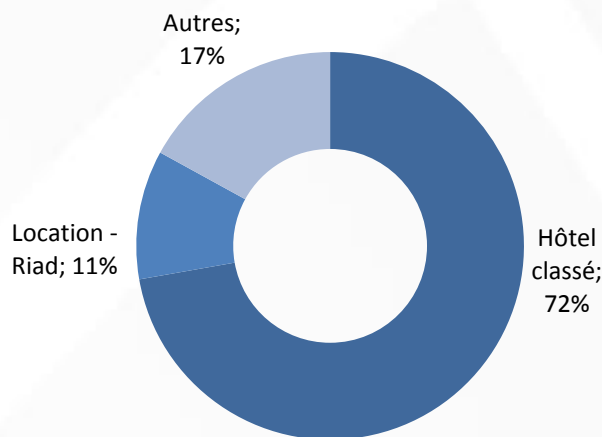


## Habitudes du voyage

### Structure des groupes



### Lieu de séjour

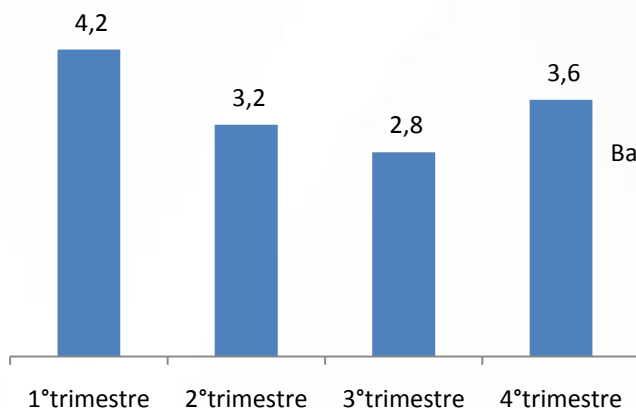


\* Autres: résidence secondaire, camping, famille/amis

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

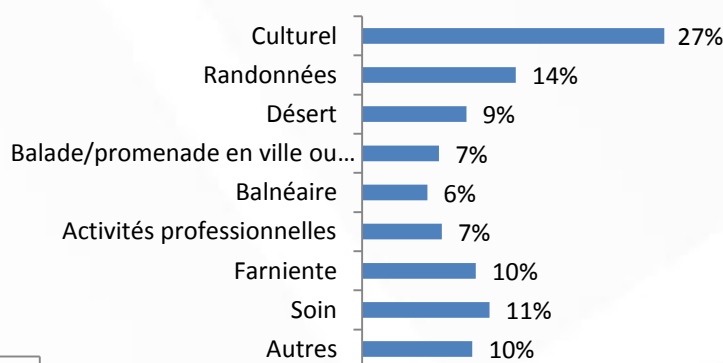
La majorité des britanniques (72%) qui a visité le royaume a passé son séjour dans des hôtels, alors que seulement 11% optent pour la location ou les Riads.

### Saisonnalité des durées de séjour



Les 1<sup>er</sup> et 4<sup>e</sup>me trimestres de 2014 -correspondant à la période des vacances de Noël et des vacances d'hiver au Royaume Uni- se distinguent par des séjours un peu plus longs que les autres trimestres.

### Activités pratiquées



Le culturel est le produit qui attire le plus de touristes britanniques, soit 27% des britanniques qui ont visité le Maroc en 2014. 14% des touristes expriment un intérêt pour les randonnées.

### Dépenses totales et journalières

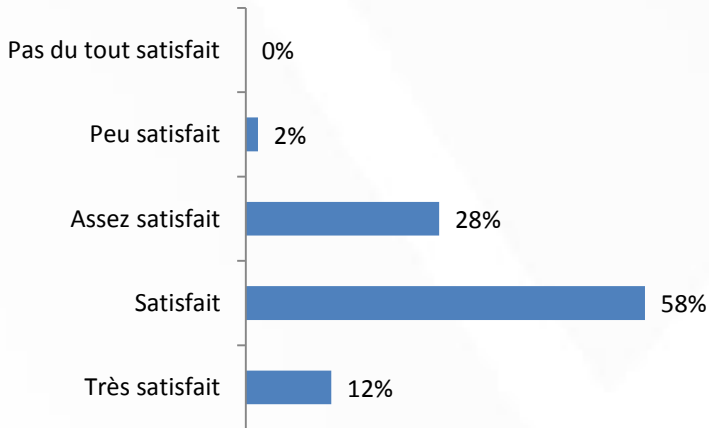
Dépenses totales en milliards de Dhs	3,9
Dépense par nuitée par personne en Dirhams	1261

Les dépenses totales des touristes britanniques se sont élevées à 3,9 milliards de dirhams en 2014. Les britanniques, classés parmi les touristes les plus dépensiers, ont dépensé en moyenne 1 261 Dhs par nuitée en 2014.



## Enquête de satisfaction

### Appréciation globale du séjour au Maroc



70% des touristes britanniques sont soit satisfaits ou très satisfaits. Ils placent en tête de leurs appréciations l'accueil et le service au niveau de l'hébergement.

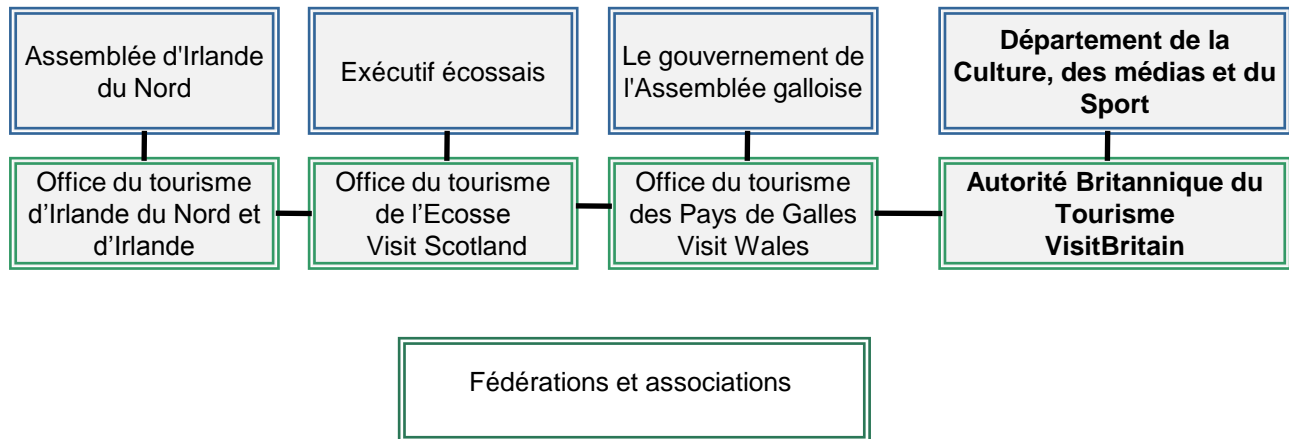
Ils apprécient également la disponibilité de la documentation sur l'information touristique ainsi que la diversité de l'offre marocaine.

### Appréciation des services touristiques

<b>1 Transports au Maroc</b>	
Taxis	42%
Transparence	37%
<b>2 Information touristique</b>	
Documentation :	67%
Signalisation des sites :	55%
<b>3 Hébergement</b>	
Confort :	61%
Accueil et service :	71%
Service rendu par le personnel:	56%
Rapport qualité/prix :	49%
<b>4 Loisirs et animation</b>	
Diversité de l'offre:	64%
Qualité de ces loisirs/animations:	53%



## Institutions publiques



## Professionnels du voyage

### ▪ Agents commerciaux du tourisme

#### Agences de voyages:

70% des agences indépendantes sont regroupées en trois consortiums :

- Elite Travel Group & Advantage Travel
- World Choice & Travel Trust Association
- Triton Travel Group, Global Travel & Stella Harvey World Travel plus Travelbag

#### Tours opérateurs:

Thomas Cook - Gold Medal Travel Group - Thomas Cook Retail - AVRO - Travelword Vacations - Virgin Holidays - LM Travel services – etc.

### ▪ Associations professionnelles

- Association des agences de voyage britanniques
- Fédération des Tour opérateurs
- Association des tour opérateurs indépendants